Istituto a Ordinamento Universitario D.M. 30/04/2018, G.U. n. 138 16/06/2018

Sede di Firenze

Corso di studi triennale in Mediazione Linguistica (classe di laurea L-12)

Indirizzo Management per Turismo, Arte e Cultura

TESI FINALE

La costruzione della narrazione del caffè specialty attraverso le sessioni di cupping: una lettura decoloniale e intersezionale

Candidata: Miki Takagi

Matricola n° 811/FI

Relatore: Prof. Domenico Volpicella

Correlatrice: Prof.ssa Tania Bendoni

A.A. 2025/2026

おとうさんへ

A mio babbo

Indice

Abstract ... 3
Résumé ... 3
1 Introduzione ... 5
1.1 Premessa ... 5
1.2 Domande di ricerca ... 6
1.3 Identificazione dei casi studio e commento ... 6
1.3.1 Firenze ... 9
1.3.2 Parigi ... 10
1.3.3 Lione ... 11
1.4 Metodologia di ricerca ... 12
1.4.1 Metodologia della ricerca e oggetto di studio ... 12
1.4.2 Selezione del campione e raccolta dei dati ... 13
1.4.3 Struttura delle interviste ... 14
1.4.4 Dichiarazione di posizionalità e riflessività ... 14
1.5 Trattamento delle fonti ... 15
1.6 Caffè, colonialità e disuguaglianze nella filiera del caffè ... 16
1.6.1 Colonialismo e schiavismo alla base della produzione del caffè tra il XVII e il XIX secolo 16
1.6.2 Disuguaglianze strutturali nella GVC del caffè ... 20
2 Specialty coffee ... 23
2.1 Erna Knutsen e le istituzioni specialty ... 24
2.2 Protocollo cupping ... 26
2.2.1 Limitazioni dello SCAA Arabica Cupping Protocol ... 29
2.2.2 Il Coffee Value Assessment (CVA) ... 30
3 Prospettiva teorica decoloniale e intersezionale ... 35
3.1 Decolonialità: chi, quando, dove, come, perché ... 35
3.1.1 La matrice coloniale del potere (MCP) ... 36
3.1.2 La colonialità del sapere ... 37
3.1.3 Lugones: colonialità di genere e inscindibilità di genere e razza ... 38
4 Cas d'étude : expériences des professionnel·les entre Florence, Lyon et Paris ... 41
5 Florence ... 43
5.1 Les sessions de cupping destinées au grand public : un outil pédagogique ... 43
5.2 Le cupping comme espace d'éducation sensorielle au café ... 43
5.3 Le protocole SCA entre méthode standardisé et objectivité ... 46
5.4 (Dé)construire les représentations des origines ... 47
5.5 Construire la valeur au-delà du profil sensoriel du café : les producteurs au cœur du récit ... 50
5.6 La sélectivité du récit ... 52
5.7 Le cupping comme pratique d'éducation critique ... 53
5.8 Questions de genre, de représentation et de colonialité ... 55
5.9 Limites et controverses sur la SCA et le secteur du café de spécialité ... 57

5.9.1 Élitisme 57
5.9.2 Écart entre engagement éthique réel et logiques du marché 59
5.9.3 La transparence entre construction de valeur et colonialité du pouvoir 59
5.9.4 Marketing et nouvelles tendances 60
5.9.5 Les controverses autour de la SCA et du CVA 61
6 Lyon et Paris 63
6.1 Le cupping comme espace et parcours d'éducation sensorielle 63
6.2 Un espace de construction de communauté 65
6.3 Le cupping à l'aveugle 65
6.4 La subjectivité de l'expérience de dégustation 66
6.5 Le récit autour du café 67
6.6 La construction de la qualité : une définition toujours multifactorielle 68
6.7 (Dé)construire les stéréotypes de l'origine en tasse 70
6.8 Controverses du secteur du café de spécialité 71
6.9 Construire la valeur économique du café 73
6.10 Le paradoxe du café de spécialité : la transparence 73
6.11 La réflexivité du monde du café de spécialité 75
7 Convergences et divergences des cas d'étude 77
7.1 Réponses aux questions de recherche 79
7.1.1 Comment les origines géographiques et la filière sont-elles présentées ? 79
7.1.2 Quels acteurs sont-ils rendus visibles ? 79
7.1.3 Quel lexique et quels références culturelles sont-ils employés ? 80
7.2 Discussion des résultats en dialogue avec la perspective décoloniale 82
8 Conclusions 85
Appendici 87
A.1: Questionario per le interviste semi-strutturate 87
A.2 : Questionnaire de recherche pour les entretiens semi-dirigés 89
A.3.1: Modulo di consenso informato 91
A.3.2 : Formulaire de consentement éclairé 92
Bibliografia 93
Sitografia 97
Ringraziamenti 99

