I consumatori vogliono il caffè sostenibile, ma non tutti sono pronti a pagarlo di più

Quanto conta davvero la sostenibilità nelle scelte di acquisto del caffè? Una ricerca analizzata da Barista Magazine mostra che i consumatori attribuiscono grande importanza a temi come tutela ambientale, condizioni di lavoro dei produttori e trasparenza della filiera. Tuttavia emerge anche una contraddizione ormai nota al settore: l'interesse dichiarato per la sostenibilità non sempre si traduce nella disponibilità a sostenere prezzi più elevati per prodotti certificati o provenienti da filiere particolarmente virtuose. È un tema che il mondo del caffè conosce bene. Negli ultimi anni sostenibilità è diventata una parola chiave nelle strategie di comunicazione di torrefazioni, caffetterie e grandi aziende. Ma la ricerca ricorda che tra intenzione e comportamento esiste spesso una distanza significativa. Per i locali la lezione è importante: limitarsi a esporre certificazioni o claim ambientali potrebbe non bastare. Serve spiegare in modo concreto perché un determinato prodotto costa di più e quale valore genera lungo la filiera. In altre parole, la sostenibilità continua a essere un vantaggio competitivo, ma soltanto quando riesce a trasformarsi da concetto astratto a beneficio comprensibile per il cliente.