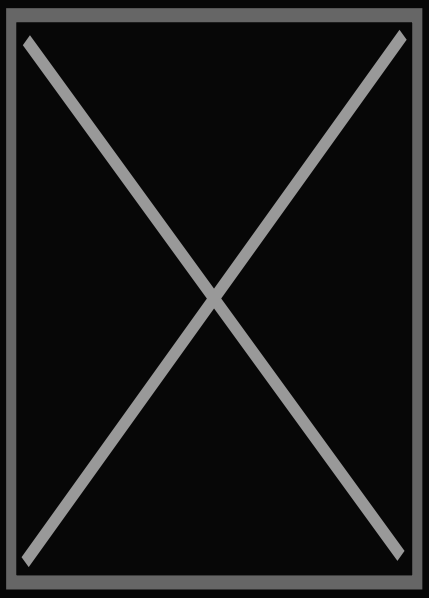
Starbucks: "Caffè caldo? No thanks, siamo americani"

thumbnail-kaffee-meister-biexzhg-7sw-unsplash-75e2dec3

Secondo il *New York Times* la tazza calda sarebbe una specie in via di estinzione. Le nuove generazioni preferiscono le declinazioni fredde, anzi ghiacciate, in qualsiasi periodo dell’anno. Follie a stelle e strisce? Forse non è proprio così

'Does Anyone Drink Hot Coffee Anymore', c’è qualcuno che ancora beve caffè caldo? Vi sembrerà una boutade, una sciocchezza, un’eresia, ma invece è il titolo di un recente articolo del New York Times. No, non sono pazzi questi americani. L’idea nasce dai dati, quelli di **Starbucks** che non solo nei mesi da aprile a giugno ha venduto per il 75% caffè freddi (Cold Brew e Frappuccini in varie combinazioni di sapori, ora è il momento della zucca), il che si spiegherebbe facilmente con le temperature torride dell’estate. Il dato ben più significativo è un altro: **in tutto l’anno, inverno compreso, sei caffè su dieci venduti dal colosso di Seattle sono freddi, e diciamo pure ghiacciati.**



Tutta colpa del frappuccino, insomma. Che, direte voi, in Italia chi se lo prende? Noi abbiamo la **tazzulella**, il cappuccino, al massimo il marocchino. E se proprio si deve abbassare la temperatura, il macchiato freddo. Il caffè col ghiaccio si beve solo d'estate, in vacanza, con la colonnina sopra i 30 gradi. Punto.

Ma è proprio così, e cosa ci sta apparecchiando il futuro? Basta fare un giro su TikTok, il social degli under 20, per trovare una pletora di ricette di ogni tipo foggia e colore, ma con un denominatore comune quasi universale: **il caffè c'è ma è freddo, freddissimo**. Che la base sia Cold Brew, espresso o persino solubile, pare proprio che ai giovanissimi il caffè piaccia così.

Varie le **motivazioni** date dai poco più che ventenni intervistati dal quotidiano a stelle e strisce: bollente è troppo caldo da bere, poi diventa tiepido e il gusto si rovina. Il caffè freddo sembra più energetico, è associato con uno stile di vita dinamico e creativo. Ed è più facile da "personalizzare", ricettare, miscelare. Come un drink. Insomma, tutta una serie di **argomenti che non sembrano minimamente potersi applicare al caso italiano**. In fondo siamo il Paese del caffè migliore, della tazzina di ceramica, bollente e ristretta, da bere al banco in meno di quei 20 secondi necessari per prepararla. Cosa ce ne facciamo di Pumpkin Spice Latte e Caramel Apple Spice e Nitro Cold Brew Pumpkin Cream?

Però… non lo dicevamo anche del caffè unico? E dello specialty? E non sta forse avanzando, anche se lentamente e a macchia di leopardo, un'idea di un caffè diverso, più vario, di qualità ma anche inclusivo e declinato sui gusti assai vari dei clienti? L'autunno si avvicina a grandi passi, ma forse non è ancora tempo di ritirare la macchina per il **Cold Brew**. I clienti più giovani – una fascia che per ovvi motivi sarebbe quanto meno poco lungimirante ignorare – ve ne saranno grati. Qualsiasi sia il tempo, là fuori.