Lo specialty non sta morendo: il settore riflette sui limiti del proprio modello

Il dibattito sul futuro dello specialty coffee continua ad animare il settore anche in Italia. Comunicaffè pubblica l'intervento di Matteo Borea, che respinge la narrativa secondo cui lo specialty sarebbe in crisi o vicino al declino. Secondo Borea, il problema non riguarda la qualità del prodotto ma la difficoltà di una parte del settore nel costruire modelli economicamente sostenibili e realmente comprensibili per il pubblico più ampio. L'articolo insiste sul fatto che il mercato specialty continui a crescere a livello globale, pur attraversando una fase di maturazione e ridefinizione. La riflessione è interessante perché sposta il focus dalla semplice qualità del caffè al formato di business. Per anni una parte dello specialty ha vissuto soprattutto di differenziazione culturale: origini rare, linguaggio tecnico, estrazioni complesse e forte identità estetica. Oggi però il cliente sembra chiedere qualcosa di diverso: qualità sì, ma anche semplicità, accessibilità e continuità dell'esperienza. Questo non significa abbassare il livello, ma forse uscire da una certa autoreferenzialità che ha caratterizzato alcuni format specialty degli ultimi anni. I locali che riusciranno a rendere il caffè di qualità più quotidiano e meno "cerimoniale" potrebbero intercettare una fascia di consumo molto più ampia rispetto a quella degli appassionati puri.