

Lo specialty non sta morendo: il settore riflette sui limiti del proprio modello

Il dibattito sul futuro dello specialty coffee continua ad animare il settore anche in Italia. [Comunicaffè](#) pubblica l'intervento di Matteo Borea, che respinge la narrativa secondo cui lo specialty sarebbe in crisi o vicino al declino. Secondo Borea, il problema non riguarda la qualità del prodotto ma la difficoltà di una parte del settore nel costruire modelli economicamente sostenibili e realmente comprensibili per il pubblico più ampio. L'articolo insiste sul fatto che il mercato specialty continui a crescere a livello globale, pur attraversando una fase di maturazione e ridefinizione. La riflessione è interessante perché sposta il focus dalla semplice qualità del caffè al formato di business. Per anni una parte dello specialty ha vissuto soprattutto di differenziazione culturale: origini rare, linguaggio tecnico, estrazioni complesse e forte identità estetica. Oggi però il cliente sembra chiedere qualcosa di diverso: qualità sì, ma anche semplicità, accessibilità e continuità dell'esperienza. Questo non significa abbassare il livello, ma forse uscire da una certa autoreferenzialità che ha caratterizzato alcuni format specialty degli ultimi anni. I locali che riusciranno a rendere il caffè di qualità più quotidiano e meno "cerimoniale" potrebbero intercettare una fascia di consumo molto più ampia rispetto a quella degli appassionati puri.