Un caffè con Dario Borea

1936 - 2016

La Genovese
compie ottant'anni

Un caffè con Dario Borea

1936 - 2016
La Genovese compie ottant'anni

Un caffè con Dario Borea
1936-2016
La Genovese compie ottant'anni

Progetto editoriale - Offed, Milano
Fotografia di copertina - Mario Rossello
Traduzione a cura di Paola Garassino
Stampa - Tipolitografia Bacchetta snc
Regione Bagnoli 66, 17031 Albenga (SV)
Prima edizione 2016

La Genovese sas
Regione Bottino 1/M, 17031 Albenga (SV)
tel + 39 0182 50452
info@lagenovese.it
www.lagenovese.it

a Piero e Claudio

I consider the succession of La Genovese decennials as relevant steps in the history of entrepreneurial adventure that marked the life of my family and the roasting. So, when it came time to celebrate the eightieth anniversary we wondered how to do it.
We wanted to do something that could really express our peculiarities and the spirit that animates our work. Something that could indeed represent La Genovese.

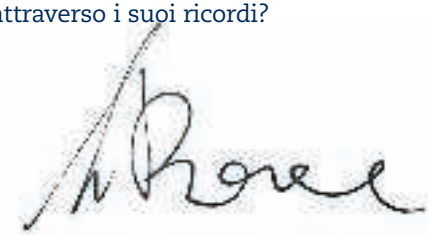
My father always taught us that is the product we offer that speaks for us. And nothing else. It is our strength, our image, the unique way we always used to tell our story. Basically this is why when it came time to remember the seventieth we created The Great Blend "Anniversario". But we could not be repeated.

I discussed with my father, he does not like the celebrations so he tried to escape leaving us all decisions. But this time he let out a sentence indicating a big picture that we have in the office and told me: "*but remember that those two are not the founders of La Genovese*".
He was referring to my grandparents.
So why not tell the first 80 years of La Genovese, its history through his memories?

Considero il susseguirsi dei decennali de La Genovese come tappe importanti nella storia dell'avventura imprenditoriale che ha contrassegnato la vita della mia famiglia e della torrefazione.
E quando è venuto il momento di ricordare l'ottantesimo anniversario ci siamo chiesti come farlo. Volevamo fare qualcosa che potesse davvero esprimere le nostre peculiarità, lo spirito che ci anima. Qualcosa che potesse davvero rappresentare La Genovese.

Mio padre ci ha sempre insegnato che è il prodotto che offriamo a dover parlare per noi. E nient'altro. È lui la nostra forza, il nostro volto, l'unico modo che abbiamo sempre usato per raccontarci. In fondo per questo quando fu il momento di ricordare il settantesimo creammo la Gran Miscela Anniversario. Ma non potevamo ripeterci.

Ne ho parlato con mio padre. Non ama le celebrazioni e ha cercato di sottrarsi lasciando a noi ogni decisione. Questa volta però si è lasciato sfuggire una frase e indicando una grande foto che abbiamo in ufficio mi ha detto: "*ricordati però che non sono quei due i fondatori de La Genovese*". Si riferiva ai miei nonni.
E allora perché non raccontare i primi ottant'anni de La Genovese, la sua storia, attraverso i suoi ricordi?



Antonietta Valle

1936. IT COMES LA GENOVESE

We always linked the dawn of La Genovese to an old photo taken at the end of the 40s, in which my parents drink coffee prepared with a Neapolitan coffee-pot, presenting them as the founders of La Genovese
But it is not true!
Do not ask me because I do not know but **La Genovese born for the first time in Terni** in 1934. The founder was **Dario Valle** with my grandmother **Luisa Cevasco**.
Originating in Genoa, two years later in 1936, they return in Riviera to open a roasting in Albenga.
Even though, to better understand how things went in reality we need to go back a few decades, in order to understand the aim of my grandfather.

DARIO VALLE

My grandparents moved to Argentina at the beginning of the XX century, where my mother, **Maria Antonietta Valle**, was born later on. The trip to Argentina had the specific purpose to start a business exploiting a patent for cigarettes production. Unfortunately the business had no success, also due to fiscal and financial problems.
This was **Dario Valle** character: an enterprising person with a great mind, most probably common to many people at the beginning of the past century.
They came back from Argentina at the end of the first war.

I do not know how they've come twenty years after just in Terni and they have decided to open there a roasting. And not know why they chose to transfer the activity just to Albenga. Perhaps my grandfather had guessed that in this area of the Riviera, at that time a bit more economically depressed than others, and especially compared to the big

1936. NASCE LA GENOVESE

Da sempre abbiamo legato gli albori de La Genovese a una vecchia foto, scattata alla fine degli anni quaranta, in cui i miei genitori bevono un caffè preparato con una napoletana, presentandoli come i fondatori de La Genovese.
Ma non è vero!
Non chiedetemi perché, io non lo so, ma La Genovese nasce "per la prima volta" a Terni nel 1934. Il suo fondatore è **Dario Valle** con mia nonna, **Luisa Cevasco**. Genovesi di origine, due anni dopo, nel 1936 ritornano in Riviera per aprire una torrefazione ad Albenga.
Ma per comprendere come siano andate in realtà le cose dobbiamo anticipare il racconto di qualche decennio, anche solo per capire quale fosse lo spirito che animava mio nonno.

DARIO VALLE
All'inizio del XX secolo i miei nonni emigrano in Argentina, dove poi nacque mia madre, **Maria Antonietta Valle**. Il viaggio in Argentina aveva uno scopo ben preciso: aprire un'azienda per sfruttare un brevetto di mio nonno per la produzione di sigarette. Ma quell'avventura, anche a causa di problemi fiscali e finanziari, non prese mai il via.
Questa era l'indole di Dario Valle: uomo animato dallo spirito di iniziativa e dal gusto per l'avventura. Un'indole probabilmente comune a molti uomini dell'inizio del secolo scorso.
Dall'Argentina sono tornati a Genova alla fine della prima guerra mondiale.

Non so come vent'anni dopo siano capitati proprio a Terni e abbiano deciso di aprire lì una torrefazione. E non so perché abbiano scelto di trasferire l'attività proprio ad Albenga. Forse mio nonno aveva intuito che in questa zona della Riviera, in quel tempo un po' più depressa economicamente rispetto ad altre, e soprattutto rispetto alla grande città, vi fossero maggiori possibilità

Dario Valle

city, there were further possibilities of development and growth. Because if it is true that a city like Genoa would offer major potential in terms of users and customers, in Albenga the competition for a roasting was significantly less.

Today may seem strange that in the year that Italy was following the policy of autarchy choice, one could even imagine starting a business based on an imported product like coffee, but my grandfather was an enterprising man with clear ideas.
He wanted to open a coffee roasting no other frills. He never marketed other colonial products except coffee just as he never wanted to tie the roasting shop serving coffee in the cup.

At the same time he was also a man of integrity and scrupulous. My father often told a small example episode of his character. We are in 1937/38, my parents were still engaged, and my grandfather, who was waiting for an order of a ten bags of coffee, asked my dad to go and pick up at the port of Genoa.

di sviluppo e di crescita. Perché se è vero che una città come Genova avrebbe offerto maggiori potenzialità in termini di utenza e clientela, ad Albenga la concorrenza per una torrefazione era notevolmente minore.
Oggi potrà apparire strano che nell'anno in cui l'Italia seguiva la scelta politica dell'autarchia, si potesse anche solo immaginare di avviare un'attività basata su un prodotto di importazione come il caffè, ma mio nonno era un uomo intraprendente, con le idee precise. Ha voluto aprire una torrefazione di caffè, senza altri fronzoli. Non ha mai commercializzato altri prodotti coloniali se non il caffè, così come non ha mai voluto legare alla bottega di torrefazione servire il caffè in tazza.

Allo stesso tempo, era anche un uomo integerrimo, scrupoloso. Mio padre raccontava spesso un piccolo episodio esemplificativo del suo carattere.
Siamo nel 1937/38, i miei genitori erano ancora fidanzati, e mio nonno che attendeva un ordine di una decina di sacchi di caffè chiese a mio padre di andarli a ritirare al porto di Genova.

Giuseppe Borea e Antonietta Valle

Dario Valle

Giuseppe e Antonietta Borea

While my father was travelling, my grandfather heard on the radio of a further tightening of the rules on colonial products. They could no longer have been able to sell, at least legally. In fact, thanks to the black market to have ten bags of coffee, offered the chance to get rich. However, when my father was back to Albenga with the coffee bags, my grandfather asked him to bring them back. Immediately and without wanting to listen to reasons.
I, especially as a child, I imagined him as a brave adventurer and unprejudiced, but then anecdotes like this talking paint a different person.

THE WAR

My father, **Giuseppe Borea**, before the outbreak of World War II was a director of a major Company in Genoa, that dealt with naval maintenance. After the outbreak of the conflict was recalled to take part in the Russian campaign. All my family, my grandparents with my mother and my brother Piero newborn, were displaced in Loano where, in 1943, I was born. Roasting was closed, my grandparents took over the

Mentre mio padre era in viaggio, mio nonno sentì alla radio di un ulteriore inasprimento del regime sui prodotti coloniali.
Non si sarebbero potuti più commercializzare, almeno alla luce del sole. In realtà, grazie alla borsa nera, possedere dieci sacchi di caffè offriva la possibilità di arricchirsi.
Tuttavia, una volta che mio padre tornò ad Albenga con i suoi sacchi di caffè il nonno glieli fece riportare indietro. Immediatamente e senza volerne sentire ragione.
Io, soprattutto da bambino, me lo ero immaginato come un avventuriero coraggioso e spregiudicato, ma poi aneddoti come questo ne dipingono una persona diversa.

LA GUERRA

Mio padre, **Giuseppe Borea**, prima dello scoppio della seconda guerra mondiale, era direttore responsabile di una grossa impresa di Genova che si occupava di manutenzione navali. Con lo scoppio del conflitto è stato richiamato dall'esercito per partecipare alla campagna di Russia. Tutta la mia famiglia, i miei nonni, con mia madre e mio

Giuseppe e Antonietta Borea

management of the buffet of Loano station that, after the death of my grandfather in 1942, have continued to manage my grandmother and my mother.

LA GENOVESE IS REBORN
Back from Russia, my father reopens the roasting, I think it was 1944 or 1945. The Company of naval maintenance where he worked had closed and he started following roasting with my mother and my grandmother. And so we come to the picture symbol of our Company, which represents for us the founders. After all, it is not so far from the truth: certainly my parent are the "*re- founders*" of La Genovese.

It started with a small shop in via Mazzini that served as laboratory and storage, with in front a small space dedicated to the store. Since the beginning, the roasting began selling to public exercises.
At that time an agent patrolling the area from Laigueglia to Loano by bike. Only in 1949, with the purchase of the first truck, a Fiat Topolino, the coffee distribution business expands in the bars of the Riviera.

fratello Piero appena nato, furono sfollati a Loano dove, nel 1943, sono nato io.
La torrefazione venne chiusa e i miei nonni presero in gestione il buffet della stazione di Loano che, dopo la morte di mio nonno nel 1942, hanno continuato a gestire mia nonna e mia madre.

RINASCE LA GENOVESE
Rientrato dalla Russia, mio padre riapre la torrefazione, credo fosse il 1944 o il 1945.
L'azienda di manutenzione navale dove lavorava aveva chiuso e lui ha iniziato a seguire la torrefazione insieme a mia madre e a mia nonna.
E così arriviamo alla foto simbolo della nostra azienda che rappresenta per noi i fondatori.
E in fondo non è poi così lontano dal vero: certamente i miei genitori sono i **"*rifondatori*"** de La Genovese.

Si è partiti con una piccola bottega in via Mazzini, che faceva da laboratorio e da deposito, con davanti un piccolo spazio dedicato al negozio. Fin da subito la torrefazione ha cominciato a vendere ai pubblici esercizi.
A quell'epoca un agente

La prima bottega in via Mazzini / The first shop in Via Mazzini

Il piccolo Piero in triciclo / The little Piero tricycle

At that time, in Italy the roasters were made up mainly of small shops where you sell to private. They were a kind of grocery stores.
La Genovese instead had focused from the outset to roasting and selling only coffee. I've never seen in shop a product that was not coffee. Not even the colonial, chocolate or candies, but only bulk coffee.
This at least up to the 60s.

My childhood memories of roasting are related to my **grandmother Luisa**.
I do not know exactly where to look after the sale or if she knew even toasting but she has always worked in the shop of via Mazzini. What I have of her is the great love she had for my brother and me.
I also remember very well the former roaster, a F.I.M.T from 30 Kg capacity produced by Bava & Gamba in Turin, that has accompanied our activity from 1936.

perlustrava la zona da Laigueglia fino a Loano in bicicletta. Solo nel 1949, con l'acquisto del primo furgoncino, un FIAT Topolino, l'attività di distribuzione del caffè si espande nei locali della Riviera.
Allora in Italia le torrefazioni erano costituite principalmente da piccoli negozi in cui si tostava il caffè e lo si vendeva al privato. Erano una sorta di drogherie.
La Genovese invece si è dedicata fin da subito esclusivamente alla torrefazione e alla vendita del caffè. Non ho mai visto in negozio un prodotto che non fosse il caffè. Neppure i coloniali, cioccolato o caramelle: solo e sempre caffè sfuso.
Questo almeno fino agli anni '60.

