



# DUE ANIME, UN SOLO CUORE

**VINO E CAFFÈ: COSÌ LONTANI EPPUR COSÌ VICINI.  
TANTE SIMILITUDINI E ANALOGIE AVVICINANO IL MONDO DEL VINO  
A QUELLO DEL CAFFÈ, VE LE RACCONTO.**

a cura di **Paolo Basso**

**DI SOLITO IN QUESTA SEDE PARLO DI VINI, MA QUESTA VOLTA SENZA ABBANDONARE DEL TUTTO LA VIA MAESTRA VI PARLERÒ DI CAFFÈ. PARTIAMO DAL PRINCIPIO: IL CAFFÈ È UNO STRUMENTO IMPORTANTE PER I RISTORATORI E GLI ESERCENTI, MA NON TUTTI SE NE SONO ANCORA RESI CONTO. PROVATE A PENSARE ALLA POSIZIONE STRATEGICA CHE RIVESTE IL CAFFÈ DURANTE L'ESPERIENZA GASTRONOMICA IN UN LOCALE. ARRIVA ESATTAMENTE PRIMA DEL CONTO E SARÀ ANCHE L'ULTIMO SAPORE CHE IL CLIENTE SI RICORDERÀ ALL'USCITA. NON È UNA SEMPLICE TAZZINA, INSONMA, E ANCHE QUESTO ULTIMO GESTO DEL RISTORATORE RICHIEDE IMPEGNO E ATTENZIONE. TROPPE VOLTE UN BUON PASTO PUÒ VENIRE ROVINATO DA UN PESSIMO CAFFÈ, SOPRATTUTTO SE CHI SE NE OCCUPA LO CONSIDERA UN ACCESSORIO DI SERIE B.**

Se il ristorante in questione ha un sommelier è quest'ultimo che dovrebbe prendersi a cuore la questione, esattamente come accade con il vino.

Come per il vino, il caffè non si sceglie semplicemente per il prezzo, ma per la qualità e per cercare di andare incontro ai gusti e alle esigenze della clientela. Dico una cosa banale, ma poi non troppo: il caffè deve essere semplicemente buono. Pensate alla cultura latina e all'importanza nell'art de vivre che riveste la tazzina fumante di espresso. Una questione così importante e sentita non si può liquidare con una scelta casuale. Fatta questa necessaria premessa sull'importanza basilare che riveste il caffè per un ristorante, possiamo concentrarci sul celebre termine che qualche anno fa era parte del vocabolario enologico, ma che da qualche anno coinvolge anche quello del caffè: Grand Cru. Spesso si sente questo termine accostato al caffè, e questo perché la cultura del prodotto è in crescita e sempre più aziende (dalle piccole torrefazioni locali alle grandi aziende che tutti conosciamo) si concentrano sulla qualità sfruttando appieno le doti di ciascun terroir. Esistono delle fasi di produzione, trasformazione e "affinamento" che avvicinano ulteriormente il mondo del vino a quello del caffè.

Per la coltivazione, ad esempio, è importante scegliere terroir vocati alla coltura specifica, e allo stesso tempo affidare il lavoro a persone competenti e appassionate. Esattamente come in vigna, nelle piantagioni di caffè valgono le stesse regole, perché il prodotto va trattato coi guanti fin dalla sua nascita.

Diversi punti in comune anche quando si parla della figura che acquista il prodotto: nel vino come nel caffè deve essere in grado di selezionare la materia prima (che sia uva o chicco).

Deve conoscere il territorio, le specifiche del terroir e capire che potenziale può avere il prodotto.

Poi, la palla passa alla figura del trasformatore: se in cantina l'enologo crea il suo nettare, durante la fase della degustazione di caffè verde gli esperti capiscono che grado di qualità ha assunto il caffè e come sarà meglio lavorarlo. Infine potremmo accostare la fase dell'affinamento del vino a quella della torrefazione del caffè. Per uno come per l'altro prodotto si tratta di tempi, di intensità (pensate anche alla differenza che possono fare gradi diversi di tostatura della barrique) e di conoscenza. L'enologo come il torrefattore hanno la possibilità di trasformare il prodotto in un'eccellenza, così come di rovinare gli sforzi fatti fino a quel momento.

Una volta superato anche questo ostacolo, al caffè non resta che essere servito al meglio nel nostro ristorante. Anche lo strumento della macchina del caffè riesce a fare la differenza.

Ricordo ancora i tempi dei miei studi alberghieri, quando i professori trattavano in maniera quasi maniacale la macchina del caffè perché erano innumerevoli le azioni da tener presenti per lavorare al meglio: dal grado di macinatura a seconda della meteo, alla regolazione della temperatura e così via. Oggi, fortunatamente, esistono macchine professionali altamente performanti che si gestiscono in economia, sollevando il ristoratore da incombenze notevoli.

Manca solo un'ultima fase: quella della sala. Il personale deve essere, come già detto, ben formato anche sul caffè, deve sapersi prendere cura del cliente e tornare ad avere un contatto diretto con gli avventori, per consigliarli al meglio.

In controtendenza sulla maggioranza, devo ammettere che non amo le carte dei caffè (e mi sembrano esagerate quelle delle acque, degli oli, ecc). Durante una cena al ristorante il cliente ha necessità di godersi appieno l'esperienza, quindi secondo me non è apprezzabile dover continuamente leggere diverse carte. Mi piacerebbe, un po' romanticamente, che il personale di sala tornasse a raccontare i prodotti e a consigliarli al pubblico. Per fare un ottimo lavoro basterebbe avere un paio di scelte per ciascuna tipologia di caffè (leggero, medio, forte) e a quel punto una carta non sarebbe necessaria se si ha un buon personale di sala.

Se realizzato con cura e fatto bene il caffè sarà un biglietto da visita che i clienti porteranno con loro.

