In Francia il servizio diventa il nuovo specialty

Sarah Charles racconta su **Barista Magazine** un'edizione del Paris Coffee Show attraversata da una tensione economica dichiarata più che nascosta: 21 conferenze, oltre 80 relatori, 18 workshop, 10 cupping e 5 competizioni ufficiali in tre giorni, organizzati dal Collectif Café, ma con un'affluenza percepita come inferiore alle edizioni precedenti. Laure Jubert, consulente e co-organizzatrice del programma conferenze, parla apertamente di un calendario eventi ormai troppo affollato per le dimensioni della community francese, in quello che definisce senza mezzi termini "un momento difficile per i consumi, che molti chiamerebbero semplicemente crisi". Il filo conduttore emerso da conferenze e stand è che il vero elemento distintivo, oggi, non è più il prodotto ma il servizio. Tre casi lo mostrano da angolazioni diverse: Rakwe Coffee, con oltre cinque locali tra Lione e Marsiglia, investe sulla formazione dei baristi per mantenere la qualità mentre cresce; Forêt Forêt costruisce attorno a un caffè da 30 euro un'esperienza da destinazione più che da passaggio veloce; Motors Coffee organizza il flusso di lavoro al bancone (quattro macinacaffè, ruoli definiti per ogni turno) per servire senza cali di qualità anche un gruppo di clienti che ordina una flight completa. Paz Levinson, sommelier, la riassume come la necessità di "smettere il discorso da robot" e connettersi davvero con il cliente. Un tratto distintamente francese è la convergenza crescente tra linguaggio del caffè e linguaggio del vino, terroir, millésime, abbinamento cibo-caffè, che altrove suonerebbe artificioso ma qui si appoggia a un'infrastruttura culturale già esistente attorno al gusto. Il pubblico in fiera, però, resta poco rappresentativo del Paese: prevalentemente Millennial e Gen X, quasi nessun Gen Z, donne presenti ma sottorappresentate soprattutto ai vertici, settore in larga parte bianco pur in un Paese diversificato, con nuovi attori che stanno costruendo attività proprie attraverso canali diversi dalla fiera di settore.