Vino e Caffè, dalla qualità in calice a quella in tazzina

vino-e-caffe-5d96ead4

Vinitaly, il salone internazionale dedicato a vini e distillati, ha celebrato i cinquant'anni di "rinascimento" del vino italiano. Una rinascita del settore che gli esperti attribuiscono ai successi ottenuti dal prodotto a partire dalla seconda metà degli anni Ottanta e che si concretizza in un'immagine del Belpaese che evoca qualità. Questo percorso di crescita ha trasformato il vino italiano da commodity a specialty, come evidenziato dall'Osservatorio del Vino. Ed è esattamente il cammino che tante realtà del settore caffeicolo tracciano per dare al caffè il medesimo valore di specialità, vanto ed eccellenza. Vino e caffè condividono la complessità delle loro filiere produttive e delle loro proprietà organolettiche. Non solo. Le due strade corrono parallele nel mondo dell'ho.re.ca e trovano la necessità di incrociarsi e convivere. Anche l'obiettivo è comune: rendere il consumatore più consapevole e trasmettere il valore della qualità.

Vino e caffè 1**DIGNITÀ AL CAFFÈ** Dal 10 al 13 aprile Fiera Verona ha ospitato l'evento collaterale a Vinitaly, Sol&Agrifood, Rassegna dell'Agroalimentare di Qualità. Gli spazi espositivi del padiglione dedicato all'artigianalità, hanno coinvolto aziende produttrici di olio, prodotti da forno, birrifici e, non da meno, alcune torrefazioni di caffè. Trainante la partecipazione dell'associazione SCAE Italia (Speciality Coffee Association of Europe) che, per il secondo anno consecutivo, ha organizzato uno spazio di divulgazione e degustazione del caffè, A Taste of Coffee. «SCAE Italia – dice Davide Cobelli, responsabile della formazione – ha colto l'occasione di partecipare agli eventi della fiera di Verona per parlare di caffè alle stesse persone che già riconoscono la qualità in un prodotto come il vino. Intendiamo sensibilizzare e far capire il valore del caffè, trasferendo i concetti di qualità e di evoluzione che per il vino sono già stati compresi».

Diverse aziende hanno scelto di condividere gli spazi di "A Taste of Coffee": non solo torrefazioni e microtorrefazioni che hanno portato i loro pacchi di caffè al banco delle degustazioni, ma anche costruttori di macchine per caffè espresso, fornitori di attrezzature, di prodotti per la pulizia di

macchine e accessori e di sistemi di trattamento dell'acqua. I partner sono stati coinvolti anche in un ampio programma di workshop e attività di divulgazione. «La partecipazione dell'associazione e dei soci che hanno scelto di affiancarla – prosegue Davide Cobelli – ha l'obiettivo di allargare gli orizzonti in un settore "gemello", quello del vino, che spesso guarda al caffè con leggerezza». Un approccio che sembra derivare in particolare da due fattori: da un lato un deficit di conoscenza rispetto alla filiera del caffè e al prodotto finale e, dall'altro, la svalutazione della tazzina di espresso.

CAMBIAMENTI IN ATTO: IL CLIENTE CHIEDE QUALITÀ Per il primo anno Caffè Musetti (Pontenure, Piacenza) ha scelto di partecipare a Vinitaly con uno stand affacciato all'area SCAE Italia. Come evidenziato da Diego Brunelli, commerciale per il territorio di Verona e altre province del Veneto, «l'evento è interessante per tre aspetti: è internazionale, multi- settoriale e "organolettico" ». Brunelli parla di cambiamento: «iniziamo a percepire un interesse più preciso nei confronti del caffè. L'attenzione deriva da un maggiore impegno delle torrefazioni nell'offerta formativa destinata alla clientela e alla professionalità degli operatori che, proprio grazie alla formazione, sono più preparati e rispondono alle richieste di consumatori molto esigenti. Così – prosegue – anche i ristoratori iniziano a chiederci informazioni più dettagliate: non solo sul prezzo, ma anche sulla composizione delle miscele». Allo stand dell'azienda piacentina i visitatori hanno potuto degustare alcune miscele in espresso e una selezione di Arabica monorigini, selezionate e tostate per l'estrazione con metodi brewing come V60 e Chemex.

LA TENDENZA È BIO Intenso afflusso di visitatori davanti al furgoncino targato Caffè Pascucci (Monte Cerignone, Pesaro Urbino), dove è stata messa in funzione la macchina per caffè espresso, proprio come uno street food bar. Il team punta su un caffè con certificato biologico. «Abbiamo intrapreso la direzione verso i prodotti biologici nel 2008 – dice il barista trainer Iuri Grandini – e oggi possiamo confermare che la tendenza è bio, sia nel vino sia nel caffè e in altri prodotti che fanno parte del servizio in caffetteria". Parlando della decisione di prendere parte a Vinitaly e Sol&Agrifood, Grandini sottolinea come nei locali il cliente possa scegliere il calice o la bottiglia di vino. «Vorremmo che accadesse lo stesso per il caffè. Il cliente deve poter scegliere il caffè che desidera bere». Offrire un ventaglio di prodotti selezionati significa anche spiegarne le caratteristiche e raccontare la loro storia, proprio come si fa con il vino.

Questione di prezzo**Questione di prezzo**

Nel mondo della ristorazione, dove i locali fanno leva sull'eccellenza di bottiglie e calici DOC, la tazzina di caffè spesso non è percepita come un valore aggiunto. Ne deriva la scelta poco consapevole del caffè da servire ai propri clienti. Eppure, quella tazzina rappresenta l'ultimo ricordo

dell’esperienza al ristorante. Perché demolire un servizio di qualità con un caffè di cattivo gusto?

A Taste of Coffee, degustazione dei caffè offerti da:

- Cofficina (Assago, Milano)
- Pierre Café (Gravina in Puglia, Bari)
- Caffè Diemme (Albignasego, Padova)
- MokaRica (Forlì)
- L’Art Caffè (Bergamo)
- Le Piantagioni del Caffè (Livorno)
- Little Bean (Rivanazzano Terme, Pavia)
- Golden Brasil Coffee (Ardea, Roma)
- La Genovese (Albenga, Savona)
- Nero Scuro (Bassano del Grappa, Vicenza)

I NUMERI DI VINITALY 2016

- > 100mila metri quadri espositivi
- 4.100 espositori da più di 30 Paesi
- 130mila operatori da 140 nazioni
- > 50mila le presenze straniere
- 28mila buyer internazionali