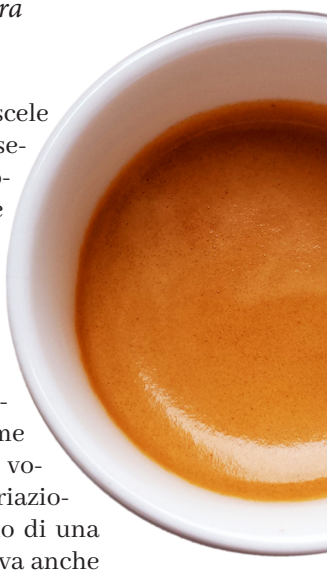
ESPRESSO ITALIANO: UNO SGUARDO SUL FUTURO DEL GUSTO

Quando un cliente chiede un Espresso Italiano, come lo vuole? Ecco il risultato di mille test per delineare il futuro sensoriale della nostra tazzina sempre più amata in tutto il mondo



Tra le cose belle del periodo che stiamo vivendo c'è sicuramente da annoverare l'attenzione al gusto. Non solo sono in crescita gli scolarizzati, vale a dire coloro che profondono risorse per l'apprendimento, ma in linea generale la ricerca del "buono" si sta affermando in modo considerevole nella nostra cultura. Questo è un dato estremamente positivo per le aziende protese verso la qualità intesa come soddisfazione del consumatore, ma non si può sottacere sul fatto che complichi non poco la vita degli uomini di marketing e degli addetti alla ricerca e sviluppo.

Nel panorama generale il caffè non fa eccezione e l'Espresso Italiano, sempre più alla ribalta soprattutto all'estero nei consumi evoluti e ostentativi, è alla ricerca di... nuove espressioni.

Non mancano creazioni di artisti artigiani (altrimenti detti microroaster) che a volte si lasciano andare in esagerazioni con proposte di tostature cannella che fanno contrarre la bocca come quando si mangia un limone o con overripe che vagheggiano tra note di fermentazioni anomale, ma che molte volte offrono esperienze positive emozionanti.

Le aziende grandi non sono da meno: non solo accrescono la proposta volgendosi alle monorigini, ma con metodi rigorosi interrogano i consumatori per riunirli in cluster e comprenderne le tendenze.

LA RICERCA

Mille prove possono essere sufficienti per determinare come sta cambiando il gusto italiano per la tazzina che sta affermandosi come nostro ambasciatore nel mondo? In genere i test sui consumatori ne contano molte meno, ma noi tante ne abbiamo fatte utilizzando il metodo Stratus Tasting® su quattro caffè - tre miscele (la prima con 100% Arabica, la seconda con 70% Arabica e 30% Robusta, la terza con 50% e 50%) e una monorigine (Colombia lavato) - estratti con una Faema E71 con acqua a 93°C di temperatura, 5 secondi di preinfusione e 27 secondi di percolazione in modo da avere 20 grammi in tazza corrispondenti a circa 25 mL di volume (a seconda del caffè impiegato il volume ovviamente subiva una variazione). Periodicamente, con l'ausilio di una termobilancia di precisione veniva anche determinato il residuo secco evidenziando una percentuale variabile da 9 a 9,5%.

Il test è stato realizzato nell'ambito di un grande evento, aperto a quanti desideravano partecipare. Trattasi quindi di un campionamento random che ha raccolto circa 250 persone poi accuratamente descritte sotto il profilo demografico, nonché delle abitudini di acquisto e di consumo (vedasi box di pagina 18).

I dati sono stati raccolti con il supporto di Ads System, un software che consente l'acquisizione elettronica delle informazioni, e poi elaborati con statistica univariata (frequenze e intensità) e multivariata. Con una certa sorpresa, al termine del test si è constatato che non vi erano differenze sostanziali nell'indice di preferenza espresso. Considerato l'esito, con l'ausilio dell'analisi delle corrispondenze, abbiamo condotto un'esplorazione per verificare l'esistenza di particolari profili di consumatori ai quali piaceva maggiormente un certo tipo di caffè. Insomma, abbiamo abbandonato il semplice concetto di "quanto piace" per rivolgerci a quello più complesso di "a chi piace".