I miei ricordi di bambino della torrefazione sono legati alla **nonna Luisa**. Non so esattamente se si occupasse della vendita o se sapesse anche tostare, ma si è sempre occupata del negozio in via Mazzini. Di lei conservo il grande amore che aveva per me e per mio fratello. Ricordo benissimo anche la macchina tostatrice di allora, una F.I.M.T da 30 kg della Bava e Gamba di Torino, che ha accompagnato la nostra attività dal 1936.

Giuseppe Borea con i figli Piero e Dario / Giuseppe Borea with his sons Piero and Dario

MY FATHER

My father used to say that he had been forced to make the merchant but in reality he was a technical.
He was a man who liked to use wrenches and screwdrivers and of course he took care of the maintenance of the production machines. I remember his great dexterity. Our toys, for example, were hand made by him, he was able to do everything, and could draw very well
This characteristic has remained even today at La Genovese where much of the maintenance, either the boiler ot the bagging line, is done internally.

THE FIRST BRAND

The first La Genovese brand is due to my father, his are the designs of all raw packaging of coffee, from his hand were born the consequent changes of our logo. At least up to the 80s. It was about 1960 when
He projected and ordered the prototype of "***conobox***" in cooperation with a company located in Turin, a cardboard box aluminate of 2,5 Kg capacity, with the aluminium outside and heat sealed. Thanks to the slightly conical shape it could easily stack up, saving shelf space.
Also we were using the cans that we retrieved and use again.
The customer was holding by and we, every two weeks when we passed for deliveries, withdrew those empty. They were closed with a simple lid without seal.
Later we had to seal the packaging. Also for flexible packaging that closed with a simple stapler, since the early 60s we had to use rivets or sewing with cotton thread.
It became mandatory having to tear the pack to open the coffee bags.
But not for hygienic or safety problems as you might think.

La prima tazzina con il marchio La genovese / The first coffee cup of La Genovese
Il primo marchio de La Genovese disegnato da Giusepper Borea / The first brand of La Genovese designed by Giuseppe Borea

MIO PADRE

Mio padre ripeteva spesso che era stato costretto a fare il commerciante, ma che in realtà si considerasse un tecnico.
Era un uomo che amava usare chiavi inglesi e cacciaviti e si occupava ovviamente anche della manutenzione delle macchine di produzione. Di lui ricordo la sua grande manualità.
I giocattoli ad esempio ce li costruiva lui, sapeva fare tutto, e sapeva disegnare molto bene.
E questa caratteristica che è rimasta anche oggi a La Genovese, dove gran parte della manutenzione, che si tratti dalla caldaia o della linea di imbustamento, la facciamo internamente.

IL PRIMO MARCHIO

A mio padre si deve il primo marchio de La genovese, suoi sono i disegni di tutte le prime confezioni di caffè, dalla sua mano sono nate le successive modifiche al nostro logo.
Almeno fino agli anni '60.
Negli anni sessanta ha progettato e fatto realizzare in collaborazione con una azienda torinese il cosiddetto "***conobox***", un imballo di cartone alluminato della capacità di due chili e mezzo, con l'alluminio all'esterno e termo saldato. Grazie alla forma leggermente conica si poteva impilare con facilità, risparmiando un po' di spazio nella scaffalatura.
Adoperavamo anche le lattine che al 90% recuperavamo e riusavamo. Il cliente le teneva da parte e noi ogni due settimane quando passavamo con le nuove consegne ritiravamo quelle vuote. Erano chiuse con un semplice coperchio, senza alcun sigillo.
Poi abbiamo dovuto sigillare le confezioni. Anche per gli imballaggi flessibili che si chiudevano con una semplice graffettatrice, dagli inizi degli anni '60 abbiamo dovuto usare i rivetti o la cucitura con il filo di cotone. Diventò obbligatorio dover lacerare la confezione per aprire i sacchetti di caffè. Ma non per problemi igenici o di sicurezza, come si potrebbe pensare.

La prima latta de La Genovese disegnato da Giuseppe Borea / The first tin of La Genovese designed by Giuseppe Borea

CORRIERE MILANESE

UNA DISINVOLTA DECISIONE

Senza posta per 48 ore

Si smette di distribuire la corrispondenza il sabato mattina

L'ESODO DEL PRE-FERRAGOSTO

Treni straordinari per il "week-end,,

Rinforzate anche le linee di pullman - Nel caso che venga effettuato lo sciopero, anticipare sabato le partenze

Per chi è costretto a partire il sabato la più immediata soluzione di partenza di questo giorno...

Anche i treni straordinari di partenza delle stazioni Centrale e di quelle di Porta Garibaldi.

VENERDI' 7 AGOSTO: per Lecco alle 7,15 da Porta Garibaldi arrivo a Lecco alle 10,08 con fermate ad ogni stazione; per le 20,15 alla Centrale arrivo a Bergamo Palabella alle 21,40 circa.

SABATO 8 AGOSTO: per Venezia alle 6,40 dalla Centrale arrivo alle 9,30; alle 7,15 dalla Centrale arrivo alle 11,30; alle 11,15 dalla Centrale arrivo alle 14,05; alle 13,15 dalla Centrale arrivo alle 16,05; alle 14,47 dalla Centrale arrivo alle 17,40; alle 16,15 dalla Centrale arrivo alle 19,10 a Mestre. Da Venezia alle 6,30 arrivo a Milano alle 9,30; alle 11,30 arrivo alle 14,30; alle 14,30 arrivo alle 17,30; alle 16,30 arrivo alle 19,30; alle 18,30 arrivo alle 21,30.

DOMENICA 9 AGOSTO: per Genova alle 7,15 dalla Centrale arrivo a Milano alle 9,15; alle 7,15 dalla Centrale arrivo a Milano alle 10,05; per Roma, Sicilia alle 1,15 dalla Centrale arrivo a Roma alle 11,05; alle 12,15 dalla Centrale arrivo a Roma Termini alle 17,05; alle 13,47 dalla Centrale arrivo a Napoli Centrale alle 18,40; alle 15,15 dalla Centrale arrivo a Napoli alle 19,40 circa; alle 17,15 dalla Centrale arrivo a Roma alle 21,05; per Venezia alle 8,40 dalla Centrale arrivo alle 11,30; alle 11,15 dalla Centrale arrivo alle 14,05; alle 13,15 dalla Centrale arrivo alle 16,05; alle 14,47 dalla Centrale arrivo alle 17,40; alle 16,15 dalla Centrale arrivo alle 19,10 a Mestre. Da Venezia alle 6,30 arrivo a Milano alle 9,30; alle 11,30 arrivo alle 14,30; alle 14,30 arrivo alle 17,30; alle 16,30 arrivo alle 19,30; alle 18,30 arrivo alle 21,30.

Anche i treni straordinari di ritorno da Lecco da Bergamo da Venezia da Genova da Roma da Napoli e da Torino saranno numerosi. Il Ministero competente ha infatti disposto che il traffico ferroviario della domenica sera sia pari a quello che normalmente precede una festività infrasettimanale.

Per quanto riguarda i pullman, per quanto possibile, l'ufficio di partenza di tutte le linee sarà spostato dalla Stazione Centrale alla Stazione Garibaldi.

NEL VENTENNALE DELLA LIBERAZIONE

Commemorati i martiri di piazzale Loreto

Degni ricordi il commovente anniversario dell'eccidio dei quindici partigiani trucidati per rappresaglia.

Stamane, davanti al cippo che ne ricorda il sacrificio, vengono deposte corone di fiori dai rappresentanti del Governo e delle organizzazioni democratiche. Alle 9,30 il sindaco professor Pietro Bucalossi, insieme agli assessori Diletta Balbo, comunista, Cassina e Cassinis, democristiani, Cagnoli e Cassinelli, socialisti, giunti al Cimitero Monumentale, si recano alla tomba di Salvatore Quasimodo, dove viene deposta una corona di alloro.

Successivamente, accompagnato dal consigliere provinciale Ferrari, il sindaco si reca al Cimitero di Musocco, dove viene deposta una corona di alloro sulla tomba di Ferruccio Parri.

CAFFE' AUSPICATE LEGGI SEVERE

Crisi degli importatori per il contrabbando

I commercianti non temono tanto il «caso» Trubino, quanto il traffico capillare su vasta scala

Il contrabbando rischia la più grave crisi della sua storia? Gli importatori e i commercianti di caffè verde sembrano convinti che qualcosa di molto grosso sta per succedere nel settore. Ma non sanno ancora quale sarà la portata di questo avvenimento.

Il caso Trubino ha creato un precedente giudiziario assolutamente privo di ogni termine di confronto, e quindi non è possibile fare previsioni. Ma è certo che la vicenda ha avuto una risonanza tale da mettere in allarme tutti gli operatori del settore, che temono ora di essere coinvolti in una serie di processi.

Per cercare di capire quale sia la situazione, abbiamo parlato con alcuni importatori e commercianti di caffè verde, che ci hanno fornito alcuni dati di fatto. Il primo riguarda il volume del contrabbando, che viene calcolato in circa 9 milioni di quintali all'anno. Di questi, circa 4 milioni vengono introdotti clandestinamente in Italia attraverso i confini, mentre i restanti 5 milioni vengono importati regolarmente, ma poi dirottati verso altre destinazioni.

Il contrabbando è organizzato in modo capillare e viene condotto con mezzi sempre più moderni. Gli automezzi vengono caricati di notte in località vicine ai confini e poi partono per Milano o per altre città, dove la merce viene scaricata e immessa nel mercato.

Un importatore ha dichiarato: «Il contrabbando è ormai una piaga nazionale. Non si tratta più di piccoli traffici, ma di vere e proprie organizzazioni che operano su scala industriale».

Secondo alcuni, la crisi potrebbe essere provocata dalla recente decisione del governo di aumentare i dazi doganali sul caffè verde. Altri ritengono che la crisi sia dovuta a una maggiore vigilanza da parte delle autorità doganali.

Comunque, una cosa è certa: la crisi del contrabbando non significa che il caffè costerà meno. Anzi, molti importatori temono che i prezzi possano aumentare ulteriormente, a causa della riduzione dell'offerta.

LETTERE PER LA CITTA'

Indignazione per il mercato in via Buschi

A causa dei lavori della metropolitana, il mercato settimanale di via Buschi ha dovuto trasferirsi in una nuova sede, e molti commercianti sono scontenti per la nuova ubicazione. Molti clienti si lamentano della scomodità di raggiungere il nuovo mercato, che è più lontano dalla fermata del tram e dalla stazione della metropolitana.

Rapinatore crivella Pauto dei fidanzati

Estesa a Milano le indagini di una drammatica aggressione

La polizia sta indagando per identificare un rapinatore che ieri sera ha aggredito una coppia di fidanzati nella periferia di Milano. Il rapinatore, armato di pistola, ha minacciato i due giovani e ha tentato di rubare loro la macchina. La polizia ha aperto un'inchiesta per cercare di identificare il rapinatore e per recuperare la refurtiva.

TUTTI IN LIBERTA' GLI ALTRI COINVOLTI NEL « CASO »

CONDANNATO PER L'ASSASSINIO DELLA SUOCERA

BRAWL AT CUSTOMS

In the summer of 1960 was a scandal: it was discovered that a roasting in Genoa, with the complicity of some officers, evaded customs fees.
Rumours were running in our environment: we were all rather perplexed about how that company, that did sell a good coffee, flourished and had become a power. Then everything became clear.
Overnight they were going to take the raw coffee directly to customs where they found the gates open.
But one night there was a big fight with customs agents, the affair was discovered and created great sensation nationwide. This scandal brought to new anti-smuggling laws. The packages must be sealed and parcels could not weigh more than 5 Kg, new loading and unloading registers and so on...
Then we have had to adapt our package to the flexible leaving with conobox and recyclable cans.

RISSA IN DOGANA

Nell'estate del 1960 era scoppiato uno scandalo: si scoprì che una torrefazione di Genova, con la complicità di alcuni doganieri, evadeva le tasse doganali.
Le voci nel nostro ambiente correvano: eravamo tutti abbastanza perplessi su come quella azienda, che vendeva un gran buon caffè, prosperasse e fosse diventata una potenza.
Ma poi lo abbiamo capito.
La notte andavano a prendere il caffè crudo direttamente in dogana, dove trovavano i cancelli aperti.
Una notte però vi fu un lite, una vera e propria rissa con i doganieri, la vicenda si scoprì e suscitò scalpore a livello nazionale.
Questo scandalo portò a nuove leggi anticontrabbando. Le confezioni dovevano essere sigillate, i pacchi non potevano pesare più di cinque chili, nuovi registri di carico e scarico e quant'altro.
E noi ci siamo dovuti adattare al flessibile abbandonando il conobox e le lattine "riciclabili".

