Coffee shop, tutti insegnano a fare il caffè. Ma chi insegna a far quadrare i conti?

Il mondo dello specialty coffee ha costruito negli ultimi trent'anni un sistema formativo sofisticato: corsi di estrazione, certificazioni sensoriali, competizioni, approfondimenti sulla tostatura. Eppure, quando si tratta di aprire e gestire una caffetteria, molti imprenditori continuano a procedere per tentativi. È il paradosso al centro dell'articolo di Delilah L. Morris per **Barista Magazine**, dedicato a Coffee Futures Fund, un'organizzazione nata per aiutare i titolari di coffee shop indipendenti ad affrontare le difficoltà dell'impresa. Il fondatore, Akshat Khandelwal, parte da una constatazione: secondo la stima da lui citata, circa sei caffetterie indipendenti su dieci non superano i primi cinque anni di attività. Non necessariamente perché il prodotto sia scadente, ma perché chi apre un locale spesso non dispone di un supporto adeguato per prendere decisioni su investimenti, prezzi, personale e crescita. L'investimento iniziale per una caffetteria specialty può variare, nel mercato considerato dall'articolo, tra 100mila e 300mila dollari, comprendendo allestimento, attrezzature e capitale operativo. Ma il denaro è soltanto una parte del problema. Molti aspiranti imprenditori non hanno un quadro realistico dei primi anni, quando margini ridotti, guasti alle attrezzature e difficoltà nella gestione del personale possono portare il titolare a guadagnare meno dei propri dipendenti. Coffee Futures Fund nasce proprio per colmare questa lacuna. Per cinque anni Khandelwal ha organizzato incontri tra proprietari di caffetterie, invitandoli a condividere problemi concreti e soluzioni sperimentate sul campo. Da quelle conversazioni è nato un programma strutturato che comprende tavole rotonde mensili, formazione, sostegno tra imprenditori e, in alcuni casi, investimenti finanziari. Chi ha già aperto un locale può accedere a un percorso di mentorship di dieci settimane, dedicato a leadership, definizione dei prezzi, gestione del team e altri aspetti operativi. I partecipanti incontrano professionisti diversi, perché le competenze necessarie per costruire un listino non coincidono necessariamente con quelle richieste per organizzare una squadra. Il rapporto con i mentor prosegue anche dopo la conclusione del programma.

Tra gli esempi citati figurano Jared Johnson di Subliminal Coffee, a Nashville, che attribuisce al progetto un contributo all'avvio dell'attività di torrefazione e all'ampliamento della caffetteria, e Connor

Moellenbeck di Daydrink, a Iowa City, che sottolinea il valore del confronto continuativo con altri imprenditori. Khandelwal propone anche un criterio di successo diverso dalla semplice apertura di nuovi punti vendita: il titolare riesce a percepire uno stipendio adeguato? Il locale può funzionare per due settimane senza la sua presenza? Ha ancora piacere di andarci a lavorare? Sono domande decisive per la sopravvivenza di un'impresa. La qualità del caffè può convincere un cliente a entrare. Per far sì che il locale resti aperto, servono competenze che raramente si insegnano dietro una macchina espresso.