DIMMI CHI SEI E TI DIRÒ IL CAFFÈ CHE PIACE A TE

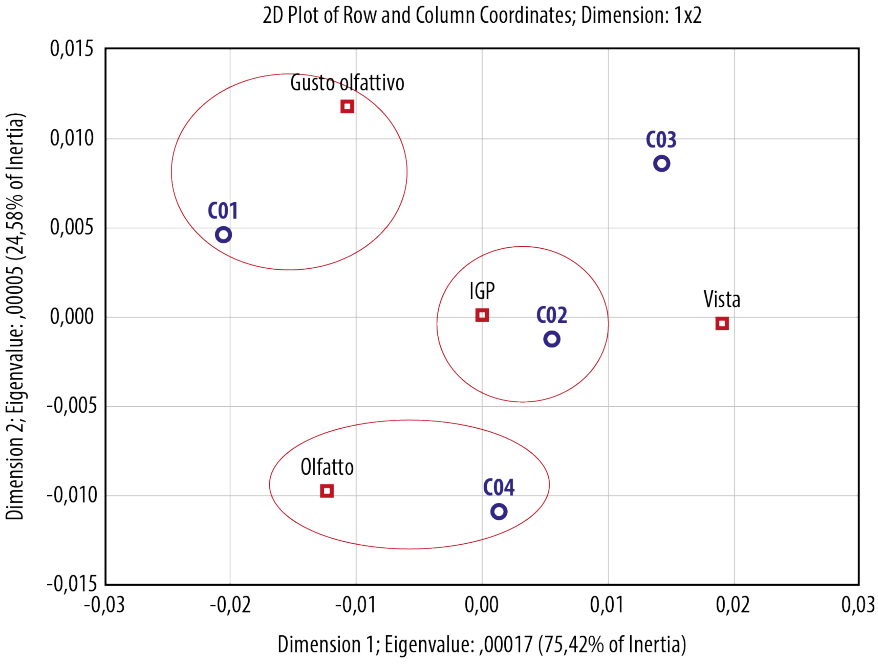
I caffè proposti erano davvero molto diversi tra loro e quindi ci è parso interessante verificare la corrispondenza tipologica dell'espresso con il profilo dei taster.

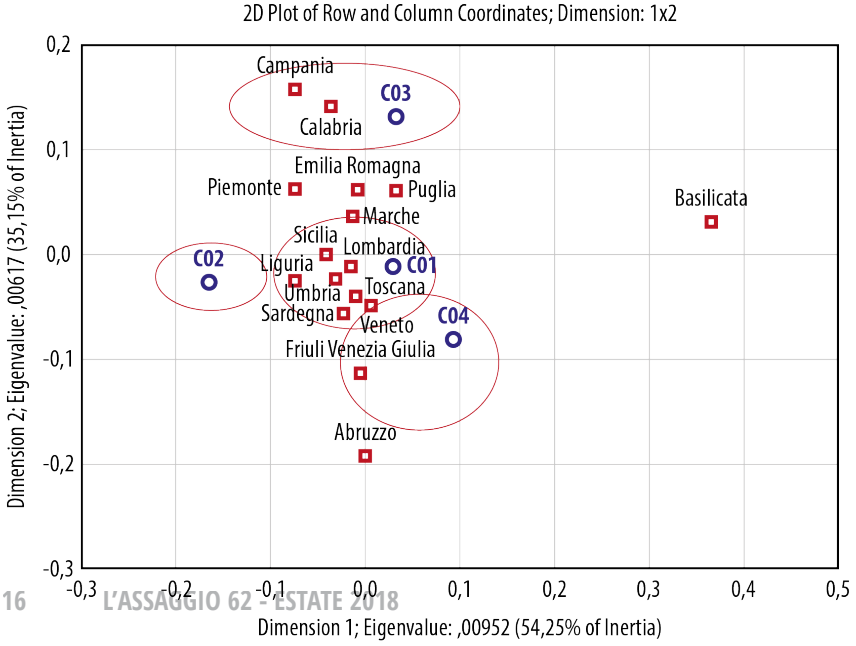
Ecco quanto è emerso tenendo conto della seguente codifica:

