

La qualità del caffè al bar



65 assaggiatori qualificati di caffè, 811 bar visitati in tutta Italia, 907 espresso valutati: ecco le cifre della ricerca compiuta dall'Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè con il Centro Studi Assaggiatori per Altroconsumo. Che traccia la situazione qualitativa del caffè bevuto nei bar italiani.

Il profilo dell'indagine

“La qualità del caffè al bar” è stata la più grande indagine di questa tipologia condotta in Italia. A valutare i bar sono stati chiamati i soci dell'Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè (Iiac), mentre la parte tecnico-scientifica è stata eseguita dal Centro Studi Assaggiatori. Partner della ricerca è stato Altroconsumo.

I 65 assaggiatori Iiac che hanno aderito all'iniziativa sono per oltre l'80% uomini di età compresa fra i 30 e i 44 anni. Il 69% ha un livello medio-alto di istruzione e lavora come agente di vendita, impiegato, libero professionista o barista. La maggioranza dei valutatori vanta una esperienza pluriennale nell'assaggio del caffè (quinquennale per il 40%, decennale per il 18%). Oltre il 20% ha anche la qualifica di giudice addestrato di analisi sensoriale e il 13% di giudice qualificato. Il 60% è anche abilitato Espresso Italiano Specialist.

Ogni assaggiatore ha compiuto una media di 14 visite, con un minimo pari a 1 e un massimo pari a 54 rilevazioni. Il numero totale delle rilevazioni è stato 907. Il totale dei bar valutati è pari a 811, in quanto alcuni sono stati visitati più volte. Ogni bar è infatti ha ricevuto da 1 a 4 visite. Per quanto riguarda le statistiche generali si è quindi operato su un campione di 811 bar, mentre per le valutazioni di merito – ordine, pulizia, sensorialità del prodotto – dalla base dati per l'elaborazione sono stati rimossi gli assaggiatori in possibile conflitto d'interessi. In particolare

sono stati eliminati i dati raccolti dagli assaggiatori che lavorano a qualsiasi titolo nelle torrefazioni e i dati degli assaggiatori che si sono trovati a valutare un bar con il quale hanno rapporti di natura commerciale. Nei bar testati anche 35 locali qualificati dall'Istituto Nazionale Espresso Italiano.

La stima delle dimensioni spaziali dei bar, effettuata a vista, ha prodotto la seguente segmentazione dei locali:

- piccolo 30%;
- medio 44%;
- grande 24%;
- dato non rilevato: 2%.

Per quanto riguarda il numero degli addetti per bar, rilevati durante la visita, la segmentazione è risultata la seguente:

- un addetto: 20%;
- due addetti: 39%;
- tre addetti: 20%;
- quattro addetti: 9%;
- oltre quattro addetti: 7%;
- dato non rilevato: 5%.



Le rilevazioni si sono distribuite su 16 regioni: Lombardia, Piemonte, Toscana, Emilia Romagna, Veneto, Marche, Friuli Venezia Giulia, Campania, Lazio, Liguria, Umbria, Abruzzo, Sicilia, Puglia, Trentino Alto Adige, Basilicata.

La qualità del bar: parlare di medie non ha senso

L'attenta elaborazione statistica, eseguita con tecniche univariate e multivariate, non lascia dubbi: parlare di medie può essere rincuorante, ma non ha senso.

Nelle valutazioni si è utilizzata una scala 0-9. Volendo giungere a una sintesi statistica, abbiamo avuto la piacevole sorpresa di trovare un valore 7 (mediana) su quasi tutti le valutazioni del bar e il 50% dei casi compresi tra valore 6 e 8, ma se il quarto quartile si colloca tra 8 e 9, quindi al massimo della scala, il restante 25% si disperde tra 0 e 6. Ciò significa che abbiamo una probabilità su quattro di entrare in un bar e uscire insoddisfatti.

