

Il bar del futuro: le nuove tendenze e i cambiamenti per emozionare il consumatore

scritto da Amanda Arena | 07/03/2018



Nella sede di Diemme Industria Caffè Torrefatti ad Albignasego (PD), si è svolta una conferenza stampa dal titolo “Il Bar che cambia abitudini - Le risposte alle nuove esigenze del consumatore” che ha proposto interessanti riflessioni sul caffè.

La conferenza stampa del 21 febbraio è stata condotta da **Davide Cavaglieri**, Campione Italiano Barista, vincitore della competizione organizzata da [SCA Italy](#) a [Sigep 2018](#) e, da oltre un anno, parte del team [Diemme](#), azienda che opera nel settore dei caffè tostati dal 1927.

Giannandrea Dubbini, Presidente di Diemme, ha aperto le danze sottolineando l'importanza di investire nella professionalità degli operatori baristi, oltre che su un prodotto eccellente. Entrambi sono aspetti cruciali per rimettere in moto i consumi, per preparare i locali alle trasformazioni del mercato e a un cliente sempre più informato, ma che dev'essere “educato” alla qualità del [prodotto](#)

caffè. Questo è il motivo per cui Diemme, pur mantenendo come core business l'attività di torrefazione, ha sviluppato il nuovo format di locali **Caffè Diemme Italian Attitude**.

Caffè, quali sono le nuove tendenze del bar secondo Davide Cavaglieri

Davide Cavaglieri viene incoronato Campione Italiano Barista a 26 anni, dopo un percorso che l'ha visto gareggiare con baristi esperti e lavorare con **Maxwell Colonna**, Campione britannico proprietario di un coffee shop a Bath, e con **Chris Loukakis**, il Campione del mondo di latte art e terzo classificato al WBC (World Barista Championship).

Davide, supportato dal team Diemme, si sta già allenando per partecipare alla competizione per il titolo internazionale al **World Barista Championship** che si terrà ad Amsterdam dal 20 al 23 giugno. Il caffè che sarà presentato in quella circostanza, avrà un profilo gustativo unico, in modo da legarlo ad un'innovazione particolare svelata nel corso della gara.

Il modello di bar tradizionale va rivisto

Cavaglieri è fermamente convinto che il modello tradizionale di bar e la professione di barista vadano rielaborati, soprattutto nell'ottica di fronteggiare la forza espansiva delle grandi catene di caffetteria - come Starbucks - in arrivo in Italia.

«È essenziale oggi fare formazione - afferma - per trovare il modo migliore di approcciarsi al caffè di qualità e imparare a divulgare ciò che sappiamo senza "aggredire" il cliente. Il mondo del caffè sta cambiando, ma il cliente medio è abituato a un prodotto di bassa-media qualità, bevuto al volo. Perciò noi professionisti dobbiamo accompagnarlo con pazienza in questa evoluzione, trasferendo anche la passione e lo studio che c'è dietro una tazzina di caffè».

Davide, come esempio, ha citato il mondo del vino dove la comunicazione in tal senso è decisamente più energica. Difatti, quando un wine lover va in enoteca è molto più preparato rispetto al consumatore di caffè.

«Il fattore determinante è che nel mondo del caffè non c'è l'obbligo della tracciabilità perché non imposta dalla legge. Nel caso del vino, il barista o il ristoratore possono verificare - anche a distanza di 50 km - se il frutto è marcio o acerbo mentre, per quanto concerne il caffè, dobbiamo fidarci di chi ce lo porta nella tazzina. **Non c'è stata una trasparenza negli ultimi anni** perché, spesso, una tostatura aggressiva nascondeva i difetti del prodotto. E, quindi, non si riusciva a comunicarne neanche l'origine. Si vendeva Arabica, ma proveniente da prodotti di scarto».

Quindi, il passo successivo deve essere, come per il vino o la birra, informare il cliente sull'origine e le caratteristiche della materia prima e del prodotto finale, l'espresso. «Coloro che incominciano a farlo, hanno la strada spianata, pur non essendo un percorso facile», ha dichiarato il barman aggiungendo che l'importante è raccontare il caffè, sapere "innovare" la tradizione dell'espresso italiano per emozionare il cliente e, nel contempo, catturarne l'attenzione facendogli vivere un'esperienza che vada oltre la semplice soddisfazione.



L'interven

to di Antonella Cutrona, Gianfranco Carubelli e Sergio Barbarisi

Anche Antonella Cutrona - Event Manager di SCA Italy ha sottolineato l'importanza delle competizioni sin dalle fasi di selezione per accrescere nei giovani baristi le conoscenze di tutta la filiera del caffè e renderli più preparati per affrontare il bancone.

Gianfranco Carubelli - Asachimici Group Pulycaff e Sergio Barbarisi - General Manager BWT Water+More Italia Srl, anch'essi intervenuti per l'occasione in rappresentanza delle aziende che assieme a Diemme hanno sostenuto Davide nella preparazione alla gara, hanno illustrato l'esigenza di una formazione concreta anche sull'utilizzo corretto degli strumenti adeguati e sull'importanza per le torrefazioni di investire in caffetterie proprie.

L'evento è terminato con un brindisi di augurio a Davide per la prossima importante competizione mondiale.