La prima bottega in via Mazzini / The first shop in Via Mazzini

ROASTING THE SECOND GENERATION

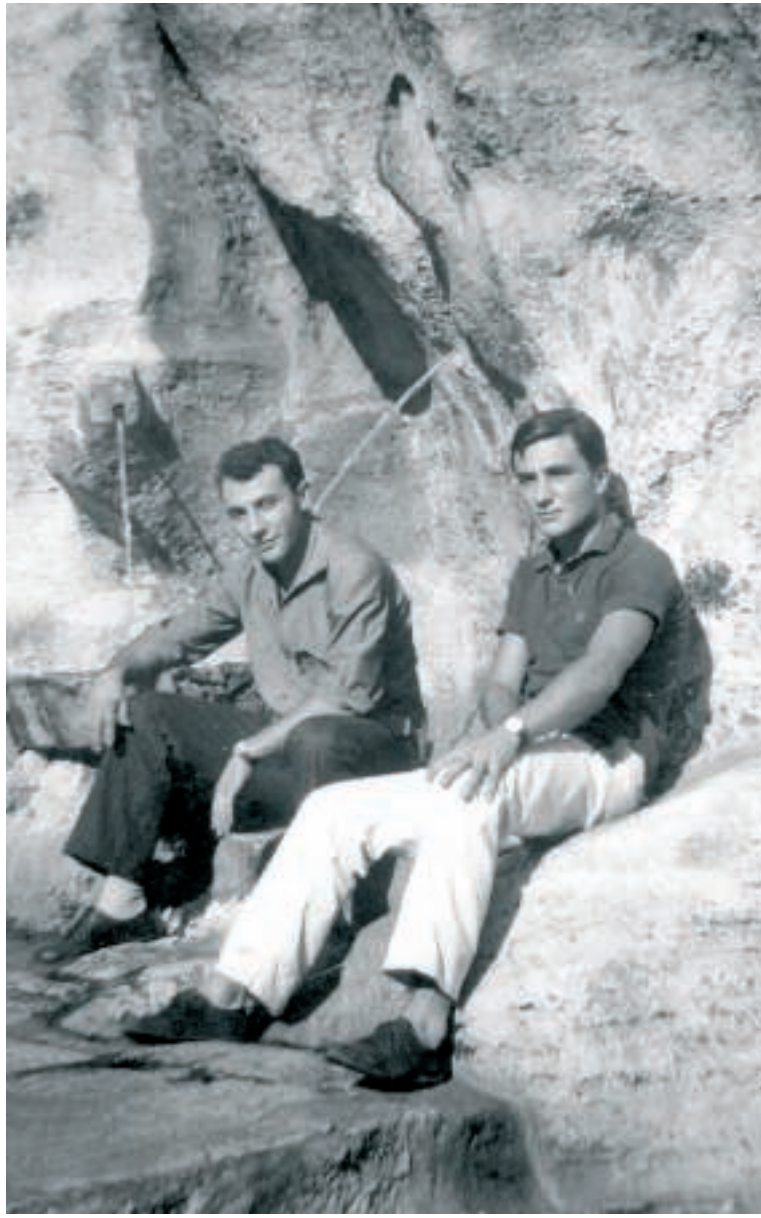
My brother **Piero** joined the company when he was very young, in 1956, and so did I some years later in 1965, immediately after graduating in accountancy. In fact, we use to work in the company while being students, in school breaks. We were not obliged, but my father was good at involving us. I cannot say that we had a difficult life, instead we have always had more than we needed, even the most beautiful cars.
Once joined the company we could stay out late at night, but at eight in the morning, we were supposed to be in roasting.

Piero at the beginning worked in the production. Later it became necessary to replace a sales man so he dealt with it. From then on, Piero was always involved with the commercial department of La Genovese.
I was dealing with accountancy and roasting, together with my father. We were a small number of people working in roasting, so we all had to do what was needed from time to time: from accounting to roasting or delivering.
I seldom dealt with sales. Obviously sometimes I was involved with deliveries or collecting some orders, but it was something that I did not like to do and maybe I was not suitable for it.
My brother Piero instead was perfect to handle customers. It was a job that he loved and it was easy for him to enter into people confidence and sympathy and.
In the occasion of relocation to via Vittorio Veneto, in 1967, we split the tasks: my brother was in charge of the commercial department with two sales agents, my father was dedicated to administration and purchasing and I was involved with roasting and management of the warehouse.

LA TORREFAZIONE LA SECONDA GENERAZIONE

Mio fratello **Piero** è entrato in azienda molto giovane, nel 1956. Io qualche anno più tardi, nel 1965, subito dopo il diploma in ragioneria. A dire il vero lavoravamo in azienda anche da studenti, quando eravamo a casa da scuola per le vacanze. Non ci ha mai obbligato nessuno, ma mio padre sapeva coinvolgerci.
Non posso certo dire che abbiamo avuto una vita difficile. Al contrario abbiamo sempre avuto molto di più di quello che ci necessitava, anche le auto più belle.
Una volta entrati in azienda potevamo stare fuori fino alle cinque del mattino, ma poi alle otto dovevamo essere in torrefazione.

Piero inizialmente ha lavorato in magazzino. Poi è stato necessario dover tappare d'urgenza il vuoto di un venditore e ci ha pensato lui. Da lì in poi ha continuato a occuparsi sempre del settore commerciale de La Genovese.
Io, insieme a mio padre, mi occupavo della tostatura e dell'amministrazione. Eravamo poche persone a lavorare nella torrefazione e di conseguenza tutti dovevamo di volta in volta metterci a fare quello di cui c'era bisogno in quel momento: dalla contabilità al magazzino, dalla torrefazione del caffè alle consegne.
Io mi sono occupato raramente del settore commerciale. Certo, qualche volta è capitato anche a me di dover fare delle consegne o raccogliere degli ordini.
Ma era una cosa che non mi piaceva fare e forse non c'ero portato. Mio fratello Piero invece era perfetto per gestire la clientela. Era un lavoro che amava e riusciva con facilità a entrare nella simpatia e nella fiducia delle persone.
Con il trasferimento in via Vittorio Veneto, nel 1967, ci siamo divisi i compiti: mio fratello si è occupato di condurre il settore commerciale, con l'ausilio di un paio di venditori, mio papà dell'amministrazione e degli acquisti e io mi sono dedicato alla torrefazione e alla gestione del magazzino.



Piero e Dario Borea

Caffè Concerto da Balzola Alassio negli anni '60 / Café Concert In Alassio in the '60

TOURIST COFFEE

In the early 1960s my father noticed that tourists, especially Germans, drank much coffee although it was made at their own way.
So we made a special blend toasted little more clear, created with a blend of lower quality.
That, in shallow and conceited belief that German tourists did not understand a lot about coffee and could be happy with cheaper blends. That coffee did not succeeded.
One day, coming into roasting my dad said: "*Did you know that largest importers of the best blends of coffee are the Germans? and we give them that stuff?*".
We learned more about their habits, concerning either roasting or quality and created the Deutsche coffee: a blend made with high quality coffee roasted very clear.
The blend was very similar to the one produced for our espresso.
We started to sell large quantities, delivered coarsely ground to Hotels and coffee shops, to assist them in powder particle size, and then they could chose if serving it filtered or directly

IL CAFFÈ TURISTICO

All'inizio degli anni sessanta mio padre aveva notato che i turisti, soprattutto tedeschi, bevevano molto caffè. Fatto a modo loro, ma lo bevevano.
Realizzammo una miscela tostata un po' più chiara, ma creata con miscele di qualità inferiore. Questo nella convinzione, superficiale e presuntuosa, che i turisti tedeschi non capissero nulla di caffè e che si potessero accontentare anche di miscele scadenti.
Quel caffè però non andava.
Mio padre un giorno entrando in torrefazione mi disse: "*Ma lo sai che i maggiori importatori europei delle migliori qualità di caffè sono proprio i tedeschi? E noi gli diamo sta roba?*".
Ci siamo documentati meglio sui loro gusti, sia riguardo la tostatura sia riguardo la qualità, e abbiamo realizzato il Deutsche caffè: una miscela di qualità elevate di caffè torrefatto chiarissimo. La miscela era molto simile a quella che usavamo per il nostro espresso.
Abbiamo cominciato a venderne moltissimo, lo fornivamo ai bar e agli alberghi già macinato piuttosto grosso, per agevolarli anche nella granulometria della polvere, e poi spettava loro se farglielo filtrato o

Bar Luigetto a Finale Ligure e Bar Ferrari ad Albenga negli anni '60 / Bar Luigetto in Finale Ligure and Bar Ferrari in Albenga in the '60

in the espresso machine.
We had learned that the Germans, despite having tastes and habits different from ours, were able to distinguish a quality coffee, and this allowed us to excel.
As the years passed, we saw less and less Germans in Riviera and the few remaining began to appreciate Italian espresso so the Deutsche coffee went out of production.

THE DECAFFEINATED COFFEE
Basically it's the same logic that we adopted also for decaffeinated coffee.
Many, even among producers, still think decaffeinated coffee has little flavour, and little value and who drinks it, after all, is not a lover of good coffee and don't expect much from the cup. For this reason, often lower quality blends are chosen.
Removing caffeine doesn't mean taking away the taste and flavour of the coffee. Using fine blends, even the coffee that you get will be a valuable coffee.
In the early 80s we were the first to believe in the decaffeinated.
When almost all the roasters were selling HAG, we came out with a

direttamente nella macchina espresso. Avevamo capito che i tedeschi, pur avendo gusti e abitudini diverse dalle nostre, sapevano distinguere un caffè di qualità e questo ci permise di primeggiare. Poi col passare degli anni di tedeschi in Riviera se n'è visti sempre meno e quei pochi hanno cominciato ad apprezzare l'espresso all'italiana e il Deutsche Caffè è uscito di produzione.

IL DECAFFEINATO
In fondo è la stessa logica che abbiamo adottato anche per il caffè decaffeinato.
Molti, anche tra i produttori, ancor oggi pensano che il caffè decaffeinato sappia di poco, valga poco e che chi lo consuma in fondo non sia un amante del buon caffè e non si aspetti molto dalla tazzina.
Di conseguenza spesso vengono scelte miscele di qualità inferiore.
Non è così. L'aver tolto la caffeina non significa aver tolto il gusto e il sapore del caffè. Se si utilizzano miscele pregiate anche il caffè sarà un caffè di valore.
Negli anni '80 siamo stati i primi a credere nel decaffeinato.
Quando ancora pressoché tutte le torrefazione vendevano HAG, noi

Tazzina caffè decaffeinato 1980 / 1980s decaffeinated coffee cup

Piero Borea

Bar Luigetto a Finale Ligure negli anni '60 / Bar Luigetto in Finale Ligure in the '60

decaffeinated coffee with our brand. First in sachets, then pods and finally packaged in beans in a 1000 gr jar to be served freshly ground with a dedicated grinder, just like a normal non decaffeinated blend. The result is surprising and I defy anyone to tell the difference with a coffee non decaffeinated in a blind tasting.

THE BAR MEN

Anyway, back to the period between the late 50s and early years 60 our only concern was to find best origins aiming to offer customers great blends.
However, when the big roasters have decided to change the rules and attack the market we found ourselves in troubles. I remember that the small roasters were in great concern at the start of the season.
Usually, around Easter, major roasting companies send their agents to visit the cafés, agent that we nicknamed “Bar Men”. Sellers at all interested in selling coffee, but had real object to take home a contract. And to do so they had huge financial resources available.

siamo usciti con un decaffeinato a nostro marchio. Prima in bustine monodose, poi in cialda e infine confezionato in grani in barattolo da 1000 g, da servire macinato fresco con un macinino dedicato, proprio come una normale miscela non decaffeinata. Il risultato è sorprendente e sfido chiunque a riconoscere la differenza con un caffè non decaffeinato in un assaggio alla ceca.

GLI UOMINI BAR

Tornando al periodo a cavallo tra la fine degli anni ‘50 e l’inizio anni ‘60, la nostra sola preoccupazione era cercare le origini migliori e offrire ai clienti delle ottime miscele.
Tuttavia quando i grossi torrefattori nazionali hanno deciso di cambiare le regole e aggredire il mercato ci siamo trovati in difficoltà. Ricordo che le piccole torrefazioni vivevano con terrore l’inizio della stagione.
Di solito intorno a Pasqua i colossi del caffè spedivano i loro agenti a perlustrare i locali, agenti che noi soprannominavamo gli “Uomini Bar”.
Venditori a cui non interessava nulla di vendere caffè, ma che avevano come unico vero obiettivo portare a casa un contratto.

