

Pamela Dell'Orto
da Milano

● Dalla tazzina alla lattina. È l'ultimo capitolo della guerra del caffè. L'unica bevanda a cui nessuno di noi sa rinunciare. L'unica che scandisce le nostre giornate, dalla prima colazione al dopocena. Un rito antico che ci ha sempre legati a un luogo preciso, che sia la cucina di casa o la sala di un bar. E che ora anche in Italia diventa «da passeggio». Grazie a una joint venture di Illycaffè e Coca-Cola.

Dopo mesi di ricerche, il marchio triestino è riuscito a «catturare» l'aroma del vero caffè all'italiana e infilarlo in una lattina, con l'aiuto del colosso americano che ha fatto proprio della lattina la sua fortuna. Una novità che in Italia arriverà prima dell'estate. «Sapremo ridisegnare il modo in cui le persone si pongono nei confronti del caffè pronto da bere, facendo loro assaporare il lusso di un vero, piccolo piacere», assicura Andrea Illy, presidente del gruppo che con questa operazione (l'accordo è stato firmato ieri a Belgrado) si prepara a conquistare un mercato globale che nel mondo vale quasi 16 miliardi di dollari. E a cambiare le abitudini che, soprattutto in un Paese come il nostro, sono più che mai radicate.

Si perché se in Italia ogni giorno si consumano 200 milioni di tazze di caffè, otto persone su dieci lo preparano e lo bevono in casa. Con la vecchia moka in alluminio (la usano 42 milioni di italiani) o con una moderna macchinetta, però in cucina. L'espresso e la tazzina. È questa in fondo la combi-

200 Milioni
le tazzine bevute
al giorno
dagli italiani

paesi e tazzine

Consumi pro capite in chili

FINLANDIA	11	AUSTRIA	7,3
SVEZIA	10	GERMANIA	6,9
NORVEGIA	9,9	ITALIA	5,8
DANIMARCA	9,1	CANADA	5,2
SVIZZERA	7,5	FRANCIA	4,8
PAESI BASSI	7,4	BRASILE	4,7

LA GUERRA DEL CAFFÈ

sbarcato in Italia. Forse perché noi non siamo ancora abituati al sapore del caffè fumante nel bicchiere di carta plastificata. Quello che amano tanto negli Usa e nel Nord Europa. Quello che accompagna la Carrie di *Sex and the City* nei suoi pomeriggi di shopping. Quella nuova filosofia *take-away*,

*Sfida tra colossi per conquistare i patiti della caffeina
E Coca-Cola si allea con Illy: arriva la versione «bibita»*

che ora Coca-Cola e Illy riversano in una lattina: oltre al caffè nero, lanceranno anche cappuccino e latte macchiato. Riuscirà a conqui-

starci la nuova moda del caffè da passeggio? I puristi di questa bevanda antica dicono di no. «Che sia estratto con metodo espresso come



il nostro o con il metodo ad infusione, il più antico e diffuso nel mondo, il caffè deve essere caldo», assicura Leonardo Lelli. Bolognese,

45 anni, 20 dei quali dedicati al caffè, Lelli è un vero esperto in materia, oltre ad essere il proprietario di una nota torrefazione. «Il calore aiuta la bevanda ad esprimere la sua essenza aromatica. Senza, si ha un altro prodotto». Ma alla fine il caffè è come il vino. Quello che conta è la qualità.



LUCIANO DE CRESCENZO

«Dalla tazza alla lattina? Neanche per idea»

da Milano



● Scrittore, regista, attore, conduttore televisivo, Luciano De Crescenzo è soprattutto un napoletano doc. E come ogni napoletano, che si rispetti è un cultore del caffè.

«Che cosa ne pensa del caffè in lattina? «Non lo prenderò mai».

Si spieghi meglio. «Deve essere poco, i re, non scendere». In che senso? «Il caffè non è come de». Il caffè sale al ca re». Una filosofia di vita? «Un modo di vivere»

non tanto. Deve salire l'acqua che "scende" e ti fa pensare? «Un modo di vivere» e del caffè perfetto?

