Relazione e garbo: ingredienti immancabili anche nel caffè

waitress-2376728-640-964f6a57

Prenderò il concetto un po’ alla larga, sperando nella vostra indulgenza e nella vostra pazienza di seguire fino in fondo queste mie righe. Nel suo *Il sogno di Solomeo* Brunello Cucinelli, noto industriale del cachemire che sostiene la concezione di capitalismo umanistico, torna più volte sull’idea di garbo. Si tratta di un concetto fondante, ricorre spesso anche nelle sue interviste. In una al quotidiano Il Messaggero, Cucinelli sottolinea l’importanza di “un modo garbato di confrontarsi. Se qualcuno tenta di convincermi con garbo, io ascolto, se mi offende, non ascolto”. Parole che hanno dato un senso a un’altra mia lettura recente, un articolo della BBC dall’eloquente titolo *“These coffee snobs ban milk and sugar”*: questi snob del caffè mettono al bando il latte e lo zucchero. Si riferisce ad un’ideologia diffusa specialmente negli Stati Uniti, ma non solo, per la quale alcuni locali non metterebbero più a disposizione dei propri clienti zucchero, latte e panna. È evidente che nel libero mercato ogni imprenditore imposta la propria attività come meglio ritiene, eppure questo articolo mi ha fatto molto riflettere.

UNA STORIA AMERICANA

Torniamo quindi all’idea garbo: una scelta così radicale di negare al cliente degli elementi di edonismo a lui familiari deve essere sicuramente spiegata con grandissimo garbo. Ho già riferito su queste pagine di un episodio che mi vide protagonista a New York qualche anno fa. Chiesi alla barista di prepararmi un espresso singolo invece che doppio: richiesta negata in modo lapidario con un’evidente volontà da parte della mia interlocutrice di affermare la propria autorità in materia di caffè. La mancanza di garbo dimostrata dalla barista mi ha fatto persino dimenticare nel tempo il

nome di quel bar, eppure talmente famoso da essere indicato come uno dei più interessanti della città. Quanto sarebbe stato più coinvolgente e istruttivo se la giovane professionista americana mi avesse spiegato garbatamente le ragioni tecniche e sensoriali del perché preferiva servirmi il caffè in una certa modalità: sicuramente un arricchimento di cui conserverei ancora memoria.

UNA RELAZIONE VINCENTE

Tornando al tema della purezza del caffè propugnato dai professionisti citati dalla BBC, l'approccio non mi trova del tutto d'accordo. Personalmente sono sempre a favore di una relazione che avvicina e non che impone: pull not push. Ritengo che sia dovere e interesse del nostro settore favorire una maggiore conoscenza da parte del cliente. Eppure, in nome della qualità del prodotto non si può sacrificare la qualità dell'esperienza, che deve essere garantita nelle forme che il cliente desidera. In questo la grande tradizione della caffetteria italiana ha una carta eccezionalmente potente in mano. È infatti basata sulla relazione con il cliente, ammantata di garbo, tesa a garantirgli un momento di piacere: quando tutto ciò viene meno si perde il senso del pubblico esercizio.



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