Bar anni ‘50

Dario Borea nel magazzino di via Mazzini / Dario Borea in Via Mazzini warehouse

At that time, providing free loan equipment at the bar was unimaginable. When offered a grinder in use was already so well as rare.
"Bar Men" instead, offered almost everything from cups to the coffee machine.
They created an uproar, we had no chance to compete with their offers. In our favour was the quality, the sympathy of those who went around and the relationship of trust established with the customer, with people. We had to be constantly available and elastic ready to welcome and satisfy every request. We had to make us feel part accomplices and this for the first years has rewarded us, at least until the end of the 70.

THE CRISIS

In the mid 70's my mom got sick and my father suffered a lot. Soon after, in 1977, she died. My father in the meantime had lost almost totally the view and the company begins to suffer from the crisis of the early 1980s. My brother was obliged to rush from one customer to another, cuddle them trying to cash. I was dealing

E per poterlo fare avevano a disposizione enormi disponibilità economiche. A quell'epoca fornire in comodato d'uso l'attrezzatura ai bar era inimmaginabile. Quando si offriva un macinino in uso era già tanto, oltre che raro.
Gli "Uomini Bar" viceversa offrivano pressoché tutto, dalle tazzine alla macchina del caffè.
Crearono scompiglio: noi non avevamo possibilità di competere con le loro offerte. A nostro favore c'era la qualità, la simpatia di chi andava in giro e il rapporto fiduciario instaurato con il cliente, con le persone. Dovevamo essere sempre disponibili ed elastici, pronti ad accogliere e accontentare ogni richiesta. Dovevamo farci sentire partecipi, complici. Questo, per i primi anni, ci ha premiato. Almeno fino alla fine degli anni '70.

LA CRISI

A metà degli anni '70 mia mamma si è ammalata e mio padre ne ha sofferto molto.
Poco dopo, nel 1977, è mancata. Mio padre nel frattempo aveva perso quasi totalmente la vista e l'azienda cominciava a risentire della crisi dei primi anni 1980.
Mio fratello era obbligato a correre

Piero davanti al Bar Ferrari di Albenga / Piero at Bar Ferrari in Albenga

Giuseppe e Antonietta Borea

with administration, accounting, purchasing and roasting.
Then in 1984 also Piero get sick and dies after only a month. My father, after illness and sudden death of my brother lost permanently every desire to go ahead and in 1986 he is also dead.
For me those years were really hard. All of a sudden, two fulcrums on which it held the company are missed: my brother and my dad. At the same time, the crisis hit all the roasters especially the medium and small as La Genovese. Suddenly everything began to turn only around me.
I was forced to find new partners and new staff to support me in the management and to share responsibilities. I was accustomed to decisions made in the family and I had to adapt myself to think differently, to share responsibilities and decisions.
I had the good fortune to meet **Andrea Chessa** who joined me in running the business, taking up the administrative and accounting management.
We revived the company and laid the foundation for new growth. Andrea has given the company a modern vision.

da un cliente all'altro, coccolarlo e cercare d'incassare. Io mi occupavo dell'amministrazione, della contabilità, degli acquisti e della tostatura.
Poi nel 1984 anche Piero si ammala e dopo solo un mese muore. Mio padre con la malattia e la scomparsa improvvisa di mio fratello ha perso definitivamente ogni voglia di andare avanti e nel 1986, è mancato anche lui.
Per me quegli anni sono stati davvero difficili. All'improvviso sono venuti a mancare i due fulcri su cui si reggeva l'azienda: mio fratello e mio padre. Contemporaneamente la crisi colpiva tutte le torrefazioni, soprattutto le medie e piccole come La Genovese. Improvvisamente, tutto ha cominciato a girare solo intorno a me. Ho avuto la necessità di trovare nuovi soci, nuovi collaboratori che mi affiancassero nella gestione e nelle responsabilità. Ero abituato a decisioni prese nell'ambito familiare, ho dovuto adattarmi a pensare diversamente, a diversificare le responsabilità e le decisioni.
Ho avuto la fortuna d'incontrare **Andrea Chessa**, che mi ha affiancato nella conduzione dell'azienda, prendendone in mano

We worked together until he has retired in 2003.

In the 80's the coffee market was in crisis and at the end of the decade the price is arrived at very low levels. Some historic companies such as Bozzo in Genoa good friends of my father, which was the third of the world for the marketing of green coffee, had to close and take the books in court.
They were "bullish" and when the price started to go down, have gone around the world to buy crops. The price has not risen, indeed continued to fall. Even a sector of Rothschild of Paris has closed for the same reason.
Once the price of coffee was calmed in various ways. An example of price-controlled coffee was the Brazilian IBC, coffee also used by us. IBC, Instituto Brasileiro do Café, was a consortium of federal government, under the Ministry of Industry and Commerce, which defined the policies of agricultural products in Brazil between 1952 and 1989. They set aside a certain amount of Brazilian coffee and was one of the ways they used for ceiling the market, and maintain a stable coffee price.

la gestione amministrativa e contabile. Abbiamo risollevato l'azienda e posto le basi per una nuova crescita.
Andrea ha donato all'azienda una visione moderna. Abbiamo lavorato assieme fino a quando è andato in pensione, nel 2003.
Negli anni '80 il mercato del caffè era in forte crisi, e alla fine del decennio il prezzo era arrivato a livelli molto bassi. Alcune aziende storiche, come ad esempio la Bozzo di Genova, che era al terzo posto nel mondo per la commercializzazione del caffè verde, grandi amici di mio padre, hanno dovuto chiudere e portare i libri in tribunale.
Loro erano "rialzisti" e quando il prezzo ha cominciato a scendere sono andati in tutto il mondo a comprare raccolti. Il prezzo non è più salito, anzi ha continuato a scendere. Perfino un settore della Rothschild di Parigi ha chiuso per lo stesso motivo. Una volta il prezzo del caffè veniva calmierato in vari modi.
Un esempio di caffè calmierato era l'IBC brasiliano, caffè che anche noi usavamo. L'IBC, l'Instituto Brasileiro do Café, era un Consorzio del Governo Federale, sotto il Ministero dell'Industria e del Commercio, che ha definito le politiche dei prodotti agricoli in Brasile tra gli anni 1952 e 1989. Accantonavano un certo quantitativo di caffè brasiliano ed era uno dei modi usati per calmierare il mercato, per mantenere il costo del caffè stabile.

Piero al Caffè dei Giardinetti ad Albenga / Piero at Caffè dei Giardinetti in Albenga

Tazzine anni '90 / 1990s coffee cups

COFFEE EXCHANGE

Coffee is a product listed at the Stock Exchange, therefore it is easily imaginable continuous fluctuations to which it is subjected. In 50 years I do not remember ever having bought coffee at the same price.
Until the 80 the ICO (International Coffee Organisation) established minimum and maximum prices for green coffee, in a sort of mediation between producers and consumer countries. The collapse of the ICO agreements, at the end of 1980, left the coffee market in the ends of multinationals and large financial investors.
Faced with this crisis, in reply, big coffee companies did not lower prices but increased the range of services offered to their customers. With the collapse of prices the way they compete on the market with local roasters, through the "bar men" that I told, became standard and no longer discontinuous.
For artisan roasters who based their offer on quality, provide services or give loans was out of reach. Then the bank interest were very high and this certainly did not facilitate the work. All this

LA BORSA DEL CAFFÈ

Il caffè è un prodotto quotato in borsa, per cui sono facilmente immaginabili le perenni fluttuazioni a cui è sottoposto.
In cinquant'anni non ricordo di aver mai comprato una sola volta il caffè allo stesso prezzo.
Fino agli anni '80 la ICO (International Coffee Organization) stabiliva prezzi minimi e massimi per il caffè verde, in una sorta di mediazione tra i Paesi produttori e i Paesi consumatori.
Il crollo degli Accordi ICO alla fine degli anni '80 lasciò il mercato del caffè in mano alle multinazionali e ai grandi investitori finanziari.
Di fronte a questa crisi, per tutta risposta, le grandi aziende del caffè non abbassarono i prezzi ma aumentarono l'offerta dei servizi offerti ai loro clienti. Con il crollo dei prezzi il loro modo di competere sul mercato con le piccole torrefazioni locali, attraverso gli "uomini bar" di cui ho raccontato, da discontinuo è diventato norma.
Per le torrefazioni artigianali che basavano la propria offerta sulla qualità del caffè, concedere servizi o dare finanziamenti era fuori portata. Allora gli interessi bancari

Tazzine anni '60 e '70 / 1960s and 1970s coffee cups

Tazzine anni '70 e '80 / 1970s and 1980s coffee cups

has led to a considerable die-off small and medium-sized roaster. In some way, we have had to adapt to parry the shot, continuing to offer an excellent quality of coffee: the only field in which we could be really competitive. Passed this time of crisis the company began to grow.

WITHOUT MONEY

There is a bizarre unusual feature that I learned doing this job: **the coffee is bought "with no money"**.
The coffee of course is paid, but the purchase takes place in this way: **Enrico Bozzo** our broker, call to warn us that there is on offer, for example Brazil quality, with embarkation in January. This means that coffee is due for arrival beginning of March.
Enrico gives us the listing of the coffee at that time. We give the availability to purchase a specific number of bags. That's it. We are buying something without an advance payment, often without having signed an order.
However, the cost of the coffee is subjected to changes in stock market and currency. It means that, when the coffee arrives and

erano altissimi e questo non facilitava di certo il lavoro.
Tutto questo ha portato a una sensibile moria di torrefazioni piccole e medie.
Anche noi in qualche modo ci siamo dovuti adeguare per parare il colpo, continuando comunque a offrire un'eccellente qualità di caffè: l'unico campo su cui potevamo essere davvero competitivi. Superato quel periodo di crisi l'azienda ha cominciato a crescere.

SENZA SOLDI

C'è una particolarità bizzarra e inconsueta che ho imparato facendo questo mestiere: **il caffè si compra "senza soldi"**.
Lo paghiamo naturalmente, ma l'acquisto si svolge in questo modo: chiama **Enrico Bozzo**, il nostro broker, e ci avverte che stanno offrendo, per esempio, del Brasile con imbarco a gennaio. Il che significa che quel caffè arriverà da noi ai primi di marzo. E ci dà la quotazione di quel caffè in quel momento. Noi diamo la disponibilità all'acquisto di un determinato numero di sacchi. Punto. Stiamo comprando qualcosa senza versare un anticipo, spesso

it regulates the deal, could be worth much more or much less. There has never been a time where we rejected the deal or that it did Enrico.
I consider Enrico a family member, we have been working together since 1976, I met him first when he was a young salesman and he hung around in Riviera looking for new clients. It has immediately established a friendship that goes beyond the work.
When my son Alessandro took over the purchasing or green coffee, I thought he wanted to change, searching new sources as normal for a young. Instead he immediately established a good relationship with Enrico and continued to work with him.
In relations with suppliers, there must be a great mutual trust. The filibusters are short-lived in this market and especially the relationship with the broker must stand on complete trust. When there were no cell-phones could happen that I be absent by the company for a week and were not reachable. When I came back Enrico was calling me and telling "*I could not get in touch. I wanted to*

senza aver firmato un ordine.
Tuttavia il costo del caffè è soggetto alle variazioni di borsa e di valuta. Significa che poi, quando il caffè sarà arrivato e si regolarizza la trattativa potrebbe valere molto di più o molto di meno.
Non c'è stata una sola volta in cui abbiamo rifiutato l'accordo o che l'abbia fatto Enrico.
Enrico lo considero una persona di famiglia, lavoro con lui dal 1976. L'ho conosciuto che era un giovane venditore e girava la Riviera in cerca di nuovi clienti. Si è subito instaurata un'amicizia che va oltre il rapporto di lavoro.
Quando Alessandro, mio figlio, ha preso in mano gli acquisti del crudo, pensavo volesse cambiare, cercare alternative, come è normale per un giovane. Invece ha subito instaurato un ottimo rapporto con Enrico e ha continuato a lavorare con lui.
Nei rapporti con i fornitori ci deve essere una grande fiducia reciproca. I filibustieri hanno vita breve in questo mercato, e in particolar modo il rapporto con il broker deve reggersi sulla totale fiducia. Quando ancora non c'erano i cellulari, poteva capitare che mi assentassi dall'azienda per una

Tazzine anni '80 / 1980s coffee cups

Tazzine anni '90 e '2000 / 1990s and 2000s coffee cups

propose some Nicaragua. I set 50 bags for you because the price seemed good".
And I always answered "*Well done!*"
He knows my needs and my consumption.
It has never happened that he got coffee with a lower price than it fixed and I had not accepted. Conversely, that the coffee had gone up and the broker, citing a thousand of excuses, did not have delivered.
It is an interesting market, slightly stressful but very exciting.

