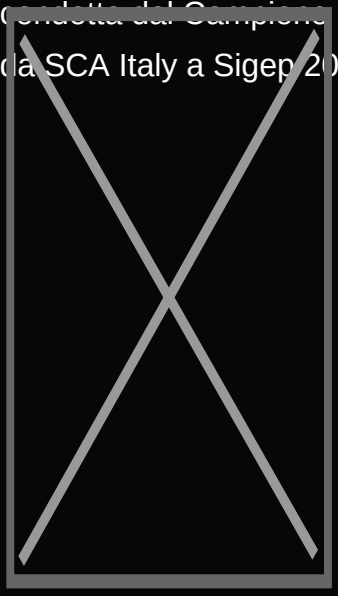
"Nel bar del futuro più rispetto per il caffè, emozione e competenza"

img-9721-56b6a2dd

Si è svolta mercoledì 21 febbraio presso la sede di **Diemme Industria Caffè Torrefatti** la conferenza stampa dal titolo “**Il Bar che cambia abitudini - Le risposte alle nuove esigenze del consumatore**” condotta dal Campione Italiano Barista **Davide Cavaglieri**, vincitore della competizione organizzata da SCA Italy a Sigep 2018 e parte del team Diemme da oltre un anno.



Ad aprire le danze il Presidente Diemme **Giannandrea Dubbini**, il quale ha sottolineato l’importanza di **investire nella professionalità degli operatori baristi**, oltre che su un prodotto eccellente: un aspetto questo cruciale per rimettere in moto i consumi e per preparare i locali da una parte alle trasformazioni del mercato, dall’altra a un cliente sempre più informato su ciò che beve, ma che deve essere “educato” alla qualità. Motivo per cui Diemme, pur mantenendo come core business l’attività di torrefazione, ha sviluppato il nuovo format di locali **Caffè Diemme Italian Attitude** .

Davide ha quindi condiviso con i presenti il percorso che l’ha portato all’incoronazione all’età di 26 anni, dopo quasi 10 anni di competizioni e un’esperienza internazionale, acquisita lavorando con guru

del settore come **Maxwell Colonna e Chris Loukakis**, oltre che grazie a una permanenza in Brasile per studiare i processi di lavorazione del caffè. Un percorso che proseguirà ora a giugno al World Barista Championship di Amsterdam, competizione in cui rappresenterà l'Italia e per cui si sta già allenando assieme al team Diemme.

In veste di **barista, consulente e coffee trainer**, Davide ha espresso il suo giovane, ma ben definito, punto di vista sul futuro del settore bar in Italia, in cui il modello tradizionale di business e di consumo sembra non bastare più a fronteggiare la forza divulgativa delle grandi catene di caffetterie in arrivo anche nel Bel Paese.

«Noi baristi dovremo saper innovare la "tradizione" italiana del caffè… Iniziando proprio dal catturare l'attenzione del cliente nel tempo brevissimo di preparazione, facendogli vivere un'esperienza che va oltre il mero senso di appagamento, che va vissuta e spiegata. Per questo **occorre più specializzazione e un approccio artigianale**. Si inizia dal comprendere e far comprendere che chiedere un "caffè" equivale a chiedere un "bicchiere d'uva" e che l' "espresso" è solo uno dei tanti modi di estrazione con cui possiamo preparare una particolare specie e varietà di caffè. In questo senso l'avvento di Starbucks ci insegnerà molto. Del resto è quel che io stesso ho fatto in gara: avevo 15 minuti di tempo per far provare un'esperienza personale ai giudici, preparando 4 espressi, 4 bevande al latte e 4 signature drink, che esaltassero il profilo del caffè: una varietà Panama Geisha che ho sottoposto alla catena del freddo, ottenendo risultati eccellenti in tazza», ha spiegato il neocampione.

Sul tema è intervenuta anche **Antonella Cutrona** - Event Manager di **SCA Italy**, la quale ha sottolineato come le competizioni, oltre a rappresentare un momento di sano divertimento, siano importanti fin dalle fasi di selezione per incentivare nei giovani baristi la conoscenza di tutta la filiera del caffè, portando sempre più operatori preparati dietro il bancone.

Hanno posto invece l'accento sull'esigenza di una formazione concreta anche sull'utilizzo corretto degli strumenti e sull'importanza per le torrefazioni di investire in caffetterie proprie **Gianfranco Carubelli** - ASACHIMICI Group PULYCAFF e **Sergio Barbarisi** - General Manager BWT Water+More Italia Srl, anch'essi intervenuti per l'occasione in rappresentanza delle aziende che assieme a Diemme hanno sostenuto Davide nella preparazione alla gara.

L'evento si è concluso con un brindisi di buon augurio a Davide per la prossima tappa del mondiale.