Abstract

Lo *specialty coffee* sposta l'attenzione dalla centralità storicamente attribuita al caffè come bevanda finale verso la materia prima, la sua origine e il processo di produzione. Il presente elaborato analizza le modalità di narrazione dei territori di produzione e della filiera del caffè durante le sessioni di *cupping* rivolte a un pubblico di non professionisti. La ricerca si basa su un'analisi qualitativa di otto interviste semi-strutturate realizzate nelle città di Firenze, Lione e Parigi a figure professionali che conducono sessioni di *cupping*, al fine di osservarne le pratiche narrative. I risultati mostrano che tali sessioni non costituiscono soltanto un'esperienza di degustazione e valutazione sensoriale, ma anche uno spazio di costruzione e mediazione di saperi, valori e immaginari che interroga le definizioni di qualità e valore associate al caffè *specialty*. Al contempo, la selettività della narrazione riflette le relazioni di potere che caratterizzano la filiera. Lo studio propone una lettura critica delle sessioni di *cupping* come spazi di mediazione delle conoscenze, riconoscendo il ruolo degli attori del Nord globale nella trasmissione di tali narrazioni. La prospettiva decoloniale e intersezionale adottata permette di distinguere tra visibilità e rappresentazione e agentività dei produttori: posti al centro della narrazione del caffè, le loro voci rimangono assenti e mediate.

Résumé

Le café de spécialité déplace l'attention, traditionnellement portée sur le café en tant que boisson finale, vers la matière première, ses territoires d'origine et son processus de production au centre. Ce mémoire analyse la manière dont les pays de production et la filière du café sont présentés lors de sessions de *cupping* destinées à un public non professionnel. Cette recherche repose sur une analyse qualitative de huit entretiens semi-dirigés menés auprès de professionnel·les conduisant des sessions de *cupping* à Florence, Lyon et Paris, afin d'observer les modalités de narration. Les résultats montrent que ces sessions dépassent la dégustation et l'évaluation sensorielle : elles constituent des espaces de construction et de médiation de savoirs, de valeurs et d'imaginaires, visant à interroger la qualité et la valeur associées au café de spécialité. La sélectivité du récit révèle également les tensions et les rapports de pouvoir qui traversent la filière. Cette étude propose une lecture critique des sessions de cupping comme espaces de médiation des savoirs et met en évidence une transmission du récit située dans le Nord global. Le cadre décolonial et intersectionnel adopté révèle l'écart entre visibilité, représentation et agentivité des producteurs : bien que placés au cœur du récit du café de spécialité, leurs voix demeurent absentes et médiées.

1 Introduzione

1.1 Premessa

Esperienze di vita personali, accademiche e professionali hanno portato ad una naturale scelta dell'oggetto di ricerca. Dal punto di vista personale, le modalità di preparazione del caffè hanno suscitato il mio interesse fin dalla prima adolescenza, osservando mio padre preparare il caffè filtro, macinando i grani tostati e selezionando particolari miscele, così come il caffè con cardamomo frantumato preparato nell'*ibrik* (o *cezve*), tipico utensile per la preparazione del caffè nei paesi arabi e medio-orientali. L'interesse per il caffè *specialty* si è consolidato, poi, in seguito ad una esperienza di studio Erasmus durante il mio precedente percorso di studi a Strasburgo, in Francia, dove ho iniziato a scoprire la consapevolezza libera e creativa di un caffè di qualità, tracciabile e con una ricca storia alle spalle. Inoltre, i successivi viaggi nella capitale francese sono stati essenziali per conoscere la scena del caffè *specialty* parigina.