There is an episode that I'm proud to tell concerning Enrico Once passing by us in Albenga told me: "*I see an atmosphere in this company that I do not find anywhere else, it always seems that there is harmony*."
I was very happy to hear that, especially knowing that he would never have said if it was not really what he felt.
By us in the company, all work relationships are family. From what I remember since I began to be in the company, only one person was dismissed. For sure, I know I'm very demanding and asking a lot to my staff, on the

settimana e non fossi raggiungibile. Quando tornavo Enrico mi chiamava e mi diceva "*guarda non ti ho trovato, volevo proporti del Nicaragua. Ne ho fissato 50 sacchi per te perché il prezzo mi sembrava buono*". E io ho sempre risposto "*Bravo, hai fatto bene*".
Lui conosce le mie esigenze, i miei consumi.
Non è mai successo che fosse arrivato il caffè, con un prezzo minore di quanto fissato e io non lo avessi ritirato. O viceversa che fosse salito e il mediatore adducendo 1000 scuse non me lo abbia dato. È un mercato interessante, dà un po' di stress è vero, ma è interessante.

C'è un episodio che mi inorgoglisce raccontare e che riguarda Enrico. Una volta passando da noi ad Albenga mi disse: "*vedo una atmosfera in questa azienda che non trovo da nessuna altra parte. Sembra sempre che ci sia armonia*".
Mi fece molto piacere sentirlo, soprattutto sapendo che non lo avrebbe mai detto se non fosse davvero quel che sentiva. Da noi in azienda tutti i rapporti di lavoro sono "familiari". Che io ricordi, da quando ho cominciato a essere in azienda, è stata allontanata una

other hand I have always thought that working in a serene environment, able to meet the needs of everyone could bring to the company benefits.

sola persona. Certo, so di essere anche molto esigente e di chiedere molto ai miei collaboratori, ma ho sempre pensato che lavorare in un ambiente sereno, capace di soddisfare i bisogni di ognuno potesse portare solo vantaggi all'azienda.

Pack anni '50

OUR BLENDS

Natural Arabica Brazilian coffee, has always been behind, at the base, the skeleton of our blends.
Different types of Santos have alternated over the years in our roasting machine: it could happen that some coffees decreased the quality level, or we discovered other best.
Nowadays we use two different types of natural Santos (Cerrado and Guaxupè) and a semi-washed Santos called "Descascado" with aromatic characteristics different from other natural Arabica.
Recently we discovered a Brazilian "Ipanema" which comes from the region of Sul da Minas Gerais, with exceptional characteristics. It is difficult to be proposed in a blend and we offer it in single origin in the line of Specialty Coffees.

Usually we combine Brazilian (coffee) with washed Arabica coffees, with sweet fruity floral aroma: our blends always have had those peculiarities.
The choice has always falling over Central America coffees such as Salvador, Costa Rica, Guatemala, Santo Domingo and Colombia.
In the 80's came the Indian coffees and we used them to replace some origins which at that time did not convince us very. For example Colombia we replaced with India Plantation (Arabica) and Java with India Parchment (Robusta). Indians came late in the coffee world, but they were marked by the excellent quality and timely delivery.
Personally, I've always been in love with the East Africa Arabica qualities, like Kenya and Ethiopia.
They are exceptional coffee with high acidity and aromas of citrus and dried fruits. In our blends cannot miss Ethiopia (Sidamo), while Kenya, which was used by my father, has such unique properties, not least the price, that added in a

LE NOSTRE MISCELE

Il Caffè Brasiliano, arabica naturale, è sempre stato alla base, lo scheletro, delle nostre miscele.
Diverse tipologie di Santos si sono avvicendate negli anni nella nostra macchina torrefattrice: poteva succedere che alcuni caffè scendessero di qualità, o ne scoprissimo altri di migliori. Oggi utilizziamo due tipi di Santos naturale (Cerrado e Guaxupé) e un Santos semi-washed (semilavato) detto "Descascado" che ha caratteristiche aromatiche diverse rispetto gli altri arabica naturali.
Recentemente abbiamo scoperto un Brasile "Ipanema" che arriva dalla regione del Sul da Minas Gerais, con caratteristiche eccezionali. È difficile da proporre in una miscela e lo proponiamo in single origin nella linea degli Specialtys Coffees.

Di solito affianchiamo al Brasile dei caffè arabica lavati, con caratteristiche aromatiche dolci, floreali, fruttate: le nostre miscele hanno sempre avuto queste peculiarità.
La scelta è sempre caduta su caffè del Centro America: Salvador, Costa Rica, Guatemala, Santo Domingo, Colombia.
Negli anni '80 sono arrivati i caffè indiani e li abbiamo usati per sostituire alcune origini che in quel periodo non ci convincevano molto. Per esempio il Colombia l'abbiamo sostituito con l'India Plantation (Arabica) e il Giava con l'India Parchment (Robusta).
Gli Indiani sono arrivati tardi nel mondo del caffè, ma si sono contraddistinti per l'ottima qualità e consegne puntali.
Personalmente sono sempre stato innamorato degli arabica dell'Africa Orientale, Kenya e Etiopia. Sono caffè eccezionali, con acidità spiccata e aromi di frutta, agrumi e frutta secca.
Nelle nostre miscele non può mancare l'Etiopia (Sidamo), mentre il Kenya, che veniva usato già da mio padre, ha caratteristiche talmente particolari, non ultima il prezzo, che inserirlo in una miscela è sprecato. Per questo lo proponiamo, come l'Ipanema, in single origin nella linea Specialtys Coffees.

Pack 2015 Specialty Coffee

MISCELA DI CAFFÈ IN GRANI
Qualità oro
la Genovese
ALBENGA

blend is wasted. For this reason we propose it, like Ipanema, in single origin in the line of Specialty coffees.

On the contrary, we have never used much Robusta. When I started working on the roasting, I remember we were using Congo and Zaire qualities. Then over the years and changing political conditions in that country the Congo fell quality and we have begun to use Ivory Coast, Cameroon and Uganda. Little by little we started to delete African Robusta, in my opinion too woody and earthy, replacing them with Java first and then India Parchment. The latter is now the only Robusta coffee that I use in our blend.

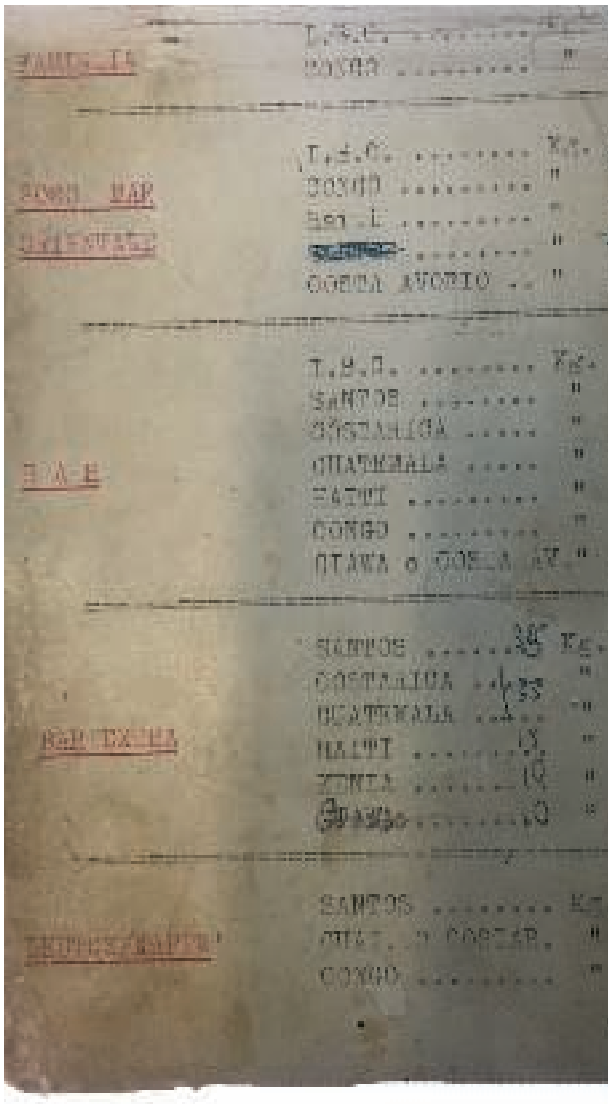
THE HERITAGE

Many of the origins that we still use I inherited from my father. I still have the cards in which he jot blends used and that I have continued to use.
Over the years it has happened that some source disappeared from the market, or the quality decreased so that we had to replace it with a new one. We

Di robusta al contrario non ne abbiamo usato mai molto. Quando ho cominciato a occuparmi della torrefazione ricordo che usavamo Congo e Zaire. Poi con il passare degli anni, e con il mutare delle condizioni politiche in quel paese, il Congo è sceso di qualità e abbiamo cominciato a usare Costa d'Avorio, Camerun e Uganda.
Pian piano abbiamo iniziato a eliminare i robusta africani, secondo me troppo legnosi e terrosi, sostituendoli prima con Giava e poi India Parchemet. Quest'ultimo adesso è l'unico caffè robusta che utilizzo nelle nostre miscele: un robusta lavato, pulito, senza difetti.

L'EREDITÀ

Io molte delle origini che ancora usiamo me le sono trovate, le ho ereditate da mio padre. Conservo ancora i bigliettini in cui si appuntava le miscele che usava e che io ho continuato a usare.
Certo, negli anni è accaduto che qualche origine sparisse dal mercato, o che scendesse di qualità e che dovessimo sostituirla con un'altra. Non dobbiamo dimenticare che il caffè è un prodotto agricolo, che la sua qualità



Appunti di Giuseppe Borea per le miscele di caffè / *Giuseppe Borea notes for coffee blends*

Pack anni 80

should never forget that coffee is an agricultural product with its quality determined by many factors and that over time hardly maintains the same quality standards.

CREATE A NEW BLEND

Around the selection of origins and how blends were invented, all roasters have always built something of a legend.
The truth is that it is a hard work and long passing through extensive testing, both for the individual samples than for the blends, and the assessment of the possible continuity of supply. We must provide the customer a product that always has the same sensory characteristics.
When 10 years ago we decided to create a new blend for our seventieth anniversary, we wondered how to do it?

We already had two top-quality blends and I was convinced that it would be impossible to improve them. We worked nearly a year to create the Gran Miscela Anniversario.
We decided to start with the Columbia Supreme coffee, that by

è determinata da molti fattori e che nel tempo difficilmente mantiene sempre gli stessi standard qualitativi.

CREARE UNA NUOVA MISCELA

Attorno alla selezione delle origini e a come sono state "inventate" le miscele tutte le torrefazioni hanno sempre costruito una sorta di leggenda.
La verità è che si tratta di un lavoro duro e lungo, che passa attraverso meticolosi test, sia delle singole campionature sia delle miscele, e la valutazione della possibile continuità di approvvigionamento. Dobbiamo fornire al cliente un prodotto che abbia sempre le stesse caratteristiche sensoriali.
Quando dieci anni fa decidemmo di fare una nuova miscela per il nostro settantesimo anniversario, ci siamo chiesti: ma come farlo?!

Avevamo già due miscele di ottima qualità ed ero convinto non fosse possibile migliorarle. Abbiamo lavorato quasi un anno per creare la Gran Miscela Anniversario.
Decidemmo di partire con il Colombia Supremo, un caffè che da tempo avevamo abbandonato, ma che desideravo riprendere: ce ne

Dario Borea

Caffè Torrefatto in Grani
Anniversario
Grani Miscelati
Puro Arabica
La Genovese
ALBENGA
TEL. 2252
Borea
Specialty Coffees

the time we had left but I wanted to resume: we love it! And it was born the Anniversary blend 100% Arabica. A blend,certified by INEI, that was able to win international competition in Coffee Tasting. A blend which ended up with being full of light, fresh clean aroma with a correct and "modern" acid component.

TASTES CHANGE

The trend today is to create sweet and acid blends.
Increasingly people tend to use, also for dietary reasons, less sugar or drink the bitter coffee, so we must strive to offer sweeter blends.
Once it is said that a good coffee was so compact that the cream does not bring down a teaspoon of sugar. Actually just add to the blend a good quantity of Robusta coffee and you will get a coffee with such a compact cream that will never get off the sugar. But it will taste that coffee?
If today we were to use the same blends of 40 or 50 years ago, you would make such a bitter coffee that it cannot be enjoyed without sugar.
Up to the 70's, consumers are not

siamo innamorati! Ed è nata la miscela Anniversario 100% Arabica. Una miscela certificata dall'Istituto Nazionale Espresso Italiano che è stata capace di vincere concorsi internazionali di Coffee Tasting. Una miscela che si è rilevata ricca di aroma, pulita, fresca, leggera, con una corretta e "moderna" componetene di acidità.

I GUSTI CAMBIANO

Oggi la tendenza è quella di creare miscele dolci e acide.
Le persone tendono sempre più, anche per motivi dietetici, a usare meno zucchero o a bere il caffè amaro e quindi noi dobbiamo tendere proporre delle miscele più dolci.
Una volta si diceva che un buon caffè fosse quello dalla crema così compatta da non far scendere un cucchiaino di zucchero. In realtà basta aggiungere alla miscela una buona quantità di robusta e si otterrà un caffè con una crema così compatta che non farà mai scendere lo zucchero. Ma che gusto avrà quel caffè?
Se oggi usassimo le stesse miscele di quaranta o cinquanta anni fa si farebbe un caffè così amaro da non poter essere apprezzato senza

Pack anni '70

posed many problems over a cup of coffee, they were satisfied with what was. There was no coffee culture and more generally there was no culture of taste. Just make a parallel with the wine: how it has changed the quality of the wine consumed in the 50's with what you have now?
It is so also for the coffee. Robusta Arabica differentiation is a need born in the 80's, before the consumer did not arise even the problem.

