



LES ACTIONS

Malongo a toujours poussé la culture du café et agit pour qu'elle soit reconnue à sa juste valeur. Ainsi, la marque ne se contente pas seulement de vendre du café, mais elle cherche aussi à interpeller la conscience collective sur ce qu'est ce produit : les gens qui en vivent, ceux qui le dégustent, les arômes qui le composent, son histoire...

Comme le vin, le café possède son vocabulaire, ses techniques ou bien encore ses rituels de dégustation. Cependant, ses lettres de noblesse n'ont pas encore trouvé d'éclat comparable à celui du vin. C'est à partir de cette constatation que Malongo a décidé de s'investir pleinement pour le café en cherchant à le faire reconnaître par tous au même titre que le vin.

C'est ainsi que l'idée de cours sur le café est née.

Ces cours proposent une initiation au monde du café par une approche qualitative et économique de la filière dans son ensemble, ainsi que par une exploration organoleptique de la boisson.

La prestation est gratuite pour les écoles (lycées hôteliers, écoles de commerce, écoles d'ingénieur...), mais elle est aussi destinée au grand public et aux entreprises du secteur hôtelier (sur devis). Des formations sont également dispensées aux planteurs. Le département se consacre en amont à des recherches sur l'histoire du café, les pays producteurs, les variétés botaniques, le café et la santé et suit l'actualité (marché, recherche agronomique).

Une bibliothèque et un futur musée (qui comptera la plus belle collection de moulins à café au monde), un livre « La Passion du café », un CD ROM à vocation encyclopédique et pratique, un journal « Le Journal du Café », une association « Le Cercle de l'Art du Café » concrétisent aussi l'engagement de Malongo dans la défense et l'illustration de la culture du café.

DIGECO diffusion, prend sous aile, pour la Suisse romande, la prestation décrite plus haut sur la formation destinée au grand public et aux entreprises du secteur hôtelier.