Lo specialty coffee si stanca del minimalismo? Il packaging torna a raccontare storie

Per oltre un decennio il packaging specialty è stato dominato da estetiche minimaliste: sfondi bianchi, tipografie essenziali, poche informazioni e design pulito. Perfect Daily Grind si chiede però se questa stagione stia arrivando al termine. Sempre più torrefazioni stanno infatti tornando a confezioni più ricche di elementi grafici, colori e riferimenti culturali, nel tentativo di distinguersi in un mercato diventato estremamente affollato e visivamente uniforme. Il minimalismo aveva funzionato perché comunicava immediatamente qualità, artigianalità e competenza. Oggi però quasi tutti parlano la stessa lingua visiva. Quando ogni sacchetto appare uguale all’altro, la differenziazione torna a diventare un problema. Per caffetterie e torrefazioni il rischio è scambiare il packaging per un esercizio estetico fine a sé stesso. La vera domanda non è se il minimalismo sia finito, ma se il racconto del prodotto riesca ancora a emergere. In un settore che parla continuamente di origine, produttori e filiera, forse il packaging sta semplicemente tornando a fare ciò che dovrebbe fare da sempre: raccontare una storia riconoscibile.