Now perhaps it exceeds in the other direction. It is certainly correct to say that on average Arabica are better than Robusta, but it is also true that there are exceptional Robusta and poor Arabica. Say that a blend is 100% Arabica makes little sense if you do not specify which Arabica: there are also 100% Arabica coffees poor quality.
May be it would be worthwhile to dwell more on the Espresso price, in my opinion too low, leading the bartender not to invest on quality and the consumer not to choose based on the characteristics of various coffee. Abroad is not so. Not only a cup of espresso costs

zucchero.
Fino agli anni '70 i consumatori non si ponevano tanti problemi davanti a una tazzina di caffè, si accontentavano di quel che c'era. Non c'era una cultura del caffè, e più in generale non esisteva una cultura del gusto. Basta fare un parallelo con il vino: come è cambiata la qualità del vino che si consumava negli anni cinquanta con quello che si beve adesso?
E così anche per il caffè. La differenziazione arabica robusta è un'esigenza nata negli anni ottanta, prima il consumatore non si poneva neppure il problema. Adesso forse si eccede nell'altro senso. È certamente corretto dire che mediamente gli arabica sono meglio dei robusta, ma è anche vero che ci sono dei robusta eccezionali e degli arabica scadenti. Dire che una miscela è 100% arabica ha poco senso se non si specifica quali arabica: ci sono anche dei caffè 100% arabica di pessima qualità.

Forse varrebbe la pena soffermarsi di più sul prezzo dell'espresso, a mio parere troppo basso, che porta il barista a non investire sulla qualità e il consumatore a non

Pack anni 80

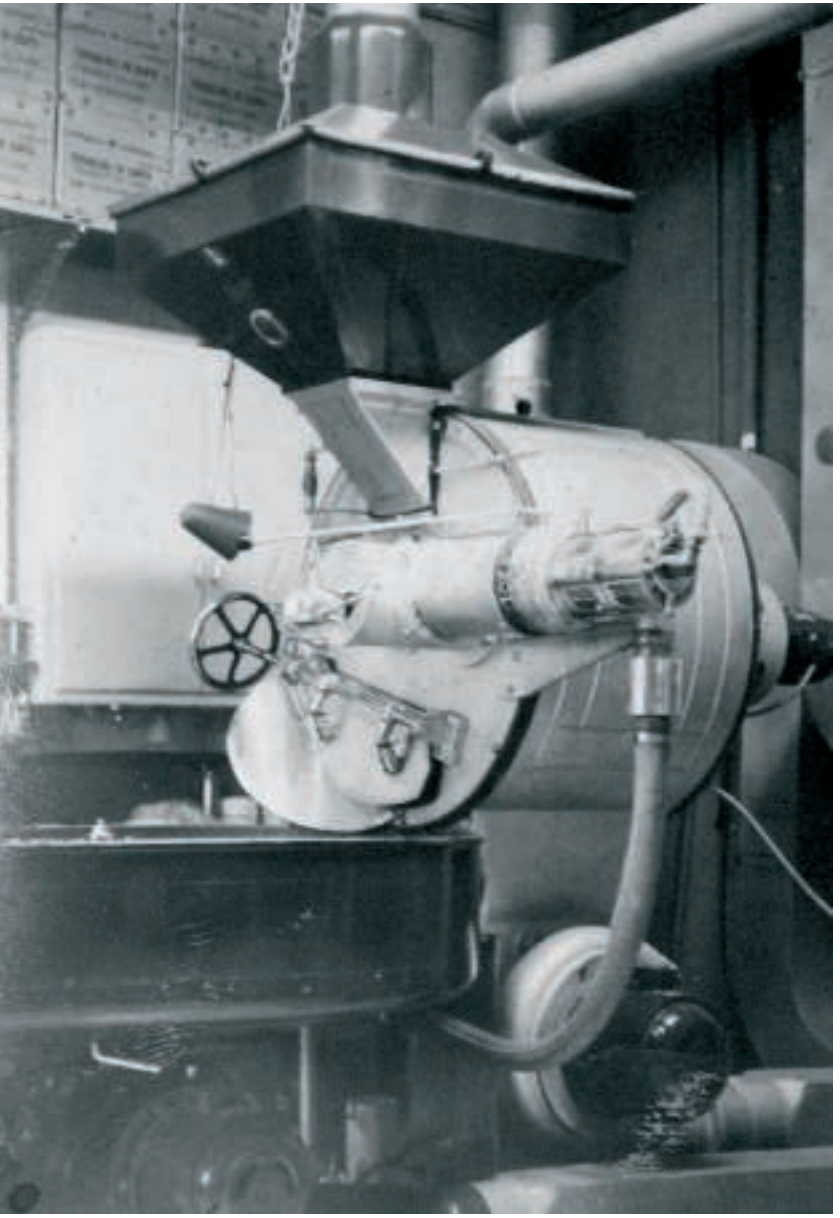
much more than in Italy, but there are consumer communities increasingly important and more and more demanding, the Coffee Lovers, who seek not only the quality but also the story that lies behind each coffee, the so-called "Third Wave of Coffee".

Our blends have changed over the years, knowing that for us, given our size and our market, was essential to provide top quality coffees. Always. And it is still so, this for us is the only way possible. And as for me winning.

scegliere in base alle caratteristiche dei diversi caffè. All'estero non è così. Non solo una tazzina di espresso costa molto più che in Italia, ma esistono comunità di consumatori sempre più importanti e sempre più esigenti, i coffee lovers, che ricercano non solo la qualità, ma anche la narrazione che si nasconde dietro a ogni caffè, la cosidetta "Third Wave of Coffee".

Le nostre miscele negli anni sono cambiate nella consapevolezza che per noi, considerata la nostra dimensione e il nostro mercato, era fondamentale offrire caffè di ottima qualità. Sempre. Ed è ancora così, questa per noi è la sola strada possibile. E per quanto mi riguarda vincente.

Pack anni '90



La prima tostatrice Vittoria da 60 kg / The first 60 kg roaster Vittoria

THE ROASTING LOCATIONS

In 1936, and later at the reopening in 1945, the store (warehouse/roasting) was located in **via Mazzini**. In total, it measured 60 square meters and we had a roaster capable of roasting 40 Kg of green coffee. It was a **F.I.M.T. from Bava** and it was later replaced in 1962 with a **60 Kg Vittoria**.
In turn replaced with a new identical Vittoria. But it has not been changed because the other had broken: My father was in love with the Officine Vittoria in Bologna and he had an almost brotherly relationship with the owner. Was about 1965.
That roaster was then brought in 1967 in **via Vittorio Veneto**, where in the meantime had moved there. We held it until 2003.
We went to via Vittorio Veneto because of space. Were 170 square meters of warehouse and shop, in addition we also rented another warehouse in the same courtyard and some offices across the street.
We had the store with retail sale and behind the production warehouse.
Then, in 2003 we decided to move in an industrial area. In the area of via Vittorio Veneto now there's the retail shop "**Caffè & Dintorni**" that sells coffee and top quality confectionery products, entrusted to **Aurora Natale**, with us since 1986. From a simple shop assistant, thanks to its ability, Aurora now has the responsibility for the management of the shop who runs completely independently and with excellent results. She manages "her" shop helped by **Tiziana Cadeddu** and **Luciana Gastaldi**.

La Genovese has always sold the bulk coffee for the final consumer but never served the espresso cup. According to my father it was not right to compete with our own

LE SEDI DELLA TORREFAZIONE

Nel 1936, e poi alla riapertura nel 1945, il negozio (magazzino/torrefazione) si trovava in **via Mazzini**. In tutto misurava 60 mq e avevamo una macchina tostatrice capace di tostare 40 kg di caffè verde. Era una **F.I.M.T. della Bava** che poi è stata sostituita nel 1962 con una **Vittoria da 60 kg**.
A sua volta sostituita con un'altra Vittoria identica. Ma non è stata cambiata perché l'altra si fosse si è rotta: mio padre era innamorato delle Officine Vittoria di Bologna e aveva un rapporto quasi fraterno con il loro proprietario. Era circa il 1965.
Questa tostatrice è stata poi portata nel 1967 in **via Vittorio Veneto**, dove nel frattempo ci eravamo trasferiti. L'abbiamo tenuta fino al 2003.
In via Vittorio Veneto ci siamo andati per problemi di spazio. Erano 170 mq tra magazzino e negozio, in più abbiamo anche preso in affitto un altro magazzino nello stesso cortile e degli uffici dall'altra parte della strada.
Avevamo il negozio con la vendita al minuto e dietro il magazzino di produzione.
Poi, nel 2003, abbiamo deciso di trasferirci in una zona industriale.
Nel locale di via Vittorio Veneto adesso c'è il negozio "**Caffè & Dintorni**" che vende caffè e prodotti dolciari di altissima qualità, affidato a **Aurora Natale**, con noi dal 1986. Da semplice commessa, grazie alle sue capacità, Aurora oggi ha la responsabilità della gestione del negozio che conduce in totale autonomia e con eccellenti risultati. Manda avanti il "suo" negozio aiutata da **Tiziana Cadeddu** e **Luciana Gastaldi**.

La Genovese ha sempre venduto il caffè sfuso, anche per il consumatore finale, ma non ha mai servito l'espresso. Secondo mio padre non era corretto fare concorrenza ai nostri stessi clienti. Ora forse i tempi sono cambiati, vedo che le torrefazioni aprono coffee shop per promuovere le loro miscele. Questo è un passo che La

Nelida Borea davanti al nuovo negozio di via Vittorio Veneto / Nelida Borea front of the new shop

Borea
AEROPRESS

customers. Now maybe times have changed, I see the roasters, open coffee shops to promote their blends. This is a step that La Genovese has not done but who knows in the future. Actually, my nephew Matteo just opened a café in Albenga's old town and Giovanni Gualerzi, our Sales Manager, runs a café in the centre of Finale Ligure: both promote La Genovese blends and Specialty coffees also promoting new extraction methods, such as "*brewing*".

The new location that in 2003 seemed huge to me, now it's already tight, this is why we are still expanding, acquiring also the building adjacent to our property.
This is the natural consequence of the growth that the company is having.

From 2000 to 2015, the volume of roasted coffee has doubled, driven by growth towards Export: all weeks start at about twenty pallets for the disparate locations. The work commitment to our Italian customers increased: now we also provide direct maintenance service for all equipment supplied. In 2014 we expanded the production, inserting the processing of pods, that before we performed outside. In just two years we have managed to produce over two millions pods.
Consequently it increased the number of employees. If until 2000 Alberto (Franchi) and I were sufficient, now we are four, more Enzo (Nardini) that deals with the maintenance of the machines.

Genovese non ha ancora fatto, ma in futuro chissà. In realtà Matteo, mio nipote, ha appena aperto una caffetteria nel centro storico di Albenga e Giovanni Gualerzi, il nostro direttore commerciale, gestisce un bar in centro a Finale Ligure: entrambi i locali promuovono le miscele e i specialty coffees de La Genovese proponendo anche nuovi metodi di estrazione, come ad esempio i metodi "*brewing*".

La nuova sede che nel 2003 mi appariva enorme, ora è già stretta, per questo ci stiamo allargando ancora acquisendo anche l'immobile adiacente.
È la naturale conseguenza della crescita che l'azienda sta avendo.

Dal 2000 al 2015 è raddoppiato il volume del caffè tostato, grazie soprattutto all'espansione verso l'Export: tutte le settimane partono circa una ventina di bancali per le destinazioni più disparate. È aumentato l'impegno lavorativo nei riguardi dei nostri clienti italiani: adesso forniamo direttamente anche il servizio di manutenzione per tutta l'attrezzatura in dotazione. Dal 2014 abbiamo ampliato la produzione, inserendo la lavorazione delle cialde monodose, che prima realizzavamo all'esterno. In soli due anni siamo arrivati a produrre oltre due milioni di cialde.
Di conseguenza è aumentato il numero di collaboratori. Se fino al 2000 in magazzino io e Alberto (Franchi) eravamo sufficienti, ora siamo in quattro più Enzo (Nardini) che si occupa della manutenzione delle macchine.

COFFEE IS A SCIENCE

My father always said that **coffee is a science, by cultivating it up to drink it**. And it is the truth.

Many factors affect the quality of the coffee in the cup.
Coffee has a complex supply chain and each step affects the cup served at the bar. How it is grown and processed in the countries of origin as it is transported to how it is roasted and blended in roasting up to the bar that there is the end point, and perhaps more delicate. The barman must know the entire procedure in order to be able to best use, grind it properly and extract it with the espresso machine, to serve perfect coffee.

