Relazioni di qualità intorno alla tazzina

relazioni-di-qualita-tazzina-3-cd6097f1

Nel 1980 The Buggles cantavano “Video Killed The Radio Star”. Quasi un ventennio dopo, quando ero studente universitario, i miei professori mi rassicuravano del contrario: la televisione non aveva ucciso la radio (e affermavano, correttamente, che il web non avrebbe scacciato il piccolo schermo). Cosa c’entra tutto ciò con il mondo del caffè? Tanto.

CONSUMO A CASA *VERSUS* CONSUMO AL BAR?

Nelle ultime settimane nelle mie conversazioni con le aziende che producono macchine per espresso ho visto sottolineare quanto la quota delle macchine prosumer sia aumentata nel 2020. Mi riferisco a quelle macchine di dimensioni ridotte, a un gruppo, che replicano l’operatività delle sorelle maggiori ma in ambito prettamente domestico o quasi. Una volta appannaggio essenzialmente dei coffee lover, riuniti in forum on line che li facevano apparire dei coffee nerd, queste macchine hanno conosciuto una crescita importante. Se a esse sommiamo la crescita del monoporzionato, cialda o capsula, non si può dare torto a chi si è domandato, non senza timore, se il consumatore sarebbe tornato al bar. Ed eccoci alla domanda iniziale: le nuove modalità di consumo a casa, tra macchine prosumer per i più evoluti e monodose per gli altri, uccideranno il consumo al bar?

L’ESPERIENZA SOCIALE



È ragionevole pensare che un maggiore consumo domestico possa effettivamente rappresentare una minaccia per bar di qualità opinabile e qui non mi riferisco certo solo a quella in tazza: sarebbe assurdo pensare che nel 2021 si vada al bar esclusivamente per l’esperienza sensoriale. Anzi, purtroppo spesso questa passa addirittura in secondo piano rispetto a

una ben più rilevante: l’esperienza sociale. A casa il caffè è sì occasione di socialità, ma questa si riduce per forza di cose al cerchio della famiglia, che in ultima analisi è una micro-comunità non in grado soddisfare la voglia di inclusione dell’essere umano in un contesto più ampio. Il bar italiano è la risposta a questa necessità (e lo è talmente tanto che i clienti spesso sorseggiano distrattamente tazze orrende mentre indulgono in conversazioni di nessun altro valore se non quello di essere “chiacchiere da bar”).

IL BAR DEL FUTURO

Insomma, personalmente faccio fatica a trovare nelle nuove abitudini di consumo a casa una vera e propria minaccia a quei locali che lavorano, molto e bene, sull’esperienza di consumo. Una volta di più è chiaro che la pandemia ha favorito l’insorgere di nuovi riti casalinghi, ma ha anche rafforzato l’immagine del bar come luogo di incontro. Il caffè del bar è risultato fungibile rispetto a quello di casa: in breve possiamo affermare che tutto sommato la voglia di caffeina può essere agevolmente soddisfatta anche presso la propria abitazione. Anzi, si può arrivare a esperienze sensoriali coinvolgenti e di qualità. Per questo la direzione del bar non è solo verso la qualità della bevanda in tazza, che dovrebbe essere scontata, ma anche verso la costruzione di relazioni di qualità intorno alla tazza: il bar del futuro è forse un ritorno alla socialità del passato.



L’autore è direttore generale dell'Istituto Espresso Italiano (IEI) e consigliere dell’Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè (IIAC)