Infine, il tirocinio curriculare presso l'Accademia del caffè espresso di La Marzocco S.r.l., azienda riconosciuta a livello internazionale nella produzione artigianale di macchine da caffè a Firenze, si è rivelata cruciale nella definizione dell'oggetto della tesi.

Infatti, mi è stato possibile approfondire e immergermi nel mondo del caffè *specialty* e dell'azienda e, soprattutto, grazie a scambi con professionisti, pormi domande critiche sulle origini storiche e geografiche del caffè in quanto materia prima, sulla catena di produzione, sulla comunicazione nei Paesi di consumo e sul ruolo del caffè *specialty* nel modellare la percezione del caffè presso il cliente finale. Tutto questo mi ha permesso di conoscere dinamiche del settore altrimenti invisibili all'occhio del consumatore.

In particolare, i seguenti fattori hanno indirizzato il lavoro di tesi a un'analisi dei casi studio delle città oggetto di ricerca in modalità comparata: da un lato, la concentrazione di caffetterie, torrefazioni e micro-torrefazioni di caffè di specialità sui territori fiorentino, lionese e parigino, dalle attività pioniere alle ultime nate; dall'altro, la comparabilità di tali destinazioni in termini di identità, immagine, offerta turistica e comunità locale.

La tesi si avvia con una premessa sul contesto di ricerca e le relative domande oggetto di studio. Si avanza illustrando la metodologia di ricerca. La ricerca, infatti, di tipo qualitativo adotta una prospettiva teorica decoloniale e intersezionale che orienta l'interpretazione dei risultati. I soggetti intervistati sono figure professionali che si occupano di guidare sessioni di degustazione a Firenze, Lione e Parigi. Quindi, si motiva la scelta della modalità di degustazione su cui ci si focalizza, ovvero il *cupping* (metodo brasiliano successivamente descritto in modo maggiormente approfondito), presentandone caratteristiche e limiti.

Risulta centrale la domanda di ricerca primaria: «Come vengono raccontate le origini geografiche e la filiera di produzione del caffè durante le degustazioni di caffè *specialty* per un pubblico di non professionisti in torrefazioni specializzate?». Si prosegue, poi, con una panoramica sulle origini coloniali della produzione del caffè e dell'iniqua distribuzione di valore all'interno della filiera del caffè, dando rilievo altresì alle dinamiche e alle asimmetrie di potere ancora oggi fortemente presenti nel settore.

Successivamente, si introduce l'argomento relativo al caffè *specialty* come passaggio culturale e storico in relazione alle asimmetrie strutturali della filiera del caffè. Si analizzano così l'etica e i valori del movimento, la narrazione del caffè nonché i suoi punti critici e le sue limitazioni. A riguardo, si rappresentano le prospettive teoriche di decolonialità e di intersezionalità funzionali nell'analisi della narrazione del caffè durante le sessioni di *cupping*, per poi presentare casi studio specifici con illustrazione dei rispettivi risultati.

Il lavoro di ricerca trova la propria conclusione con un'analisi di similitudini e divergenze, limitazioni della ricerca e prospettive future.

Infine, si ritiene opportuno precisare che il presente elaborato, lungi dal saturare ampie lacune nella letteratura, si pone l'intento di esplorare da una prospettiva qualitativa le modalità di narrazione del caffè nell'ambito delle sessioni di *cupping* dei contesti urbani di Firenze, Parigi e Lione.

1.2 Domande di ricerca

La tesi ha l'obiettivo di leggere, attraverso una lente decoloniale e intersezionale, la narrazione delle origini geografiche e della filiera di produzione del caffè nelle degustazioni di caffè rivolte ad un pubblico di non professionisti. Di seguito, le domande di ricerca a cui la tesi si propone di rispondere:

I. Come vengono raccontate le origini geografiche e la filiera di produzione del caffè durante le degustazioni di caffè *specialty* (in particolare nelle sessioni di *cupping*) per un pubblico di non professionisti in torrefazioni, caffetterie e altre realtà specializzate?
II. Quali attori della filiera vengono resi visibili durante le sessioni di *cupping*?
III. Quali lessici e riferimenti sensoriali vengono adottati per descrivere il caffè in questi spazi?

