Il futuro è nel barista che sa ciò che fa

img5020-d2a9f158

luigi-morelloLuigi Morello, direttore di Mumac Academy, racconta come cambiano le professioni del caffè. Sotto la spinta dei consumatori che accorrono ai corsi di formazione coffee lovers, nascono nuove figure strategiche: specialisti, consulenti, opinion leader che formano community internazionali. Le nuove generazioni di torrefattori studiano e sperimentano stili di tostatura e profili sensoriali. Le reti vendita diventano strutture di consulenza che consigliano come scegliere e utilizzare macchine e miscele insieme.

Cosa vuole conoscere il professionista del caffè?

La *latte art* incuriosisce ancora, ma oggi stiamo vivendo una “fase scientifica”: non ci si accontenta di assaggi di tipo soggettivo (mi piace o no), ma si ricercano metodi di valutazione strutturati e riconosciuti. Baristi e torrefattori vogliono sapere come utilizzare al meglio le attrezzature, studiano l’acqua, la chimica, operano sulle macchine, si informano sul verde e sulla tostatura, imparano l’analisi sensoriale per creare i propri prodotti e per offrire ai clienti tazzine perfette, che nei venticinque secondi dell’erogazione diano valore al lavoro di tutta la filiera.

Come sarà la formazione del futuro?

Mumac Academy, Accademia della Macchina per Caffè di Gruppo Cimbali, ha strutturato un percorso modulare. Il primo passo è coinvolgere i professionisti con i corsi di avvicinamento. Poi si approfondiscono i diversi temi con docenti specializzati: professionisti del servizio, campioni internazionali, tecnici specializzati, docenti di analisi sensoriale dell’Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè (Iiac). La formazione del futuro deve fornire conoscenze che diano risvolti concreti per migliorare la qualità e coinvolgere l’intera filiera del caffè, dalla piantagione al consumatore.

Come si trasforma l’espresso in un’esperienza?

All’estero hanno capito che il caffè non è solo una bevanda, ma un’esperienza. Questo cambia completamente gli scenari dell’intero settore. L’espresso non deve essere la tazzina bevuta di corsa a

prezzo fisso. Scegliendo le bevande, preparandole e narrandole in modo impeccabile è possibile passare a un'offerta di livello superiore e aumentare il valore e i consumi del proprio servizio. L'espresso non deve essere buono, ma eccezionale, il locale un'esperienza sensoriale, l'offerta diversificata e lo *story-telling* appassionante.

Qual è il valore dell'Istituto Nazionale Espresso Italiano (Inei) in Italia e nel mondo?

L'interesse per il caffè sta crescendo e l'Inei oggi è più importante che mai perché ricordiamoci che l'espresso è italiano. L'Inei è una possibilità per tutti di fare parte di uno *statement* in cui il consumatore (in Italia e nel mondo) può identificare in modo semplice e garantito ciò che cerca: l'espresso italiano. L'Inei raccoglie tutta la filiera del caffè nel nome dell'autenticità dell'espresso italiano e verifica la qualità attraverso metodi di valutazione sensoriale scientifici condivisi dai produttori fino al consumatore, grazie a una formazione omogenea a livello internazionale. L'Inei contribuisce a distinguere e valorizzare il made in Italy.

img5025L'Istituto Nazionale Espresso Italiano (www.espressoitaliano.org), di cui fanno parte torrefattori, costruttori di macchine e macinadosatori e altri sodalizi che volgono la loro attenzione all'espresso di qualità, oggi conta 42 associati con un fatturato aggregato di circa 700 milioni di euro.