Caffè: i sette punti del Manifesto del Trieste Coffee Experts by Bazzara

20260119181300cover-manifesto-tce

Parlare di caffè in Italia oggi significa confrontarsi con una dimensione complessa, che intreccia cultura, economia, industria e società. Per decenni questo intreccio è bastato a sostenere la tazzina di caffè come uno dei simboli più riconoscibili dell'eccellenza italiana nel mondo; un valore che oggi, proprio per il suo profondo radicamento nella quotidianità, rischia di essere normalizzato. È da questa consapevolezza, emersa e consolidata durante i giorni del Trieste Coffee Experts, con il contributo di associazioni, istituzioni, torrefattori, esperti, grandi aziende e operatori provenienti da tutta la filiera, e in continuità con la storica vocazione al dialogo e al fare rete della famiglia Bazzara, che nasce il Manifesto del Trieste Coffee Experts.

Un documento che esprime una visione di sistema del caffè italiano, sintetizzando in sette punti gli snodi strategici che hanno guidato le analisi e il confronto durante le giornate dell'ottava edizione del summit. Un lavoro pensato per offrire una chiave di lettura delle sfide globali e dei Megatrends che stanno ridefinendo il mondo del caffè: dalla necessità di fare coesione come leva competitiva, alla ridefinizione del valore reale della tazzina; dalla sostenibilità come requisito concreto e misurabile, fino al ripensamento del Made in Italy del caffè come sistema di valori e non come semplice etichetta. Il Manifesto apre un percorso che proseguirà con la realizzazione di un Paper di approfondimento, alimentato dai sondaggi condotti durante il Trieste Coffee Experts e corredato da un'analisi più estesa dei dati, per dare struttura e continuità al lavoro svolto in questi anni.

1) Da settore a sistema

La coesione come leva competitiva Il futuro del caffè italiano non dipende dalla somma delle singole eccellenze, ma dalla capacità di fare sistema. In un contesto globale segnato da instabilità economiche, normative e climatiche, solo una filiera coesa - imprese, associazioni e istituzioni - può rappresentare l'espresso italiano con una voce credibile, autorevole e riconoscibile in Europa e nel mondo.

2) Da tradizione a identità condivisa

L’espresso come patrimonio culturale vivo. La tradizione non è nostalgia né retorica: elementi come qualità e artigianalità non rappresentano più valori distintivi, ma condizioni di partenza. Costruire un’identità comune dell’espresso italiano significa trasformare il gusto in linguaggio, la tecnica in racconto, la cultura in valore economico, rendendo tutto ciò che ruota intorno all’esperienza dell’espresso parte integrante del suo significato nel lifestyle, nel turismo, nei media e nella società contemporanea.

3) Il valore reale della tazzina

Dal rito al prezzo giusto. Il prezzo della tazzina non può più essere disallineato dal suo valore reale. Costi crescenti, qualità del servizio, sostenibilità e professionalità richiedono un nuovo equilibrio economico. Difendere il valore della tazzina significa garantire la sostenibilità di bar, torrefazioni e dell’intera filiera, in un mercato che evolverà verso meno volume e maggiore valore.

4) Sostenibilità sostenibile

Dalla visione ai fatti. La sostenibilità non è più un’opzione, ma una soglia di accesso al mercato. Ambientale, sociale ed economica, deve diventare concreta, misurabile e applicabile anche alle PMI. Tracciabilità, gestione delle risorse, filiere responsabili ed EUDR ridefiniscono le regole del gioco: chi non misura, non governa; chi non governa, non compete.

5) Dal sapere al sapore

Formazione, gusto, consapevolezza. Il valore del caffè nasce dalla conoscenza. Serve un modello formativo coordinato e un linguaggio del gusto accessibile, capace di rendere il consumatore più consapevole e di rafforzare il ruolo del barista come professionista culturale. Solo chi sa raccontare il caffè può farne percepire il valore. Educare al gusto significa anche educare all’esperienza: saper leggere un espresso nel suo contesto, nel rito e nel luogo in cui viene vissuto.

6) L’uomo al centro della macchina

AI come leva, non come rimpiazzo. L’intelligenza artificiale non deve sostituire il sapere umano, ma amplificarlo. Nel caffè, come in altri settori, un uso etico e cooperativo dell’AI può migliorare qualità, controllo, replicabilità, tracciabilità ed efficienza, diventando una nuova alleata dell’artigianalità italiana

e del rito dell’espresso.

7) Made in Italy reloaded

Dal marchio al messaggio. Il Made in Italy del caffè non è solo un’origine geografica, ma un sistema di valori. Qualità, territorio, etica, design, tecnologia ed esperienza devono tradursi in un modello riconoscibile, coerente e credibile sui mercati internazionali. Non vivere dei fasti del passato, ma rigenerare valore trasformando cultura industriale, artigianalità e innovazione in un messaggio contemporaneo. Il Made in Italy del caffè deve tornare a essere una promessa mantenuta, non un’etichetta.