

Un caffè?

Ad aprirci gli occhi è stato Nespresso: il caffè può essere una scelta individuale, egoistica e premium. Ora la rivoluzione è arrivata al bar: lo stereotipo della pausa dal lavoro come unico modo per bersi un caffè è diventata obsoleta. Il bar stesso, quello generico che offre di tutto ma non è specializzato in nulla, è un format in via di estinzione. Ma la vera novità sono i riti di produzione del caffè stesso e dei modi di consumarlo.

Il caffè acquisisce nuovi significati di consumo: all'abitudine del caffè come commodity sempre presente, si contrappongono un utilizzo "social", "speciale" e "gourmet".

1

SOCIAL CAFFÈ

Hai tempo e il caffè è come una musica di sottofondo che ti accompagna mentre sei con gli altri o solo con te stesso, lavorando o leggendo. Il caffè è "lungo", i locali informali, l'antesignano è Starbucks ma non basta più, dolce e salato sono una necessità per mangiare secondo formule fast casual. Sei giovane o ti senti tale.



The Coffee Collective Godthåbsvej - Frederiksberg (DK)

2

SPECIAL CAFFÈ

Il locale è il caffè e viceversa. Sono i nuovi format dove vai a sperimentare e assistere ai nuovi riti di preparazione del caffè. Teatri del caffè. Al centro c'è il gesto, la cultura, la tecnica e la tecnologia. Sono molte le similitudini con l'evoluzione verso la mixologia del mondo dei cocktails. Rispetto al bar del passato tutto è fatto a vista e di fronte al cliente. Sei un foodie.



ONNA Coffee Barcelona (ES)

3

GOURMET CAFFÈ

Il prodotto o il brand sono tutto. Compri e gusti un prodotto premium in un ambiente da concept store o della grande cucina. Una coccola di un momento, da accompagnarsi con l'alta pasticceria o a fine pasto. Scopri nuovi prodotti e aziende, riscopri in versione gourmet quelle che vedi da una vita nei bar e nei supermercati. Sei felice.



Caffè Stern, intuizione dei fratelli Alajmo e Gianni Frasi di Giamaica Caffè, è stato progettato da Philippe Starck.



Pavillon Ledoyen, ristorante parigino del trisstellato Yannick Alléno, offre ai clienti caffè Nespresso.

4

E A CASA?

Il nuovo mondo del food riesce perfettamente a circuitare i consumi fuori casa con quelli a casa: quello che provi e vedi nell'horeca lo vuoi ripetere a casa. A parte le cialde, tutti i nuovi modi di produzione ed estrazione sono quasi più adatti per un utilizzo domestico. La domenica invece che fare la pasta fresca ci si sveglia macinando e facendo il caffè con il Chemex!



5

CONTAMINAZIONE

Il caffè è pur sempre una materia prima, quindi può avere ricettazioni e consistenze diverse: ecco i Coffeetails, neologismo spinto per i cocktail a base caffè, o le ricette di gelati al caffè di Simone De Feo della Cremeria Capolinea.



DA SAPERE:

1

OGGI TUTTO È "D'AVANTI AL CLIENTE"

DALL'ESTRAZIONE AL FINISSAGE: L'ASSENZA DI FILTRI AUMENTA LA PROFESSIONALITÀ DEL BARISTA.

2

UN MONDO DI DETTAGLI:

TAZZE, TAZZINE E ACCESSORI DI OGNI GENERE CARATTERIZZANO E ARRICCHISCONO LE COFFEE EXPERIENCE

3

NUOVI METODI DI ESTRAZIONE



POUR OVER

Il più famoso è il V60 della giapponese Hario, che prende il nome dall'ampiezza dell'angolo del filtro interno.



CHEMEX

Inventato dal chimico statunitense Peter Schlumbohm nel 1941, è oggi esposto nella permanente di Design del MoMA a New York.



AEROPRESS

Evoluzione della tradizionale French Press, permette di creare un caffè più vicino all'espresso grazie alla pressione che l'aria crea sul filtro.



SIPHON

Il più teatrale dei metodi di estrazione e il più difficile da padroneggiare: sicuramente perfetto per "bevute di gruppo".



COLD BREW

La nuova frontiera dell'estrazione del caffè: il liquido freddo gocciola lentamente per ore ed ore, fino ad ottenere un caffè fino al 67% meno acido rispetto alle classiche estrazioni a caldo. Il più famoso estrattore a freddo è il TODDY, inventato nel 1964 da Todd Simpson.

FACTS AND DATA

Nel 2017 il mercato dei Coffee Shop è cresciuto del **+6,4%** raggiungendo quota 22.714 punti vendita. (fonte: Allegra World Coffee Portal)

Il Giappone ha superato l'Italia diventando il 5° più grande mercato di caffè al mondo. Il sorpasso delle Filippine è previsto per il 2021. (fonte: Euromonitor International)

Ai Millennials piace bere il caffè fuori casa: il 42% lo beve fuori casa, rispetto al 31% di una volta. (fonte: Alliance Bernstein)