1.3 Identificazione dei casi studio e commento

I casi studio principali individuati sono le città di Firenze, Parigi e Lione. Tale scelta è stata motivata dalla comparabilità delle tre destinazioni in termini di immagine, posizionamento nel mercato del turismo europeo e di flussi turistici, nonché del loro ruolo nel settore del caffè di specialità. Infatti, tutte e tre le città hanno registrato una forte crescita delle attività commerciali legate al caffè *specialty* quali micro-torrefazioni e caffetterie.

Inoltre, l'individuazione di tali città si è basata sulla concentrazione delle attività legate al settore *specialty* nei rispettivi centri urbani. In tutti e tre i casi, infatti, tali attività mostrano una relazione rilevante con le aree centrali e maggiormente interessate dai flussi turistici, seppur con differenti modalità di distribuzione all'interno del tessuto urbano. Ciò costituisce un elemento di contesto significativo per analizzare e interpretare le pratiche narrative osservate durante le sessioni di *cupping*.

Si rende necessario precisare che i casi studio non sono stati selezionati con la pretesa di rappresentare l'intero settore *specialty*, ma per analizzare i contesti urbani in cui le esperienze di degustazione risultano osservabili e integrate all'interno di dinamiche di consumo culturale ed esperienziale.

La scena *specialty* si sviluppa infatti in spazi urbani caratterizzati da una forte presenza di attività culturali, commerciali e turistiche, contribuendo alla costruzione di nuovi immaginari e pratiche di consumo.

In tal senso, le sessioni di *cupping* possono rappresentare delle pratiche esperienziali che instaurano un dialogo tra il consumatore, il prodotto finale e la filiera del caffè. Pur svolgendosi all'interno di spazi urbani caratterizzati da una elevata presenza turistica, tali esperienze invitano i partecipanti a spostare l'attenzione dal consumo immediato alla dimensione della degustazione, della concentrazione e della conoscenza delle origini del prodotto, rappresentando momenti di apprendimento e di coinvolgimento culturale.

In particolare, nel caso di Parigi, Bantman-Masum (2020) mostra come le caffetterie *specialty* si concentrino soprattutto negli *arrondissement* centrali (e.g. 3^{e}, 4^{e}, 11^{e} *arrondissement*) e costituiscano degli spazi di incontro tra pratiche di consumo, performance culturale e nuove forme di socialità urbana. L'autrice sottolinea inoltre il ruolo di tali caffetterie nei processi di valorizzazione simbolica di alcuni quartieri parigini, inserendosi all'interno di processi di trasformazione urbana e gentrificazione.

In aggiunta, dati i limiti empirici della ricerca, si include anche il contesto della città di Lione che si colloca tra i principali centri francesi per numero di caffetterie e torrefazioni *specialty* presenti sul territorio[1]. Storicamente legata alla nascita della gastronomia francese, Lione si inserisce come caso studio collaterale e coerente con i contesti di Firenze e Parigi.

[1] Secondo la mappatura di Roasters, una applicazione creata e curata dalla *community* del caffè *specialty* per localizzare tutte le caffetterie e torrefazione di caffè *specialty* nel mondo (https://roasters.app/guides/countries/france/, 07/07/2026). Anche la rivista *Perfect Daily Grind* riconosce che Parigi e Lione siano i centri principali del settore *specialty*, in forte espansione su tutto il territorio francese (https://perfectdailygrind.com/2025/11/specialty-coffee-changing-in-france/, 07/07/2026).

Inoltre, la lente teorica permette di osservare e riflettere in modo critico sul passato coloniale di entrambi i Paesi, nonché sul ruolo del caffè come bevanda e dei luoghi ad esso associati nella costruzione di specifici immaginari culturali.

