Il caffè multi-roaster costa più di quanto sembri

Lavorare con più torrefattori ospiti è una delle formule più amate dello specialty coffee, ma comporta margini più stretti di quanto sembri, spiega **Perfect Daily Grind**. Un locale che acquista da torrefattori esterni paga un prezzo che include già il margine del produttore, per poi aggiungere il proprio margine di vendita: un torrefattore che vende direttamente al pubblico, invece, copre un solo margine dall'inizio. A questo si sommano i costi di importazione: Matt Patch, fondatore di Patch Coffee, segnala che gestire flussi di cassa e pricing diventa complesso quando si importano piccoli lotti da torrefattori internazionali sparsi nel mondo. C'è poi un costo nascosto meno finanziario e più operativo: ogni torrefattore ha il proprio giorno di ordine, la propria tostatura, la propria finestra di consegna, moltiplicando le conversazioni che un locale con un solo fornitore avrebbe con una persona sola. Le date di tostatura raramente coincidono tra un fornitore e l'altro, complicando la rotazione delle scorte, mentre la rotazione dei chicchi rende più difficile la consistenza in tazza: ogni barista deve ricalibrare l'espresso a ogni nuovo lotto, un lavoro che richiede formazione continua più che talento naturale. Il consiglio pratico che emerge dal pezzo è meno romantico dell'idea di lavorare con torrefattori da tutto il mondo: tenere il roster fisso a tre o quattro nomi, assegnare un giorno di consegna fisso a ciascuno, e trattare la selezione dei torrefattori come una decisione di business tanto quanto una scelta di gusto.