La situazione peggiora un poco se esaminiamo i dati relativi alla qualità dell'espresso in tazza, dove per i 5 parametri considerati (vista, olfatto, tatto/gusto, retrolfatto e giudizio globale) solo la vista si colloca sul 7, mentre gli altri descrittori sono sul 6, con un oscillazione del 50% dei casi tra 5 e 7, il 25% tra 7 e 9 e il restante 25% tra 0 e 5. In sintesi, se il campione di bar esaminato è rappresentativo della realtà, le probabilità che ha oggi un consumatore di bere un espresso che non raggiunge la sufficienza si avvicina al 50%.

La valutazione del locale

I primi cinque fattori che determinano la qualità del locale sono, nell'ordine:

- la qualità del servizio;
- l'abilità del barista;
- la pulizia;
- la gentilezza;
- l'ordine.

La questione merita una riflessione, non solo perché tutte sono dipendenti dal barista, dalla sua bravura e dalla sua sensibilità, ma anche perché la voce abilità del barista è stata l'unica, tra quelle esaminate nella valutazione del locale, ad riportare appena un 6. In pratica potremmo dire che se fossimo un'autorità nel campo dei pubblici esercizi in Italia e dovessimo prendere dei provvedimenti per migliorare l'ospitalità al bar, non dovremmo ricorrere ad architetti per farli più belli, ma a formatori per migliorare la cultura professionale dei baristi.

Un peso significativo lo assumono anche l'attraenza del locale, la velocità del servizio e, ovviamente, la valutazione dell'espresso, mentre sono statisticamente ininfluenti il prezzo del caffè, la marca delle attrezzature e persino la marca della miscela. Questo non vuol dire che tali elementi non abbiano la loro importanza, ma più semplicemente che il caffè costoso si beve in locali di scarso come di alto livello, siccome attrezzature e miscele di qualità si trovano sia negli uni che negli altri.

I bar italiani presentano comunque un panorama molto variegato sotto tutti gli aspetti. Le code basse giocano un ruolo negativo nei confronti dell'ospitalità del Belpaese che sicuramente incide sul turismo, ma soprat-



tutto su quei consumi fuori casa che crescono soprattutto in quanto necessari, mentre sarebbe molto più produttivo che l'incremento fosse dovuto alla ricerca del piacere.

La valutazione dell'espresso

Più bello che buono. E' questa la prima considerazione che emerge dalle statistiche: i caffè valutati hanno riportato un 7 al giudizio della vista, ma appena 6 al naso e in bocca. Non mancano punte di eccellenza a 9, ma neppure gli zero.

I dati aprono riflessioni di diversa natura. La prima riguarda il calo del consumo del caffè al bar sul quale sicuramente incide la distribuzione del porzionato negli uffici e la distribuzione automatica. C'è comunque da chiedersi quanto la non rispondenza alle attese dell'avventore da parte del pubblico esercizio abbia inciso nella deviazione dei consumi.

La seconda riguarda l'apparenza e non la sostanza, in un giro vizioso che porta al decadimento della qualità in tazza dell'espresso. Alla base ci sono certamente le carenze del barista, ma la complicità del torrefattore è alta e molte volte aggrava le lacune dell'operatore. Un esempio: che succede se un barista porge una lamentela al venditore che il caffè viene male? In alcuni casi quest'ultimo cerca di occuparsi del problema verificando la conservazione della miscela, la macinadosatura e i parametri di macchina, ma quante volte incarta l'obiezione e la porta in azienda? E quante volte il torrefattore invece di difendere il proprio prodotto non coglie la palla al balzo e propone una miscela "più facile" aumentando la percentuale di certe tipologie di caffè che oltretutto costano anche meno? Ecco il giro vizioso ed ecco la complicità. Le miscele sensorialmente meno appaganti sono anche le più facili da lavorare al bar e costano meno.

Nel lungo periodo questa situazione si traduce in un calo di consumi: invece di andare al bar per bere un caffè cattivo, il consumatore preferisce farselo in ufficio, con risparmio di tempo e denaro. In breve, il maggiore concorrente dell'espresso al bar è quello di cattiva qualità, che oltretutto fa anche aumentare il consumo di orzo, gingseng e surrogati vari.



Com'è la tazzina?

