

Come mai Starbucks non ha alcuna chance tra gli italiani e come lavora un vero barista

A inizio settembre a Milano ha aperto il primo Starbucks in Italia, il più grande store di tutta Europa. I dipendenti pigiano un tasto per un espresso completamente automatizzato. I baristi italiani lavorano diversamente. E conoscono i nomi dei loro clienti senza chiederglielo.

Sono le nove del mattino e Andrea prepara l'ennesimo caffè. Saprebbe eseguire a occhi chiusi le otto mosse per l'espresso perfetto. La sua preparazione ricorda una danza ritmica: la coreografia comincia con la pulizia del portafiltro, poi macina a lungo il caffè fino a che nel portafiltro si forma un mucchietto di polvere di caffè. Poi con un utensile di metallo schiaccia energicamente il mucchietto e spinge quasi con amore il portafiltro sotto la macchina da caffè. Schiaccia un pulsante e la temperatura dell'acqua che lui aveva regolato alla perfezione assieme al giusto grado di macinatura danno come risultato il caffè perfetto. Dopo esattamente 30 secondi deve spegnere la macchina, altrimenti la combinazione non è più perfetta.

Andrea ha quasi 30 anni, e da due anni gestisce assieme a quattro altri giovani colleghi un bar nel centro di Firenze. Il bar è aperto ogni giorno dalla mattina alla sera e, con un team di cinque persone, non è così tanto affollato. Andrea e i suoi colleghi devono lavorare duro per mantenere il bar. Il loro prodotto più venduto è il caffè, che noi tedeschi chiamiamo espresso. Lo vende a un euro, che è il prezzo standard in Italia. Tutti i 149.000 bar nel Paese si attengono a questa regola.

A inizio settembre Starbucks, con l'apertura della prima sede in Italia, ha alzato dell'80% questo prezzo standard e ora vende a Milano il caffè a ben 1,80 euro. Da noi in Germania non sembra caro, gli italiani invece si irritano notevolmente per il fatto che devono pagare così tanto per la loro bevanda nazionale. Starbucks non è benvisto dagli italiani.

L'associazione di categoria vede il prezzo di Starbucks come una opportunità

Il Vice Presidente dell'associazione di categoria FIPE Aldo Mario Cursano non ritiene così negativo il prezzo di Starbucks. "Starbucks non potrà mai sostituire i nostri bar, ma forse ci spingerà a riflettere su nuovi prezzi".

Perché con un caffè a 1 euro quasi ogni bar fa un affare in perdita. L' esercente di un bar non deve solo acquistare i chicchi di caffè. Bisogna aggiungere i costi di una buona macchina (spesso oltre 10.000 euro), i costi di corrente e acqua. Perché la macchina da caffè è l'unico apparecchio che rimane acceso 24/7. Anche nei giorni festivi. Andrea guadagna circa 25 centesimi a caffè. Per fare profitti dovrebbe aumentare il caffè ad almeno 1,20 euro. Non lo fa. Perché altrimenti perderebbe gran parte dei suoi clienti. Inoltre questo non è in linea con il suo concetto di bar italiano. Ricorda volentieri i vecchi bar in cui il padre lo portava per colazione quando era piccolo. C'era l'espresso a 60 centesimi e oltre all'espresso al massimo un paio di brioche per colazione. Oggi i bar di una volta stanno scomparendo. Ogni bar, per sopravvivere, oltre alle bevande deve avere una grande scelta di panini, bibite e addirittura piatti caldi.

Questo lo conosciamo anche da Starbucks. Qui, oltre a bevande che suonano italiane (Frappuccino non è una vera parola italiana), ci sono muffin e piccoli snack. Il bar di Starbucks a Milano, che ha aperto a inizio settembre, è il più grande store in Europa. Ancora quest'anno dovrebbero aprire a Milano altre quattro sedi.

Perché Starbuck arriva solo adesso?

L'Italia è il Paese che allora diede al CEO di Starbucks Howard Schultz l'ispirazione di trasformare un semplice negozio di caffè in un impero, che offre a ogni cliente un "terzo luogo". Un posto un po' lussuoso in cui sentirsi bene fuori da casa e dal lavoro. Ora tutti si chiedono naturalmente perché Starbucks sia sbarcato in Italia solo adesso. Finora c'erano stati tre tentativi, sempre senza successo. Cursano, della FIPE, vede nell'attuale apertura un "gesto di grande rispetto nei confronti di uno stile di vita molto particolare". Forse è anche lo stile di vita degli italiani in sé che non ha bisogno di Starbucks. In un Paese caldo, dove a ogni angolo c'è un ottimo caffè a un euro, non occorre uno Starbucks dove ci si siede per ore e si paga tanto.

L'italiano ha il bar nel sangue. Non ha bisogno di comprarsi questo contatto personale. Il bar è un posto di confidenze, non "il terzo luogo" ma una "casa fuori da casa", come spiega Cursano. Bisogna osservare

Andrea per un paio di ore per capire questa affermazione. Saluta i suoi clienti con un sorriso, una battuta e sa quasi sempre cosa ordineranno.

Starbucks in Italia ha un futuro?

In Italia Starbucks avrà vita difficile. Nonostante questo Schulz ritiene possibili 300 sedi Starbucks in Italia. Se si pensa ai tanti turisti in Italia, si potrebbe arrivare a tanto. In ogni centro turistico d'Italia uno Starbucks potrebbe funzionare bene. Il nuovo Starbucks di Milano è in pieno centro. "È impossibile che Starbucks in Italia fallisca, se il negozio è vicino al duomo" dice Andrea immaginando ad esempio la situazione a Firenze. Lui non ha paura di una eventuale concorrenza di Starbucks. "Starbucks è allo stesso tempo ottimo e disgustoso". I giovani lo provano e poi lo lasciano.

I turisti però andranno sempre da Starbucks, là non ci sono rischi, in quel posto si possono identificare nella sua uniformità. Il "Frappuccino" ha ovunque lo stesso sapore, è il sapore unificato della globalizzazione. Gli italiani però continueranno ad andare dal loro barista di fiducia. Andrea per ora non venderà il suo caffè a 1,80 euro. Continuerà a chiedere 1 euro e in cambio offrirà sorrisi, battute e calore. Non una stazione tra lavoro e casa, ma una seconda casa.