Baristi sempre più preparati. Ma chi è disposto a pagarli?

Preparare un buon espresso non basta più. Al barista vengono richieste competenze tecniche sempre più approfondite, capacità di comunicazione, conoscenza delle origini e delle lavorazioni del caffè, ma anche rapidità, costanza e attenzione al cliente. **Perfect Daily Grind**, in un articolo di Bhavi Patel, racconta l'evoluzione della professione attraverso l'esperienza di Jack Simpson, campione mondiale barista 2025 e global brand ambassador di Faema, protagonista della campagna *I'm a Barista*. Secondo Simpson, i titolari delle caffetterie si aspettano oggi una preparazione molto superiore rispetto al passato. Anche i clienti sono diventati più esigenti: i social media hanno aumentato l'attenzione non soltanto per la bevanda, ma anche per la sua presentazione, la provenienza del caffè e la qualità del servizio. Intanto, il mercato del lavoro resta instabile. Negli Stati Uniti, a marzo 2026, il tasso mensile di dimissioni nel comparto alloggio e ristorazione ha raggiunto il 4,3%, quasi il doppio della media del settore privato. Le caffetterie competono per il personale con ristoranti, alberghi e bar, e la possibilità di costruire percorsi professionali diventa un fattore importante per trattenere i collaboratori. In questo contesto entra in gioco l'automazione. Simpson la considera inevitabile, ma contesta l'idea che debba necessariamente impoverire il rapporto con il cliente. Macchine capaci di garantire maggiore precisione e ripetibilità possono ridurre gli errori e liberare tempo da dedicare al servizio. Come esempi cita le Faema E71E e President GTI, strumenti che gli consentirebbero di concentrarsi maggiormente sulla preparazione e sull'interazione con gli ospiti.

L'idea che la tecnologia restituisca tempo al barista è plausibile, ma non automatica (leggi anche il nostro speciale **Mixer Collection Coffee Trend 2027**). Dipende da come il gestore decide di utilizzare il risparmio di lavoro: per migliorare il servizio, per aumentare la produttività o per ridurre il personale. Guardando al 2027, Simpson prevede consumatori ancora più informati, soprattutto tra i giovani. Secondo i dati statunitensi della Specialty Coffee Association citati nell'articolo, il 69% dei consumatori tra 25 e 39 anni ha bevuto specialty coffee nell'ultima settimana. Sul fronte produttivo, invece, l'instabilità climatica rende meno prevedibili le stagioni di raccolta e richiede una maggiore capacità di adattamento lungo tutta la filiera. La questione centrale è il riconoscimento professionale del

barista. Se oggi deve conoscere il prodotto, gestire attrezzature sofisticate, comunicare con il pubblico e garantire un'esperienza di qualità, non può continuare a essere considerato semplicemente un addetto a una mansione d'ingresso. L'automazione può alleggerire alcune attività, ma non risolve da sola il problema della formazione, delle prospettive di carriera e della valorizzazione economica delle competenze.