For example the coffee needs of a certain particle size to be exploited in all its potential. Optimal particle size which can also vary based on hot weather or cold, wet or dry.
So it is essential to act on the regulation of the grinder to have the top of the quality of coffee served at the counter.
As well as the cleaning of the equipment is essential. Few simple gestures are enough to keep a coffee machine in good state.
Is daunting enter a bar to drink an espresso and find a dirty machine, the steam pipe encrusted, the grinder bell smeared so as not to see the coffee beans that contains.

IL CAFFÈ È UNA SCIENZA

Mio padre diceva sempre che **il caffè è una scienza, dal coltivarlo fino al berlo**.
Ed è la verità.

Ci sono tanti fattori che incidono sulla qualità del caffè nella tazzina.
Il caffè ha una filiera molto complessa e ogni passaggio influisce sulla tazzina servita al bar, da come viene coltivato e lavorato nei paesi di origine a come viene trasportato, a come viene tostato e miscelato in torrefazione, fino ad arrivare al bar, che è il punto finale e forse più delicato.
Il barista deve conoscere tutta la procedura per poterlo utilizzare al meglio, macinarlo correttamente ed estrarlo con la macchina espresso, per poter servire un caffè perfetto.

Ad esempio il caffè ha bisogno di una certa granulometria per essere sfruttato in tutta la sua potenzialità.
Granulometria ottimale che può variare anche in base al tempo: caldo o freddo, umido o secco. Quindi è indispensabile agire sulla regolazione del macinino per avere il massimo di qualità del caffè servito al banco.
Così come è fondamentale la pulizia delle attrezzature.
Sono sufficienti pochi e semplici gesti per mantenere una macchina in ottimo stato. È poco allettante entrare in un bar per bere un espresso e trovare la macchina sporca, la

Testing room de La Genovese

That is why we invest so much in training our customers: **the bartender is the link between the end user and us, he must know the coffee that offers** and the equipment that uses. Do the bartender is a job that cannot be improvised, it's hard work, difficult, that needs a lot of passion and dedication.

We wanted to propose continuing training courses to our customers, but in Liguria there was no one who did them. We organised them directly with the help of Iiac (International Institute of Coffee Tasters) and Inei (National Italian Espresso Institute).
We joined the INEI, whose purpose is the protection and promotion of Italian espresso in the world and that group roasters and manufacturers of machines and grinders.
We were able to certify three of our blends for Italian Espresso.
Finally we have created a modern training room and equipped, were we also offer courses SCAE (Specialty Coffee Association of Europe): Barista skills, Latte art and we educate on new methods of extractions.

lancia vapore incrostata, la campana del macinino talmente imbrattata da non far vedere i chicchi di caffè che contiene.

Per questo investiamo tantissimo nella formazione dei nostri clienti: **il barista è il tramite tra noi e il consumatore finale, deve conoscere il caffè che propone** e l'attrezzatura che utilizza.
Fare il barista è un mestiere che non si può improvvisare, è un mestiere duro, difficile, che ha bisogno di tanta passione e dedizione.

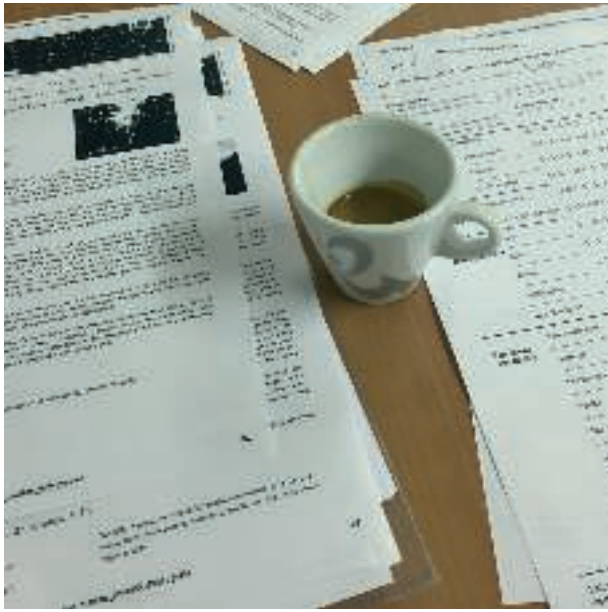
Volevamo proporre ai nostri clienti corsi di formazione continua, ma in Liguria non c'era nessuno che li facesse.
Li abbiamo organizzati direttamente noi con l'aiuto di Iiac (Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè) e di Inei (Istituto Nazionale Espresso Italiano).
Abbiamo aderito all'INEI, che ha per scopo la tutela e la promozione dell'espresso italiano nel mondo e che raggruppa torrefattori e costruttori di macchine e macinini. Siamo riusciti a certificare tre nostre

Matteo Borea

All this work has allowed us to win major awards, recognized around the world. Such as the gold medal at International Coffee Tasting of 2008, 2010, 2012 and 2014 and the Grand Prix of sensory analysis at Agrifood/Vinitaly Fair of 2014.

miscele per l'Espresso Italiano. Infine abbiamo realizzato una sala di formazione moderna e attrezzata, dove proponiamo anche corsi SCAE (Speciality Coffee Association of Europe): Barista Skills, Latte Art ed educhiamo sui nuovi metodi di estrazione (Brewing).

Tutto questo lavoro ci ha permesso di vincere premi importanti e riconosciuti in tutto il mondo, come la Medaglia d'Oro all'International Coffee Tasting del 2008, 2010, 2012 e 2014 e il Gran Premio Analisi Sensoriale a Agrifood/Vinitaly del 2014.



Testing room de La Genovese

THE EXPORT

The first exports began in 1994 in collaboration with **Technital** of Timisoara to distribute coffee in Romania. It was the first foreign customer of La Genovese.
It had been a few years since the fall of communist regime and Romania was a market still in its embryonic stage.
It was they who come to seek us. An Italian entrepreneur who had started, through a local attorney, a joint venture in Timisoara, contacted me: they wanted to import coffee in Romania and they wanted to do it all focusing on the coffee price, that had to be very competitive. In other words, very low.
I knew perfectly well that this proposal was not appropriate for us: at low prices necessarily have to tie up large volumes and we were not structured to do so. I still tried to please them. We proposed for a few weeks the coffee that came from Nigeria, but that product was wrong. He could not sell.
Technital wanted to sell coffee but in reality they did not understand much of coffee. That's why I decided to go in person in Romania to better understand the situation. And I met great drinkers, smokers and large consumers of coffee. Coffee prepared with lyophilized in open day and night kiosks. There was also who made coffee with espresso machine, bought second hand, but without any assistance and if it broke there remained unused.
I proposed to do what we were doing in Italy, Offer a service besides the coffee. We tried to find in Italy used espresso machines, reconditioned or to recondition and we set up a workshop in Timisoara. Together with the coffee we also offered coffee machines, freeing us in this way from the low price and offering quality coffee.
So we started. The first years were really pioneering with

La Genovese a Timisoara

L'EXPORT

Le prime esportazioni cominciarono nel 1994, grazie alla collaborazione con la **Technital** di Timisoara per la distribuzione di caffè in Romania. È stato il primo cliente estero de La Genovese. Erano passati pochi anni dalla caduta del regime comunista e la Romania era un mercato ancora in fase embrionale.
Furono loro a venirci a cercare. Venni contattato da un imprenditore italiano che aveva avviato attraverso un avvocato locale una joint venture a Timisoara: volevano importare caffè in Romania e volevano farlo puntando tutto sul prezzo del caffè, che doveva essere molto competitivo. In altre parole, molto basso.
Sapevo perfettamente che questa proposta non era adatta a noi: a prezzi bassi bisogna necessariamente legare grandi volumi e noi non eravamo strutturati per farlo. Ho provato comunque ad accontentarli. Abbiamo proposto per qualche settimana del caffè che arrivava dalla Nigeria ma quel prodotto non andava. Non si riusciva a vendere.
La Technital voleva vendere caffè, ma in realtà di caffè non ne capivano granchè. Fu per questo che decisi di andare di persona in Romania, per rendermi conto meglio di quale fosse la situazione.
Ho incontrato grandi bevitori, grandi fumatori e grandi consumatori di caffè. Caffè preparati con il liofilizzato, in chioschi aperti giorno e notte. C'era anche chi faceva il caffè con la macchina per espresso, che comprava usata, ma senza nessuna assistenza e se si rompeva restava lì, inutilizzata.
Ho proposto di fare quello che facevamo noi in Italia, cioè offrire oltre al caffè il servizio. Ci siamo messi a cercare in Italia delle macchine per espresso usate, ricondizionate o da ricondizionare e abbiamo messo in piedi a Timisoara un'officina.
Con il caffè offrivamo anche le macchine, svincolandoci in questo modo dal prezzo basso e offrendo caffè di qualità.
Così abbiamo iniziato. I primi anni sono stati davvero pionieristici, con interminabili viaggi in furgone di oltre 30 ore sotto la neve o di

Dario Borea con i proprietari della Technital di Timisoara / Dario Borea with the owners of the Technital Timisoara

endless travelling in the van of more that 30 hours under the snow, and with outdoor installations with temperatures of 20 degrees below zero. I remember the opening of the coffee shop of the Arad Mall, a little town 80 Km from Timisoara. A great event with the presence of the authorities and the classic ribbon cutting. Then the shopping centres were little more than a store, but for them it was like being in America.
Now everything has changed, Timisoara has become a modern city with huge shopping centres and the big coffee brands came. It has become more difficult to impose ourselves, but after 20 years, La Genovese is still an important brand in Romania.

I also remember well another foreign customer. In 2001 we were at Salon Saveurs in Paris, a fair dedicated to the products of excellence. Even Bernard Peytrignet participated in the fair, but as a visitor: he was on vacation in Paris and is a great food lover.
We had brought a little roaster to infuse the aroma of roasted coffee at the stand: Bernard feels him, comes to the stand and tastes our espresso.
It was love at first sight! He changes jobs and begins to distribute our coffee in French Switzerland. Today his company **Saveurs d'Origine** distributes 20 tons of coffee throughout Switzerland.
All this was born from a taste of an espresso while on vacation in Paris.

installazioni all'aperto con temperature 20 gradi sotto zero. Ricordo l'inaugurazione della caffetteria del centro commerciale di Arad, una cittadina a circa 80 km da Timisoara. Un grande evento, con la presenza delle autorità e il classico taglio del nastro. Allora i centri commerciali erano poco più che negozi, ma per loro era come essere in America.
Ora è cambiato tutto, Timisoara è diventata una città moderna, con enormi centri commerciali, e sono arrivati anche i grandi marchi del caffè. È diventato più difficile imporsi, ma dopo 20 anni La Genovese è ancora un marchio importante in Romania.

Ricordo bene anche un altro cliente estero.
Nel 2001 eravamo alla fiera Salon Saveurs a Parigi, una fiera dedicata ai prodotti di eccellenza. Anche Bernard Peytrignet partecipava a quella fiera, ma come visitatore: era in vacanza a Parigi ed è un grande appassionato di cibo.
Avevamo portato un tostino e inondavamo lo stand con l'aroma del caffè appena tostato: Bernard lo sente, viene allo stand e assaggia il nostro espresso.
Ne rimane folgorato! Tanto da cambiare lavoro e mettersi a distribuire il nostro caffè nella Svizzera francese. Oggi la sua azienda **Saveurs d'Origine**, distribuisce 20 tonnellate di caffè in tutta la Svizzera.
Tutto questo è nato da un assaggio di un espresso mentre era in vacanza a Parigi.

THE THIRD GENERATION

Today, thanks to the entry in the company of young people and their work, more than 50% of our coffee is sold abroad.
I am proud to say that we are present a bit all over the world: France, Switzerland, Romania, Austria, Greece, Belgium, Czech Republic, Russia, Ukraine, Poland, Netherlands, Hungary and Sweden. Since 2007 we ship our coffee in Morocco and recently also in Taiwan, China, in Dubai, Canada and even in Libya and Uzbekistan.

If today the company has grown it is also thanks to how it was able to face the international market. After Romania, I have not really worked in export. My son Alessandro and my grandchildren Matteo and Nelida have managed and developed export.
The entry in the company of a new generation, and I refer not only to the sons of Piero and my son Alessandro, but also to the people who now work at La Genovese, had a very different impact than when we entered my brother and I.
On the one end because in the 60's it was easier to work, I remember in my time major concerns were to buy and resell the coffee. But after that the big roasters and multinational companies have made the market much more complicated.

LA TERZA GENERAZIONE

Oggi, grazie all'ingresso in azienda dei giovani e al loro lavoro, più del 50% del nostro caffè viene venduto all'estero.
Sono orgoglio di poter dire che siamo presenti un po' in tutto il mondo: in Francia, Svizzera, Romania, Austria, Grecia, Belgio, Repubblica Ceca, Russia, Ucraina, Polonia, Olanda, Ungheria e Svezia. Dal 2007 spediamo il nostro caffè in Marocco e negli ultimi anni a Taiwan, in Cina, a Dubai, in Canada e persino in Libia e in Uzbekistan.
Se oggi l'azienda è cresciuta lo deve anche a come è stata capace di affrontare il mercato internazionale. Io dopo la Romania non mi sono più occupato dell'Export. Sono Alessandro, mio figlio, e i miei nipoti Matteo e Nelida che hanno gestito e sviluppato l'export.