Al fine di comprendere la distribuzione spaziale e geografica delle attività *specialty* nei tre casi studio e quindi contestualizzare il «dove» delle pratiche legate al caffè *specialty* nelle città oggetto di ricerca, sono state elaborate tre tabelle che riportano la distribuzione di caffetterie, torrefazioni e spazi dedicati alla formazione. Tali tabelle vengono presentate come strumento di inquadramento spaziale dell'oggetto di ricerca senza imporre una relazione di causalità tra i contesti urbani e le pratiche legate al *cupping* e alla narrazione del caffè osservate.

Nondimeno, i valori complessivi riportati non sono direttamente comparabili tra i tre casi studio, poiché derivano da fonti differenti e da criteri di inclusione non completamente omogenei. Si rende quindi necessario interpretare i dati presentati come indicatori della distribuzione interna delle realtà *specialty* nei diversi contesti urbani analizzati e non come una misura assoluta della loro densità.

Nel caso di Firenze, la mappatura è stata realizzata incrociando i dati provenienti da *The Italian Specialty Coffee Guide* con la piattaforma *Roasters* (con data di estrazione 30 luglio 2026), integrandoli attraverso un controllo delle attività presenti sul territorio ma non incluse nelle due fonti. La prima comprende sia caffetterie che propongono caffè *specialty* sia torrefazioni *specialty*, incluse realtà non necessariamente aperte al pubblico; la seconda si concentra principalmente sulle caffetterie e le torrefazioni individuate e aggiornate dalla *community* di riferimento. Sono state inoltre considerate realtà ibride che incorporano diverse funzioni, come torrefazione e caffetteria, oppure attività dedicate alla formazione, alla degustazione e alla divulgazione del caffè *specialty*.

Per Parigi, la mappatura è stata operata principalmente attraverso la piattaforma *Specialty Coffee Paris* (con data di estrazione 30 luglio 2026), che fornisce una classificazione per *arrondissement* delle caffetterie, torrefazioni e marchi *specialty* presenti sul territorio. La piattaforma comprende anche realtà polivalenti che includono laboratori di torrefazione e che propongono eventi, iniziative di degustazione e divulgazione legate al caffè *specialty*. In questo caso, i dati sono stati direttamente estratti dalla piattaforma che offre inoltre riferimenti geografici utili alla contestualizzazione urbana.

Per Lione, invece, è stata effettuata una mappatura incrociata utilizzando la piattaforma *Roasters* come base per individuare caffetterie e torrefazioni *specialty*, integrando successivamente i dati attraverso la localizzazione delle attività rispetto alle aree degli *arrondissement* amministrativi.

A tal proposito, le unità territoriali considerate non sono completamente omogenee tra i casi studio. Per Firenze, la distribuzione è organizzata attraverso aree urbane individuate sulla base della localizzazione geografica delle attività nella mappa utilizzata come riferimento; per Parigi e Lione invece sono stati mantenuti gli *arrondissement* come unità territoriali amministrative.

Tale differenza non consente un confronto diretto delle densità assolute tra città, ma permette di osservare le varie modalità di distribuzione interna delle realtà *specialty* nei singoli tessuti urbani.

La distribuzione spaziale così individuata permette inoltre di situare le attività coinvolte nelle interviste all'interno dei rispettivi contesti urbani.

Nel caso fiorentino, il *corpus* empirico comprende professionisti provenienti non esclusivamente da realtà concentrate nelle aree centrali e maggiormente interessate dal turismo, ma anche attori inseriti in diversi ambiti del settore *specialty*, tra cui formazione, consulenza, tostatura così come realtà ibride collocate in varie aree della città.

Nei casi di Parigi e Lione, invece, i soggetti intervistati risultano maggiormente inseriti nelle aree centrali cittadine della scena *specialty* urbana, dove la presenza di caffetterie, torrefazioni e spazi dedicati alla cultura del caffè si intreccia con pratiche di consumo esperienziale e di divulgazione.

