Caffè, le "bestie nere" dell'export italiano

20140303-194531-eea9361e

Da una parte i richiami all’italia di prodotti che poco o nulla hanno a che vedere con noi, dall’altra i prodotti italiani di qualità bassissima

http://www.mixerplanet.com/wp-content/uploads/2014/05/P11602791.jpgPoniamo che un’azienda faccia circa 26 miliardi di fatturato l’anno ma una sua concorrente ne faccia oltre 60 vendendo copie scadenti dei prodotti della prima. E se vi dicessi che la prima azienda non riesce a trovare un modo efficace per disfarsi della seconda? Ne sareste probabilmente sconcertati pensando a quanti soldini lascia in mano a quel concorrente così perfido. Bene, la prima azienda si chiama export italiano dell’agroalimentare e la seconda Italian Sounding: in poche parole l’industria del falso ha un fatturato doppio rispetto alle esportazioni della nostra industria alimentare.
Il fenomeno dei falsi cibi e vini italiani è diffuso in una sterminata serie di nazioni. E' sicuramente più globale della nostra industria alimentare. Falsi che si trovano sugli scaffali della grande distribuzione in decine di paesi, con nomi di fantasia che ricordano l’originale. è purtroppo davvero facile incappare nel Parmesan (e nei suoi fratelli e cugini).
Il fenomeno riguarda anche il caffè: alcuni giganti dell’industria internazionale utilizzano un richiamo forte all’Italia, arrivando a usare il nome di nostre città su prodotti di bassissimo valore sensoriale. Così troviamo in etichetta ampi riferimenti a Venezia, Milano, Firenze, Roma ma dentro le lattine o le confezioni prodotti che possono essere considerati un puro insulto alla nostra cultura alimentare. L’Italian Sounding è quindi la bestia nera dell’export italiano, una malattia per la quale non si è ancora trovato un vaccino efficace. Ma c’è un altro virus che mi pare stia circolando nel coffee business italiano, che credo potrebbe essere definito efficacemente come Italian Claiming: caffè realmente prodotti in Italia ma di qualità bassissima. Le carte dicono senza tema di smentita che sono realmente made in Italy, ma l’apertura di certi sacchetti spediti all’estero lascia imbarazzati: odori vegetali, muffosi, terrosi, fermentati aggrediscono il naso e picchi inusuali di amarezza e di astringenza devastano la bocca. L’italian Claiming è quindi un’altra forma di tradimento della tradizione italiana: è una promessa sensoriale non mantenuta, uno schiaffo all’amore per l’Italia nel mondo. E fa male perché è perpetrato da italiani.

Una possibile soluzione

Dicevo che una cura efficace per l'Italian Sounding ancora non si è trovata e pure per l'Italian Claiming non è facile individuarla, tanto più che il nemico è in casa e quindi opera da franco tiratore verso ogni possibile risoluzione del problema. C'è però una via che si può percorrere e che permetterà a tutti gli italiani che lavorano bene di andare in giro a testa alta: insegnare ad assaggiare agli operatori stranieri. Insegnare loro il profilo sensoriale di un buon espresso italiano. Un buyer che impara a distinguere un caffè di qualità da uno cattivo, e ne capisce le ragioni anche produttive, potrà finalmente mettere in crisi il torrefattore che gli propone un espresso Italian Claiming, andando a contrattare ferocemente il prezzo di acquisto perché sa cosa c'è realmente in quel sacchetto. Quel buyer ci aiuterà a togliere marginalità ad aziende che campano su promesse sensoriali non mantenute: e chissà che prima o poi qualche esportatore di spazzatura non decida di cambiare strada.

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

Chi fosse interessato a contattare l'autore può farlo scrivendo a: carlo.odello@assaggiatori.com