Borea (IEI) richiama la filiera: «La vera sfida non è difendere la tazzina, ma restituire valore all’espresso italiano»

b129d63b-09ea-47ae-a6a3-b7c2b58232d4

Il tema del rincaro dei prezzi della tazzina l'aveva affrontato qualche giorno fa il presidente di FIPE-Confcommercio Lino Enrico Stoppani. «La tazzina da due euro non rappresenta, al momento, uno scenario considerato probabile da FIPE - aveva detto - Il tema degli aumenti, però, resta aperto: per i pubblici esercizi il prezzo finale deve assorbire una struttura di costi sempre più articolata, mentre l’inflazione continua a incidere sulle attività commerciali».

Adesso, invece, è il turno di Alessandro Borea, presidente di IEI, che sottolinea come il mercato italiano del caffè attraversa una fase di forte complessità. Le quotazioni del caffè verde restano elevate e la volatilità internazionale si somma all’aumento dei costi energetici, logistici, finanziari e del lavoro. Una pressione che coinvolge l’intera filiera, dalle torrefazioni ai pubblici esercizi, e che rende urgente una riflessione sul futuro dell’espresso italiano. Per l’Istituto Espresso Italiano (IEI), la risposta non può limitarsi al ritocco dei listini: occorre riportare al centro qualità, competenze e cultura del prodotto.

Quote

Per molti anni in Italia abbiamo considerato il prezzo dell’espresso quasi immutabile, indipendentemente dall’evoluzione dei costi e dal valore della materia prima. Oggi questo modello mostra tutti i suoi limiti. La questione non è stabilire se la tazzina debba costare qualche centesimo in più, ma capire quale valore vogliamo attribuire all’espresso italiano e quale futuro vogliamo costruire per la sua filiera».

Alessandro Borea, presidente di IEI

Secondo Borea, comprimere continuamente i margini lungo la filiera rischia di penalizzare proprio la qualità. Torrefazioni e bar stanno affrontando costi crescenti, mentre il consumatore resta molto sensibile al prezzo dell'espresso. «Se il valore viene assorbito a ogni passaggio, prima o poi è la qualità a pagarne il prezzo. Ed è esattamente ciò che dobbiamo evitare».

Per l'Istituto, la sfida è passare dalla **battaglia sul prezzo alla cultura del valore**. Significa aiutare il consumatore a riconoscere cosa c'è dentro una tazzina: qualità della miscela, tecnologia delle attrezzature, corretta estrazione, servizio e professionalità del barista. «Non dobbiamo convincere il consumatore a pagare di più per lo stesso prodotto. Dobbiamo metterlo nelle condizioni di comprendere perché un espresso di qualità abbia un valore», sottolinea Borea.

Le leve indicate da IEI sono qualità certificata, formazione professionale, cultura del prodotto e comunicazione al consumatore. La certificazione deve diventare uno strumento sempre più riconoscibile per valorizzare chi investe in qualità, mentre la formazione del barista assume un ruolo centrale non solo sul piano tecnico, ma anche nella capacità di raccontare il prodotto. «Il barista è l'ultimo anello della filiera, ma è anche l'unico che incontra ogni giorno il consumatore. Può trasformare tutto il lavoro fatto prima di lui in un grande espresso oppure vanificarlo in pochi secondi. Per questo la formazione non è un costo accessorio: è uno degli investimenti più importanti che il settore possa fare», continua Borea.

La strada indicata dall'Istituto è un'**alleanza più forte tra torrefattori, produttori di attrezzature, baristi e operatori della filiera**, con standard condivisi e una comunicazione più efficace verso il mercato.

Quote

L'espresso italiano ha un patrimonio straordinario di cultura, tecnologia, competenze e imprenditorialità. Ma la tradizione, da sola, non basta a garantirne il futuro: dobbiamo trasformarla in valore contemporaneo. La vera sfida dei prossimi anni non sarà stabilire quale debba essere il prezzo giusto di una tazzina, sarà fare in modo che il consumatore, bevendo un buon espresso, possa riconoscerne la qualità e comprenderne il valore e se riusciremo a farlo, avremo dato più sostenibilità economica ai bar, più possibilità di investire alle torrefazioni e soprattutto un futuro più solido all'espresso italiano. È su questo terreno che IEI vuole fare la propria parte.

Alessandro Borea, presidente di IEI