1.3.1 Firenze

Firenze (città)	**N.**
Santa Maria Novella/Porta al Prato	2
San Lorenzo/Duomo/San Marco	2
Sant'Ambrogio/Santa Croce	5
Oltrarno (Santo Spirito/San Frediano)	2
Oltrarno (San Niccolò)	2
Lungarno/Santa Croce	1
Campo di Marte/Le Cure	4
Area fiorentina estesa	
Fiesole/Pian di San Bartolo	1
Borgo San Lorenzo (Mugello)	1
Area metropolitana fiorentina sud-est	3
Area metropolitana fiorentina ovest	2
Totale	25

TABELLA 1. DISTRIBUZIONE DELLE REALTÀ *SPECIALTY* A FIRENZE PER QUARTIERE E AREA URBANA. ELABORAZIONE DELL'AUTRICE SU DATI PROVENIENTI DALLE APPLICAZIONI *THE ITALIAN SPECIALTY COFFEE GUIDE*[2] E *ROASTERS*.

La distribuzione delle realtà *specialty* nell'area fiorentina evidenzia una presenza significativa sia nelle zone centrali sia in aree periferiche o esterne al centro storico. La maggiore concentrazione si osserva nell'area di Sant'Ambrogio e Santa Croce, con cinque realtà individuate, seguita dalle zone di Campo di Marte e Le Cure dove sono state rilevate quattro attività. Nonostante il centro storico costituisca il contesto privilegiato dalle attività commerciali *specialty*, i dati presentano una progressiva espansione verso quartieri residenziali e aree periferiche, quali il sud-est e l'ovest fiorentino. Questa distribuzione suggerisce una presenza che, pur in relazione con le aree centrali e storiche, si espande al di là di tali confini.

[2] Si veda, https://italianspecialtycoffeeguide.com/ (30/07/2026).

1.3.2 Parigi

Parigi	N.
1er (Louvre, Palais Royal, Jardin des Tuileries)	32
2e (Montorgueil, Sentier, Bourse)	48
3e (Haut Marais, Arts-et-Métiers)	57
4e (Marais sud, Hôtel de Ville, Ile Saint-Louis)	36
5e (Quartier Latin, Panthéon, Sorbonne)	30
6e (Saint-Germain-des-Prés, Jardin du Luxembourg)	35
7e (Tour Eiffel, Invalides, Musée d'Orsay)	22
8e (Champs-Elysées, Arc de Triomphe, Madeleine)	23
9e (Opéra, Pigalle sud)	56
10e (Canal Saint-Martin, Gare du Nord)	50
11e (Bastille, Oberkampf, République est)	84
12e (Bercy, Gare de Lyon)	15
13e (Bibliothèque François Mitterrand, Butte-aux-Cailles)	4
14e (Montparnasse, Parc Montsouris)	12
15e (Beaugrenelle, Parc André-Citroën)	13
16e (Trocadéro, Passy)	12
17e (Batignolles, Parc Monceau)	26
18e (Montmartre, Barbès)	40
19e (La Villette, Buttes-Chaumont)	8
20e (Belleville, Ménilmontant, Père-Lachaise)	21
Totale	624

TABELLA 2. DISTRIBUZIONE DELLE REALTÀ *SPECIALTY* A PARIGI PER *ARRONDISSEMENT*. ELABORAZIONE DELL'AUTRICE SU DATI PROVENIENTI DA *SPECIALTY COFFEE PARIS*[3].

La distribuzione delle attività del settore *specialty* a Parigi mostra una presenza estremamente sviluppata del settore, con seicentoventiquattro attività individuate nei venti *arrondissement* della città. Questi dati confermano il ruolo della città come punto di riferimento per il settore.

La concentrazione maggiore si osserva nell'11e *arrondissement* con ottantaquattro realtà, a seguire il 3e, il 9e e il 10e con numeri che si attestano intorno alle cinquanta attività per zona. Tali *arrondissement* sono caratterizzati, come indicato anche da Bantman-Masum (2020), da una forte vitalità urbana e da una concentrazione di spazi gastronomici contemporanei. Anche i primi sei *arrondissement* rivelano un elevato numero di attività, proprio per la posizione centrale e la conseguente frequentazione turistica. Nondimeno, la cultura *specialty* è diffusa capillarmente anche in zone meno centrali (come gli *arrondissement* 17e, 18e e 19e).