La tazzina ha una notevole importanza nella percezione dell'espresso in quanto ne condiziona la crema, la percezione del profumo e le sensazioni tattili e gustative, nonché la temperatura, che a sua volta interviene sulla sensorialità della bevanda.

Pare che della sua importanza i bar e i torrefattori ne siano abbastanza consci, perché tra i cinque tipi indicati in scheda, le due idonee a un buon servizio, sono utilizzate da oltre il 60% degli esercizi visitati. Le altre tre sono impiegate nel 40% dei casi e hanno sicuramente il difetto di non esaltare miscele di qualità o di disperderne profumi e puzze. C'è da domandarsi se anche in quest'ultimo caso la scelta di alcuni torrefattori sia stata fatta a ragione veduta.

Come sono attrezzati i bar?

Bene e questa è sicuramente una voce che depone a loro favore. Non solo la macchina e il macinadosatore sono in generale coerenti





con la dimensione, ma in larga parte sono di ottima marca.

Si nota peraltro una discreta correlazione tra torrefattore e marche installate, quasi che ogni miscela volesse la sua macchina. Su questo incide comunque anche la politica del costruttore che si combina con quella del torrefattore e, non ultimo, il livello di assistenza offerto da una determinata azienda nell'area in cui il torrefattore ha i clienti.

Come scegliere il bar giusto?

Non c'è un criterio, questa è forse la mancanza che più si fa sentire in Italia. Un'indicazione potrebbe essere l'insegna della miscela, ma come si vedrà più avanti è poco presente all'esterno del bar. Sicuramente non sono utili né la dimensione, né la bellezza del locale. Soprattutto quest'ultima è addirittura da considerare ingannevole: ci sono bar che si presentano perfetti in quanto a suggestione ambientale e servono un caffè di scarsissima qualità. Per contro ci sono bar di quartiere o di passaggio dove invece si riscontra una qualità elevata. Insomma, a differenza di quello che è successo con il vino, dove il ristoratore si fa vanto di avere proposte coerenti con l'accoglienza ambientale e gastronomica che esprime, il bar non ha la stessa attenzione per il caffè, pur costituendo esso una parte considerevole dei propri incassi.

Come scegliere la miscela che mi piace?

Il vino si sceglie dall'etichetta e più il consumatore è sapiente e maggiore è la sua capacità discriminante, perché l'informazione è completa: marca, denominazione, gradazione e così via.

Per l'espresso al bar non è così: ben il 56% dei bar non reca all'esterno neppure la marca della miscela che usa. Se questo potesse essere, e potrebbe essere, un elemento per orientare il consumatore, quest'ultimo non ha la possibilità di accedere all'informazione. Un po' meglio vanno le cose all'interno del locale, sempre che l'avventore sia un osservatore attento e che il barista sia onesto (nel senso che non utilizzi materiale sponsorizzato di altri marchi). Il marchio della torrefazione sulle tazzine è presente infatti nel 60% dei casi. Qualche informazione si ha dalle bustine di zucchero e dai tovaglioli (marchiati rispettivamente il 40% e il 49%) e da altri materiali pubblicitari (5%). Ad ogni modo tutto ciò non è una sicurezza, perché nella campana del macinadosatore, sulla quale sempre più raramente si trova la confezione del caffè, potrebbe esserci una miscela diversa.

Ammesso che si possa individuare la marca occorre stare ben attenti, perché certe marche presentano un certo assortimento di miscele, quasi sempre scalari per qualità.

E se prendo un cappuccino?

Il cappuccino, come ha dimostrato una nostra precedente indagine, è fortemente influenzato dalla miscela e dall'abilità del barista, ma il terzo elemento è sicuramente il latte. Per questo l'Istituto Nazionale Espresso Italiano ha prescritto per il Cappuccino Italiano Certificato l'uso di latte fresco con un contenuto di proteine minimo del 3,2% e di grassi del 3,5%, quello che in Italia corrisponde al latte di Alta Qualità. Dall'indagine emerge che, negli esercizi dove si è potuto rilevare il tipo di latte, in oltre il 75% dei casi è utilizzato quello fresco.