Caffè, l’importanza della qualità in tazza

caffe-303aa20b

Torno a parlare di un tema a me molto caro: l’espresso italiano. Ma questa volta voglio affrontarlo da un punto di vista diverso e capire chi è davvero il torrefattore italiano. Ultimamente sul tema c’è una certa bagarre animata da chi vorrebbe in maniera manichea dividere i torrefattori in industriali e artigianali. Una visione della realtà che definire semplificata e semplificatrice è eufemistico, quasi ci vedo del dolo e non verso i torrefattori ma verso il consumatore. Gli si fa credere che le dimensioni aziendali siano indissolubilmente correlate alla qualità del prodotto: gli “industriali” fanno caffè poco interessanti, mentre gli “artigianali” hanno in mano le chiavi della qualità.

La mentalità dell’imprenditore Chiunque affronti questa distinzione con un minimo di raziocinio e di esperienza sa che non sta in piedi. E’ un po’ il ragionamento per il quale il “vino del contadino” sarebbe un modello di qualità in virtù della sua genuinità o di altri pseudovalori di cui una certa demagogia agroalimentare prova a imbottirci la testa. Non sta in piedi dire che alle piccole dimensioni di una torrefazione corrisponde sempre un caffè migliore, così come non è vero che le grandi torrefazioni non sono in grado di fare anche grandi miscele. Ed è vero anche l’opposto. Ho la fortuna di avere rapporti di lavoro e umani con torrefazioni di varia grandezza: dalle micro alle macro, se vogliamo così definirle. La discriminante della qualità in tazza, ciò che fa la differenza tra una miscela eccellente e una ordinaria o addirittura scadente, è semplicemente la filosofia aziendale. Che a sua volta discende dalla mentalità dell’imprenditore che vi sta dietro. E’ chiaro che i segmenti di mercato che copre un micro-torrefattore non sono quelli a cui si dedicano torrefattori più grandi. In questo senso davvero non riesco a vedere la contrapposizione che alcuni stanno invece fomentando per motivi che ancora oggi mi sfuggono. Mi pare più utile ragionare sul sottile fil rouge che unisce le torrefazioni italiani, piccole o grandi, che desiderano fare qualità: ed è un filo più spesso di quanto si pensi.

Le semplificazioni “social” Se ne avessi il potere vorrei ricondurre l’intera discussione a un semplice punto: la qualità in tazza. C’è o non c’è? Questa è la domanda che mi pongo di fronte a un espresso, ancora prima di chiedermi se dietro quella tazzina c’è una multinazionale o una bottega del caffè.

Ecco noi dovremmo probabilmente pensare solo a questo punto, buttando a mare le ideologie di sono pieni i social network (non fraintendetemi, anch'io sono su Facebook, solo che ci penso due volte prima di pubblicare qualcosa, ma questa è un'altra storia). Insomma il tema della piccola, media e grande torrefazione Carlo Odelloprobabilmente sarebbe meglio impostato se ci spostassimo da una visione ideologica a una prettamente sensoriale. Il problema è che per discutere di analisi sensoriale servono solide basi scientifiche mentre per fare propaganda basta uno smartphone connesso a Internet e un pizzico di cattiveria. **M**

Chi fosse interessato a contattare l'autore può farlo scrivendo a: carlo.odello@assaggiatori.com
L'autore è Consigliere dell'Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè e Amministratore del Centro Studi Assaggiatori