Caffè: prima la qualità, poi il prezzo

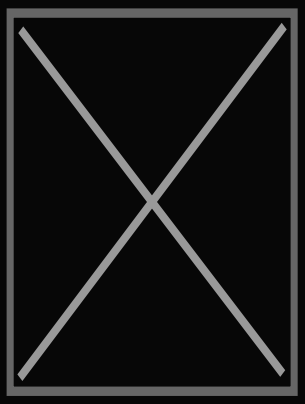
caffe-prima-qualita-poi-prezzo-0c8b1124

Mi devo scusare sin d’ora con i lettori perché quella che presenterò in questa pagina potrà sembrare una riflessione banale. Anzi, fughiamo ogni dubbio, lo sarà senza dubbio. Sarà un pensiero così scontato da potermi tacciare di avere perso profondità di analisi, se mai avessi mai dato prova di questa capacità. Non esiterò quindi a esprimere qui una banalità della massima potenza e a farlo in poche parole: il prezzo dell’espresso al bar deve essere correlato alla sua qualità. Ecco, questo ragionamento è così lineare da apparire evidente tranne a chi, per qualche motivo sconosciuto, vuole negarne proprio l’evidenza. In altre parole, ha torto chi afferma che si debba alzare il prezzo della tazzina al bar senza legarla a un aumento della qualità.

UN PREZZO TROPPO BASSO?

Ribadisco le mie scuse ai lettori che abbiano avuto l’impressione di perdere tempo a leggere sin qua e li invito, se desiderano, a girare la pagina per dedicare il loro tempo a una delle altre belle e utili rubriche che animano questo giornale. Per chi volesse invece continuare nel ragionamento, arrivo al punto. Da anni si sostiene che il prezzo dell’espresso al bar in Italia è irragionevolmente basso, talmente minimo da mettere a rischio la sopravvivenza di una non trascurabile parte dei professionisti dietro il banco e delle loro famiglie. Eppure, in nessun business e in nessun paese libero del mondo si può indiscriminatamente aumentare il prezzo di un bene senza giustificazioni. Aumentarlo solo perché il costo della vita aumenta è una foglia di fico che vola via al venticello dei primi malumori dei clienti. E il prezzo della tazzina al bar non è esente da questo meccanismo.

PRIMA LA QUALITÀ



Invece che chiedere ai clienti di mettere sul bancone qualcosa in più, lasciamo loro la libertà di decidere: iniziamo a proporre un espresso a un prezzo moderato, di qualità quantomeno accettabile, e diamogli nel contempo la possibilità di indulgere nel piacere di una qualità superiore pagando un prezzo leggermente più elevato. Mentre scrivo queste righe, ispirate da pratiche di marketing ben diffuse in altri settori, anche lontanissimi dal nostro, sento di avere raggiunto un picco di banalità così alto da risultare forse inarrivabile in futuro. Eppure, le scrivo proprio per affermare che aumentare il prezzo con l'idea che poi si penserà alla qualità è un tradimento della professione del barista, figura che personalmente ho sempre visto come anfitrione e anima del proprio locale a cui lega spesso il proprio nome, in cui ci mette la faccia. Ecco, in un paese in cui la professionalità del barista ha toccato negli anni rare punte di incompetenza, è alto il rischio di passare da quest'ultima a una molto meno qualificante furberia da pochi spiccioli. Una nazione che ha dato i natali all'espresso sia in senso tecnologico che di prodotto merita una classe di baristi che sappiano scegliere la qualità e proporla in modo efficace ai loro clienti, quanto meno per sentirsi protagonisti del proprio business.



L'autore è direttore generale dell'Istituto Espresso Italiano (IEI) e consigliere dell'Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè (IIAC)