- C01: miscela 100% Arabica;
- C02: miscela 70% Arabica, 30% Robusta;
- C03: miscela 50% Arabica, 50% Robusta;
- C04: monorigine Colombia.

Le preferenze in base al canale informativo

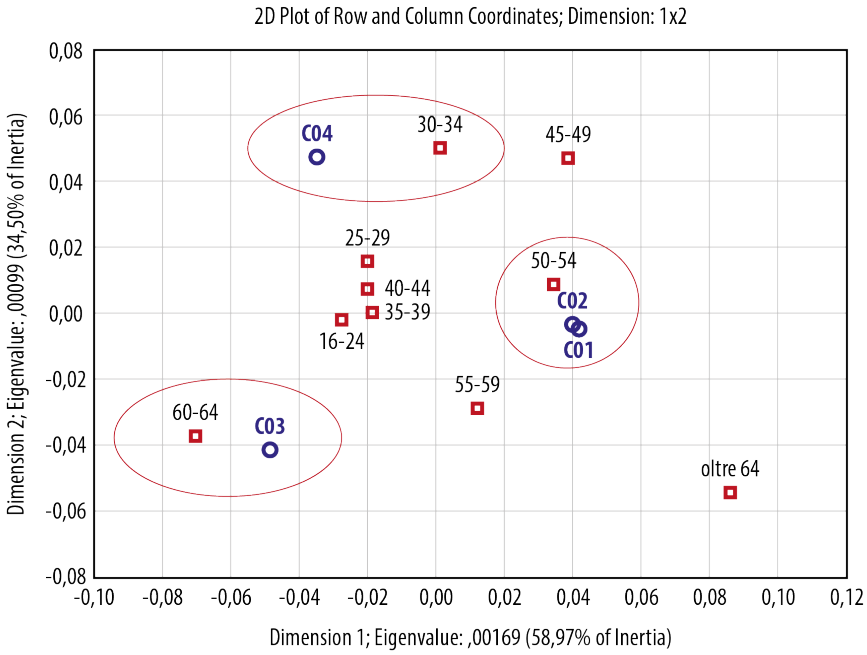
La percezione gustolfattiva ha premiato la miscela 100% Arabica, mentre il profumo ha favorito la monorigine. Ma l'insieme ha qualificato una corrispondenza del campione 70/30 con l'Indice globale di preferenza.





Le preferenze in base alla localizzazione geografica

Siamo ancora certi che l'Italia si divida in base alle preferenze tra tostature piene e tostature forti? Per alcuni versi la teoria si conferma, in particolare per la miscela 50/50 che ha trovato la sua collocazione in Campania e Calabria, ma se il Friuli Venezia Giulia ha gradito di più il Colombia, una simile propensione l'ha dimostrata anche l'Abruzzo, mentre gran parte d'Italia di ogni latitudine ha preferito il 100% Arabica e, in alternativa, il 70/30.

