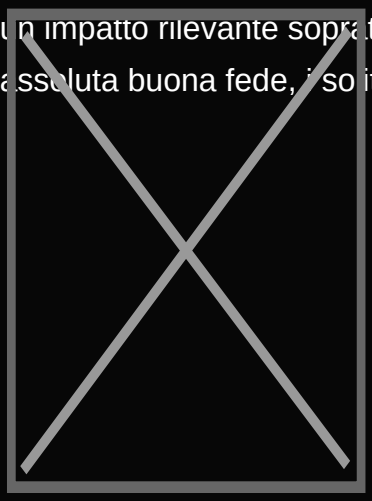
Se gli eventi non bastano ad allargare il Coffee Business italiano

coffee-business-7fcb8cc7

Vedo un gran fiorire di eventi dedicati al caffè, segnale indubbiamente positivo. Inaugurazioni, simil-vernissage, gare a tutti i livelli. Iniziative indubbiamente nobili, eppure talvolta nutro qualche dubbio sulla loro efficacia e vi spiego il perché. Se il nostro obiettivo, intendo dire come comunità del caffè, è allargare il giro, facendo entrare facce nuove, va da sé che molti di questi eventi purtroppo falliscono nel perseguire questo scopo. È infatti abbastanza semplice rilevare come a questi happening partecipino molto spesso le stesse facce. Si basano sovente sull'idea del "porta un amico", ma il giro è più o meno sempre lo stesso. Gli effetti di questa stagnazione sono deleteri, simili a quelli per cui le grandi famiglie dei reali hanno indebolito se stesse nei secoli attraverso matrimoni combinati che non facevano altro che rimescolare lo stesso sangue (e da lì i casi di vera e propria demenza dei discendenti).

I SOLITI AFICIONADOS

L'effetto acquario, per il quale i pesci che nuotano nella vasca sono sempre più o meno i medesimi, ha un impatto rilevante soprattutto sulle gare baristi. Il rischio, banalmente, è che si presentino, in assoluta buona fede, i soliti aficionados, e che la loro presenza sia motivo di



scoramento per le new entry. Insomma, se arriva un professionista all'ennesima prova, qualcuno potrebbe anche pensare che non vale la pena di partecipare. Si badi

bene che questa riflessione mi riguarda personalmente. L’effetto acquario ha quindi un impatto enorme sull’efficacia degli eventi ed è uno dei punti che mi trovo a contrastare ogni giorno. Ogni mattina mi alzo e mi domando come allargare il giro. Intendiamoci, ho molti contatti di lunghissima data nel mondo del caffè, e tra di loro alcuni buoni amici, ma sono ben conscio che noi non siamo il mondo del caffè. Il coffee business italiano, che tanto ha bisogno di stimoli per migliorare, non è quello delle nostre facce, ma è fatto da quelle ancora sconosciute dei baristi di quartiere. Loro sono la chiave del miglioramento, uomini e donne dietro il bancone. Grande è la mia gioia quando uno di loro, un perfetto sconosciuto, vince una gara, dimostrando che ci sono talenti da scoprire, che l’ordinarietà del quotidiano può riservare sorprese magnifiche.

NUOVE SOLUZIONI ORGANIZZATIVE

Da qui il mio invito a tutti noi professionisti del settore sulla scena da qualche anno a trovare soluzioni organizzative e operative che mantengano la porta degli eventi aperta anche a chi potrebbe accedervi quasi per caso. In questo senso è notevolissimo il ruolo di riviste come quella su cui mi leggete: hanno il potere, e la responsabilità, di una comunicazione capillare proprio a quei professionisti che, senza fare clamore, tutti i giorni alzano la serranda del bar e preparano espressi e cappuccini da competizione senza essere in gara. Ecco, siete voi quelli che vogliamo, per dimostrare a noi stessi e al mondo che in Italia c’è un futuro per la qualità del caffè, a dispetto di quanto pensano i menagramo (alcuni dei quali nuotano proprio nell’acquario di cui sopra).



L’autore è Consigliere dell’Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè e Amministratore del Centro Studi Assaggiatori www.assaggiatoricaffe.org