Il caso di Parigi si distingue pertanto per concentrazione e per diffusione all'interno del territorio: la cultura *specialty* è fortemente presente nelle aree centrali e nei quartieri oggetto di interesse turistico; al contempo, si distacca dai percorsi turistici e si inserisce in diversi contesti del tessuto urbano parigino.

[3] Reperibile a https://specialtycoffee.paris/ (30/07/2026). I dati relativi a Parigi comprendono diverse categorie registrate e non è quindi comparabile in termini assoluti con i dati raccolti per Firenze e Lione; ciò detto, tali risultati evidenziano la portata e la maturità della scena *specialty* a Parigi come contesto di ricerca.

1.3.3 Lione

Lione	**N.**
1er (Pentes de la Croix Rousse, Terreaux, Hôtel de Ville)	14
2e (Presqu'île, Bellecour, Vieux Lyon sud)	8
3e (Part-Dieu, Guillotière nord)	5
4e (Croix-Rousse plateau)	2
5e (Vieux Lyon, Fourvière)	3
6e (Brotteaux, Parc de la Tête d'Or)	7
7e (Guillotière, Jean Macé)	9
8e (Monplaisir)	0
9e (Vaise)	1
Totale	49

TABELLA 3. DISTRIBUZIONE DELLE REALTÀ *SPECIALTY* A LIONE PER *ARRONDISSEMENT*. ELABORAZIONE DELL'AUTRICE SU DATI PROVENIENTI DA *ROASTERS* INCROCIATI CON MAPPA DI DATAGRANDLYON[4].

Lione, contando quarantanove attività del settore *specialty* sul proprio territorio, rappresenta un contesto rilevante per lo sviluppo del caffè *specialty* in Francia. La distribuzione in questo caso denota una presenza maggiore nel 1er e 2e *arrondissement*, nucleo della cultura *specialty* lionese, seguiti dal 7e e dal 6e al di fuori del centro storico. Nelle zone invece periferiche, a differenza di Firenze e Parigi, si osserva assenza o presenza limitata di tali attività.

Il caso di Lione si differenzia per una significativa concentrazione nelle zone centrali della città, senza particolare diffusione nelle zone esterne. Tale concentrazione potrebbe essere letta anche alla luce del posizionamento della città nell'ambito del turismo esperienziale e responsabile che valorizza la relazione col territorio e il coinvolgimento diretto degli attori locali[5]. In tale prospettiva, attività come le sessioni di *cupping* possono inserirsi in una più ampia offerta di esperienze interattive e partecipative legate alla vocazione gastronomica lionese.

Nel complesso, l'identificazione dei casi studio e la mappatura delle attività *specialty* consentono di collocare l'oggetto della ricerca all'interno di contesti urbani accomunati da una presenza significativa delle realtà commerciali legate al caffè *specialty* nonostante le differenti modalità di distribuzione.

La localizzazione dei soggetti coinvolti nelle interviste si inserisce all'interno di tali configurazioni urbane, consentendo di collegare la distribuzione spaziale delle strutture *specialty* con i contesti concreti in cui le pratiche di *cupping* vengono realizzate.

[4] Reperibile al link: https://data.grandlyon.com/portail/fr/jeux-de-donnees/arrondissements-lyon/donnees (30/07/2026).
[5] L'Ufficio del Turismo di Lione, entrata a far parte del *Global Sustainability Index* nel 2019, sta portando avanti strategie di turismo responsabile, conseguendo vari riconoscimenti a livello nazionale e mondiale come è possibile verificare sul sito istituzionale: https://responsable.lyon-france.com/actualites/lyon-s-empare-de-la-1ere-place-francaise-du-classement-gds-index-2025-et-du-8e-rang-mondial (30/07/2026).