L'ingresso in azienda di una nuova generazione, e non mi riferisco solo ai figli di Piero e a mio figlio Alessandro ma anche alle persone che adesso lavorano a La Genovese, ha avuto un impatto molto diverso rispetto a quando entrammo io e mio fratello.
Da un lato perché negli anni sessanta era più semplice lavorare, io ricordo che ai miei tempi le preoccupazioni maggiori erano comprare e rivendere il caffè. Ma dopo di allora le grandi torrefazioni, le multinazionali hanno reso il mercato ben più complicato.

Nelida Borea

Genovese

The first to join the company in 1984 was **Claudio**, the second son of Piero. Claudio has always dealt with the sale. He was a little effusive person of few words, and upright, but much loved by everyone. Unfortunately he passed away in 2014.

Alberto Franchi, production assistant, is with us since 1985. Alberto is a figure of primary importance in the company, following roasting and warehousing. Capable person always available, in whom I have every confidence, always he knows better how to manage his work.
In the company also works, since 1980 for the first periods on and off, his twin brother **Fulvio** as sales agent.

In 1988 **Giovanni Gualerzi** joined the company, the current Sales Manager.
He was 21 and when he joined the company looked like a chick. At that time the company was beginning to recover and grow.
I was looking for new sellers. Knew Giovanni's dad quite well, as he was dealing with

Il primo a entrare in azienda nel 1984 è stato **Claudio**, il secondo figlio di Piero. Claudio si è sempre occupato della vendita. Era una persona poco espansiva, di poche parole e integerrimo, ma molto ben voluto da tutti. Purtroppo è mancato nel 2014.

Alberto Franchi, assistente di produzione, è con noi dal 1985. Alberto è una figura di primaria importanza in azienda, segue la tostatura e il magazzino. Persona disponibile, capace, nella quale ho piena fiducia, che sa gestire sempre nel modo migliore il suo lavoro.
In azienda lavora dal 1980, per i primi periodi a fasi alterne, anche suo fratello gemello **Fulvio** che fa l'agente commerciale.

Nel 1988 entra in azienda **Giovanni Gualerzi**, l'attuale Direttore Commerciale.
Aveva 21 anni ed è entrato in azienda che sembrava un pulcino. In quel momento l'azienda stava cominciando a risollevandosi e a crescere.
Cercavo nuovi venditori. Conoscevo abbastanza bene il papà di Giovanni perché si occupava di

Giovanni Gualerzi

maintenance of coffee machines.
Giovanni was an agent for several years and as I had known his skills, his availability and tenacity, in 1998 I decided to entrust the role that had my brother Piero, left vacant after his death.
He became sales manager for Italy and responsible for the agents.

Agents are the link between the customers and us; they are critical to our work: besides Fulvio Franchi who is a veteran of this work, there are **Beppe D'Agostino**, with us since 2008 and **Edy Infascelli** since 2015: an experienced agent who is helping to develop the Genoa area.

The eldest child of Piero, **Nelida**, who was living in Paris, opened in 2001 a coffee distribution company for the Paris area, La Genovese Première.
She leads the business until her return to Italy in 2004, leaving the company to Anne Senot. Today, after more than 10 years Cafè Tones, always run by Anne, is our exclusive distributor for Paris.
In 2006, through Nelida, we opened a branch in Nice, with a storage in Grenoble: La Genovese

manutenzione delle macchine da caffè.
Giovanni ha fatto l'agente per parecchi anni e conosciute le sue capacità, la sua disponibilità e la sua tenacia nel 1998 ho deciso di affidargli il ruolo che era stato di mio fratello Piero, rimasto vacante dalla sua morte. È diventato Direttore Commerciale per l'Italia e responsabile degli agenti.

Gli agenti sono il tramite tra noi e il cliente, sono fondamentali per il nostro lavoro: oltre a Fulvio Franchi che è un veterano di questo lavoro, ci sono **Beppe D'Agostino**, con noi dal 2008, e dal 2015 **Edy Infascelli**, un agente di grande esperienza che ci sta aiutando a sviluppare la zona di Genova.

La primogenita di Piero, **Nelida**, che viveva a Parigi, aprì nel 2001 una società di distribuzione di caffè per la zona di Parigi, La Genovese Premiere.
La conduce fino al suo rientro in Italia, nel 2004, quando lascia l'azienda a Anne Senot.
Oggi dopo più di 10 anni Café Tones, gestita sempre da Anne, è il nostro distributore esclusivo per Parigi.

Alberto Franchi e Marco Aicardi

Borea
SPECIALTY COFFEES
since 1936
Made in Italy
COLOMBIA

Caffè
dintorni
La Genovese

France. In a few years we came to realize turnovers. However the management over the years become difficult and in 2011 we decided to terminate the adventure and to manage everything from Italy.
Today the French market accounts for half of our exports, we have buyers on the French Riviera, in Marseille, in Grenoble as well as in Paris.

My son **Alessandro**, after graduating from Bocconi, remained to work in Milan.
I never pushed him to join the company, in fact, I was convinced that he had decided not to take an interest to the family business and that he wanted to take other roads, in total autonomy.
In 1999 he has decided to move to Genoa to do an intern-ship in a company of raw coffee trade, where he learned the mechanisms of the Coffee Exchange and the purchase of green.
After the intern-ship, he decided to join the company, dealing with raw materials and supporting me in General Management.
With him the company has made the leap, moving from a familiar and artisan dimension to modern and structured company, It was he who wanted to move the company in the new headquarters of Regione Bottino and has endowed it with Certification ISO 9001.
Today he his Executive Director and Quality Manager and I was finally able to devote myself to what I like to do: roasting of coffee and production management.

Nel 2006, sempre grazie a Nelida, aprimmo una filiale a Nizza, con un deposito a Grenoble: La Genovese France.
In pochi anni siano arrivati a realizzare fatturati importanti. Tuttavia la gestione col tempo diventò difficile e nel 2011 decidemmo d'interrompere quell'avventura e di gestire tutto direttamente dall'Italia.
Oggi il mercato francese assorbe la metà delle nostre esportazioni, abbiamo acquirenti su tutta la Costa Azzurra, a Marsiglia, a Grenoble oltre che a Parigi.

Mio figlio **Alessandro** dopo essersi laureato alla Bocconi, è rimasto a lavorare a Milano.
Non l'ho mai spinto a entrare in azienda, anzi ero convinto che avesse deciso di non interessarsi dell'azienda di famiglia e che volesse intraprendere altre strade, in totale autonomia.
Nel 1999 decide di andare a Genova a fare uno stage in una azienda di commercio di caffè crudo, dove impara i meccanismi della borsa e dell'acquisto del verde.
Finito lo stage decide di entrare in azienda, occupandosi degli acquisti della materia prima e affiancandomi nella direzione operativa.
Con lui l'azienda ha fatto il salto di qualità, passando da una dimensione familiare e artigianale ad azienda moderna e strutturata.
È lui che ha voluto trasferire l'azienda nella nuova sede di Regione Bottino e l'ha dotata della certificazione di Qualità ISO 9001.

And with me and Alberto Franchi, to take care of this there are **Igor Malco**, since 2008, and **Marco Barletta**, following the new production of pods and supporting **Enzo Nardini** in the maintenance of machinery.

Gabriele De Rizzo, in 2003 replaced Andrea Chessa in the administration. Great friend of Alessandro from school is a graduate in Business and Economics from Genoa University. Alessandro saw in him the most suitable person to replace Andrea and give the company a modern administrative management in step with the times. And I must say that also in this he was right.

Alongside Gabriele, works **Odette Siffredi**, with us since 2004. Young but very prepared, she handles accounting.

The last Borea, at least for now, joining the company was Matteo, the third son of Piero. **Matteo** arrived in 2003, after doing some experience abroad, in San Francisco in the USA, and in Barcelona.
After he joined the company, started immediately to follow the export market. Thanks to his commercial skills, the results were not long in coming. Matteo is the one that most resemble my brother. Extrovert, capable to be loved by all. When Piero went into a bar he made the customers laugh. From time to time (often, actually!!) they were arriving customer checks signed by him as

Oggi è Direttore Esecutivo e Responsabile Qualità e io ho potuto dedicarmi esclusivamente a ciò che mi piace fare: la tostatura del caffè e la gestione della produzione.

E con me e Alberto Franchi, a occuparsi di questo ci sono **Igor Malco**, con noi dal 2008 e **Marco Barletta**, che segue la nuova produzione delle cialde e supporta **Enzo Nardini** nella gestione della manutenzione dei macchinari.

Gabriele De Rizzo ha preso il posto di Andrea Chessa nella gestione amministrativa nel 2003. Grande amico di Alessandro dai tempi della scuola si è laureato in Economia e Commercio a Genova. Alessandro ha visto in lui la persona più adatta per sostituire Andrea e dare all'azienda una gestione amministrativa moderna e al passo con i tempi. E devo dire che anche in questo ci ha preso.

Al fianco di Gabriele lavora **Odette Siffredi**, con noi dal 2004. Giovane ma molto preparata gestisce la contabilità.

L'ultimo Borea, almeno per ora, a entrare in azienda è stato **Matteo**, il terzo figlio di Piero. Matteo è arrivato nel 2003, dopo aver fatto un po' di esperienza all'estero, a San Francisco, negli Stati Uniti, e a Barcellona.
Entrato in azienda ha iniziato fin da subito a seguire il mercato estero. Grazie alle sue capacità commerciali i risultati non si sono fatti attendere. Matteo è quello che più ricorda mio

Matteo Borea

Dario, Matteo, Alessandro, Claudio e Nelida Borea, Giovanni Gualerzi

customers gave him the blank check to fill, and he was also signing them automatically.
Piero came immediately empathize with people and so is Matteo.

I believe that for us there is a great bond with this land, with our origins.
We turn, we move, we taste other realities but then in one way or another we all always return here.
And in the roasting one can breathe this great sense of belonging.
Today, if the company as a small is a major company, it is attributable primarily to the young. My only merit is to have succeeded to overcome some moments of difficulty that are inevitably encountered in 80 years of life.

But what is La Genovese today is their merit.

fratello. Carattere estroverso, capace di farsi voler bene da tutti. Piero quando entrava in un bar faceva ridere i clienti. A volte (spesso!) arrivavano assegni del cliente firmati da lui perché gli davano l'assegno in bianco in mano e gli dicevano compilalo tu. E a lui veniva automatico mettere anche la firma, la sua.
Piero entrava in empatia immediatamente con le persone e così è Matteo.

Io credo che per noi esista un grande legame con questa terra, con le nostre origini. Giriamo, ci spostiamo, assaggiamo altre realtà, ma poi per un verso o per l'altro torniamo sempre tutti qui.
E in torrefazione si respira questo grande senso di appartenenza.
E oggi se l'azienda nel suo piccolo è una azienda importante lo deve soprattutto ai giovani. Il mio solo merito è di essere riuscito a farle superare alcuni dei momenti di difficoltà che inevitabilmente si incontrano in ottant'anni di vita.

Ma quel che La Genovese è oggi è merito loro.

1. Alessandro Borea 2. Dario Borea 3. Amanda Pettini 4. Marina Carugati 5. Gabriele De Rizzo
6. Edy Infascelli 7. Matteo Borea 8. Odette Siffredi 9. Marco Barletta 10. Luciana Gastaldi 11. Aurora Natale
12. Enzo Nardini 13. Tiziana Cadeddu 14. Fulvio Franchi 15. Beppe D'Agostino 16. Giovanni Gualerzi
17. Igor Malco 18. Alberto Franchi 19. Achille Borea 20. Arianna Borea

CONTENTS

1936. It comes La Genovese 8
Dario Valle 8
The War 12
La Genovese is reborn 14

My father 18
The first brand 19
Brawl at customs 21

Roasting the second generation 22
Tourist coffee 25
The decaffeinated coffee 26
The Bar Men 29
The crisis 30
Coffee exchange 37
Without money 38

Our Blends 44
The Heritage 47
Create a new blend 48
Tastes change 51

The roasting locations 54

Coffee is a science 59

The Export 64

The third generation 68

INDICE

1936, Nasce la Genovese 9
Dario Valle 9
La guerra 13
Rinasce La Genovese 14

Mio Padre 19
Il primo marchio 19
Rissa in dogana 21

La torrefazione la seconda generazione 23
Il caffè turistico 25
Il decaffeinato 26
Gli Uomini Bar 29
La crisi 31
La borsa del caffè 37
Senza soldi 38

Le nostre miscele 45
L'eredità 47
Creare una nuova miscela 48
I gusti cambiano 51

Le sedi della torrefazione 55

Il caffè è una scienza 59

L'export 65

La terza generazione 68

La Genovese sas
Regione Bottino 1/M, 17031 Albenga (SV)
www.lagenovese.it