Caffè, le debolezze dell’offerta formativa

img6565-b43c3949

Ci si trova talvolta a parlare dei punti critici del *coffee business* italiano. Sono parole che si spendono per lo più in contesti privati, scambi di idee tra professionisti. Ultimamente molte voci convergono su due punti deboli dell’offerta formativa in Italia. Da un lato l’eccessiva personalizzazione, dall’altro la mancanza di specializzazione (che potrebbe forse essere una conseguenza della prima).

IL SINGOLO O IL GRUPPO?

Si lamenta una tendenza alla personalizzazione della formazione, quel fenomeno per il quale non basta affidarsi a una determinata organizzazione ma è necessario che a tenere la lezione sia proprio un determinato docente. Le università sono nate intorno alla figura degli esperti ed è chiaro a tutti che l’efficacia della formazione dipende dalla competenza e dalla capacità del docente incaricato. Eppure quando si arriva al punto che la didattica non funziona quando manca un certo *trainer* significa che qualcosa è andato tremendamente storto nella progettazione di quel percorso formativo. Non è mia intenzione scomodare Giovanni Falcone, e il suo ambito ben più impegnativo che il nostro, ma vedo molto di vero nella sua affermazione: “Gli uomini passano, le idee restano, restano le loro tensioni morali e continueranno a camminare sulle gambe di altri uomini”. La forza di un’organizzazione non deve basarsi su una singola persona: questa infatti ne diventa automaticamente il freno alla sua crescita e alla diffusione delle sue idee. Anche i personaggi iconici che sono stati i volti di alcune organizzazioni e aziende di successo hanno generalmente avuto l’avvedutezza di limitarsi a dare un volto alle idee, costruendo però con cura squadre di collaboratori che le sviluppassero. È chiaro che un approccio che privilegi il gruppo, l’organizzazione, sul singolo prevede che nessun rappresentante di quel gruppo provi piacere da quella pratica onanistica che è la tendenza ad alimentare il proprio ego.

BRAVI A FARE TUTTO?

La mancanza di specializzazione, secondo punto di debolezza dell’offerta formativa nel settore del caffè italiano, è forse una conseguenza della tendenza alla personalizzazione. È quell’idea per cui se si è buoni cavalli si può prestare la propria opera anche come fantini (e forse anche come stallieri,

veterinari, bigliettai dell’ippodromo e via dicendo). Incassato il plauso per le proprie doti di docente in una determinata materia, si cerca di monetizzare questo credito di stima in altri ambiti. Un bravo docente di caffetteria si sposta a insegnare analisi sensoriale, un ottimo sensorialista magari si immagina un futuro da docente di brewing e un professionista della latte art scommette su stesso come esperto di tostatura. Cambi di ruolo non impossibili, ma che stanno avvenendo con una frequenza troppo elevata rispetto alle reali capacità di alcuni. Consiglio: se siete bravi in qualcosa unitevi a chi è altrettanto stimato in qualcos’altro, create una squadra e godete del successo che vi arriderà.