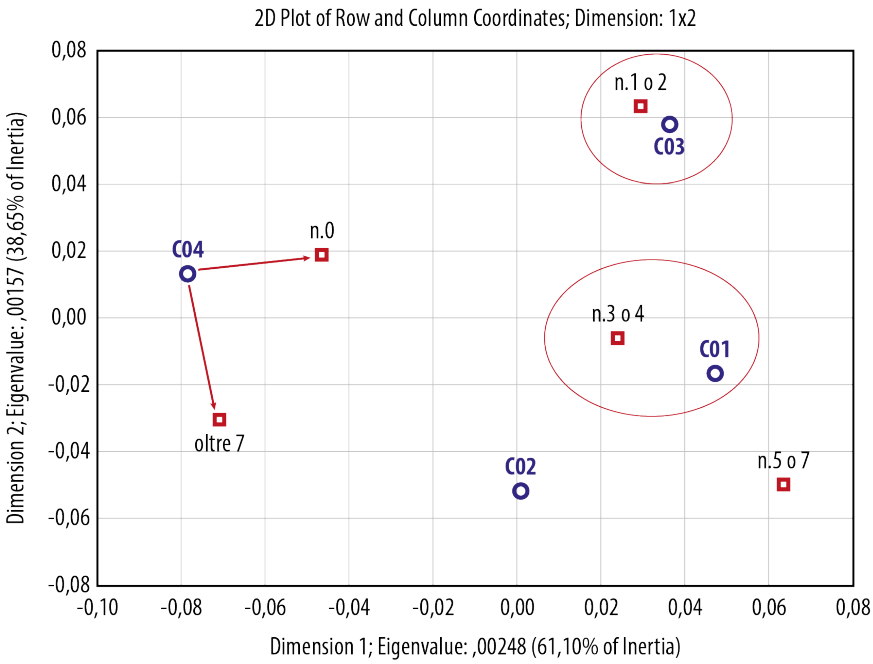


Le preferenze in base all'età

Se volessimo eliminare il 50/50 scontenteremmo la fascia più anziana della popolazione, ma già il segmento che la precede si rivolge verso il 100% o il 70/30 e i millenial dimostrano una decisa propensione verso la monorigine.

Le preferenze in base alla frequenza di consumo

Il test avvalora l'ipotesi che le monorigini siano quanto di meglio possa esistere per insegnare alla gente a bere caffè, ma anche che siano le predilette per i grandi consumatori. I consumatori medi propendono per il 100% Arabica, mentre il 50/50 trova collocazione tra i moderati.

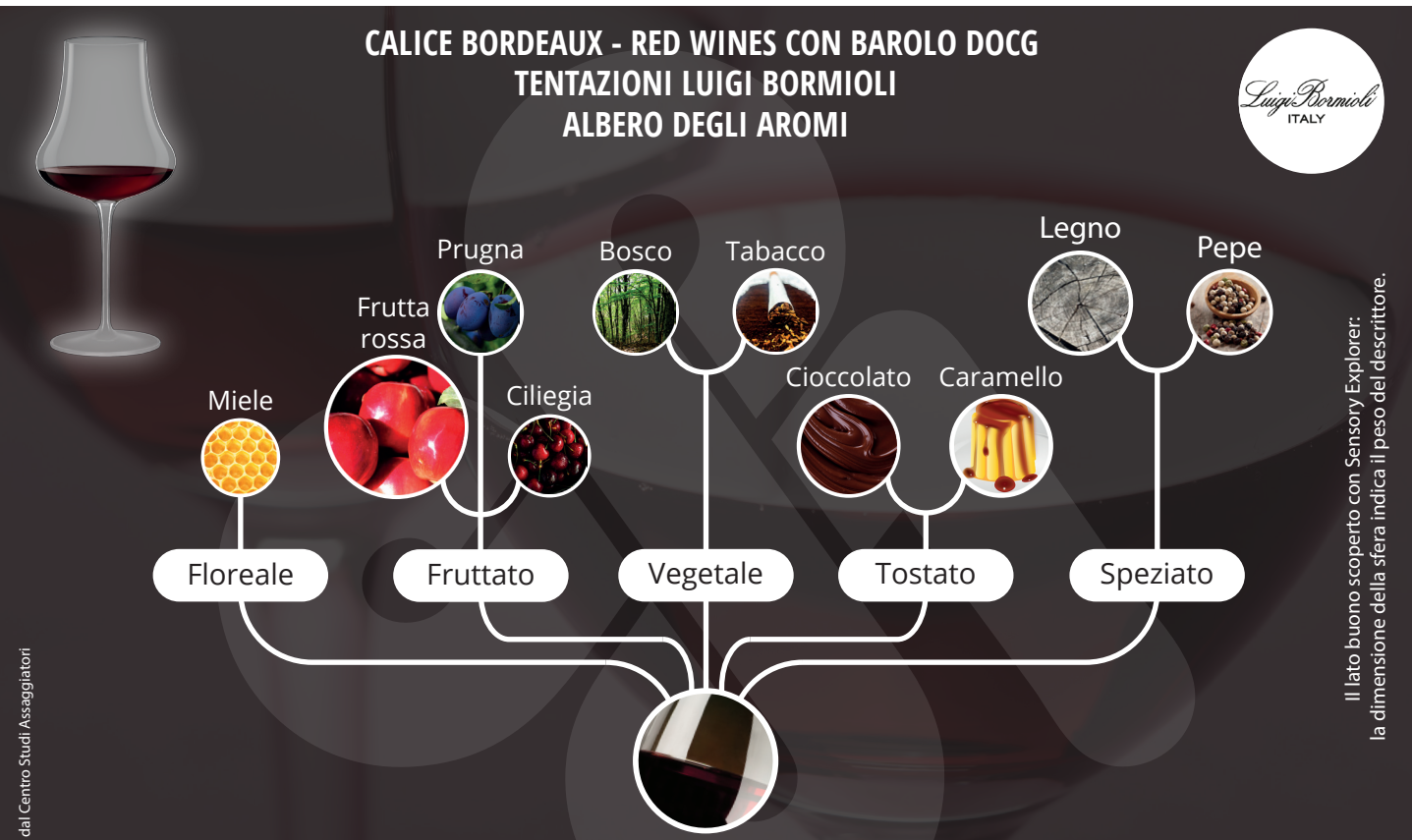


CHI HA PARTECIPATO AL TEST

Il pubblico di Coffee test risulta essere per il 67% di sesso maschile, il 30% di età superiore ai 45 anni e il 51% ha un bar, un locale o lavora nel mondo del caffè, il restante 49% è costituito da semplici consumatori. Per quanto riguarda la provenienza, l'87% degli intervenuti è di origine italiana, dei quali il 55% proviene dal Nord, il 25% dal Centro e il restante 20% dal Sud e isole.
Il livello di scolarizzazione degli intervenuti risulta mediamente elevato, considerato che l'85% risulta essere laureato o diplomato. Stupisce in questo panorama che solamente il 27% abbia una formazione all'assaggio, dei quali solamente la metà nel settore del caffè, considerando la notevole offerta e la massiccia passione degli italiani per il cibo e le bevande. La maggior parte di queste persone ha frequentato corsi organizzati dall'Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè (Iiac) e questo è testimonianza dell'ampia diffusione e dell'efficace lavoro dell'istituto nel mondo.

CONFERENZA ACCADEMIE

Il test è stato svolto durante il Sigep di Rimini nell'ambito della manifestazione Sensory Academy organizzata dalla Conferenza delle Accademie con il supporto di Luigi Lavazza, Illy Caffè, Gruppo Cimbali, Istituto Internazionale Assaggiatori Caffè, Isa e Brita. La gestione è stata curata dal Centro Studi Assaggiatori. Un particolare ringraziamento a Filippo Mazzoni che ha curato la preparazione dei caffè e proceduto alle misure tecniche.



Il miele accompagna frutta rossa, prugna e ciliegia in questo ricco vino. In sottofondo bosco e tabacco, a chiudere il bouquet troviamo cioccolato e caramello insieme a legno e pepe.

Bormioli Luigi S.p.A., Parma, 215 6727111 Ext. 3, www.bormioliluigi.com

Sviluppato e realizzato dal Centro Studi Assaggiatori