Se nel caso fiorentino il *corpus* comprende attori situati in aree urbane differenti e caratterizzati da reti professionali che superano la singola posizione fisica delle realtà coinvolte, nei casi parigino e lionese le figure intervistate operano maggiormente all'interno di aree ad alta concentrazione di esercizi a vocazione *specialty*.

Di conseguenza, il caffè *specialty* come prodotto finale e le sessioni di *cupping* come esperienza di consumo non si inseriscono in spazi neutri, bensì in contesti caratterizzati da una forte densità di attività commerciali, culturali e turistiche.

In tal senso, il «dove» delle degustazioni costituisce la cornice entro cui le pratiche narrative vengono osservate e interpretate. I contesti urbani dei casi studio contribuiscono infatti a definire il tipo di esperienza proposta, il pubblico a cui essa è rivolta e le modalità attraverso cui la cultura del caffè *specialty* viene comunicata e valorizzata.

Sebbene la presente ricerca non intenda stabilire un rapporto di causalità tra tali contesti spaziali e le pratiche osservate, la loro contestualizzazione spaziale e geografica rappresenta una chiave di lettura rilevante per comprendere il valore culturale, simbolico ed esperienziale attribuito al consumo del caffè *specialty*.

1.4 Metodologia di ricerca

1.4.1 Metodologia della ricerca e oggetto di studio

Ai fini della ricerca, è stato adottato un approccio metodologico di tipo qualitativo. A riguardo, sono state condotte interviste semi-strutturate con professionisti che ricoprono diversi ruoli nello svolgere sessioni di *cupping* per un pubblico di amatori e appassionati.

Oltre alle interviste semi-strutturate, la presente ricerca si è avvalsa di un'osservazione diretta non strutturata svolta in qualità di partecipante durante una sessione di *cupping* rivolta a un pubblico di non professionisti presso una torrefazione *specialty* di Firenze.

Tale esperienza ha permesso di contestualizzare a livello empirico il fenomeno oggetto di studio, osservando le modalità di conduzione della degustazione, le interazioni con i partecipanti e le pratiche narrative e lessicali adottate. Durante l'osservazione, sono stati raccolti appunti successivamente utilizzati come supporto interpretativo dell'analisi delle interviste.

Il *cupping* (o assaggio brasiliano) è un metodo standardizzato dalla Specialty Coffee Association (SCA) per assaggiare e valutare diversi campioni di caffè, usando un caffè macinato e preparato separatamente per ogni tazza. Il *cupping* consente una valutazione descrittiva, affettiva o una combinazione di entrambe.

Varie motivazioni hanno portato alla circoscrizione della ricerca alle sessioni di assaggio brasiliano piuttosto che alla degustazione di caffè con differenti preparazioni.

In primo luogo, si tratta di un metodo di assaggio standardizzato e quindi riproducibile; in secondo luogo, in Paesi come l'Italia e la Francia in cui il caffè è tradizionalmente consumato come espresso,

la preparazione del caffè con metodo *cupping* si avvicina al metodo del caffè filtro, permettendo a chi assaggia – nel caso di non professionisti – di sperimentare un profilo sensoriale meno noto; in terzo luogo, il *cupping* è stato storicamente sviluppato dai paesi di consumo, in particolare dagli importatori e *trader* di caffè verde per valutare il caffè prima dell'acquisto.

I metodi di classificazione dei caffè e i riferimenti culturali e sensoriali consolidati dalla SCA risultano quindi ancorati ai contesti di consumo, ovvero al Nord globale (Parrish et al. 2025, 17). Conseguentemente, il lessico e la terminologia utilizzati nelle degustazioni tendono a riflettere categorie proprie dei Paesi di consumo che possono non coincidere con quelle dei Paesi produttori.

In questa prospettiva, le sessioni di *cupping* rivolte a non professionisti rappresentano spazi privilegiati in cui si costruisce e si trasmette una narrazione del caffè di specialità tra origini geografiche, filiera di produzione ed esperienza sensoriale, dove la figura professionale assume un ruolo di mediazione tra questi diversi livelli.

1.4.2 Selezione del campione e raccolta dei dati

Sono poi oggetto di analisi le pratiche narrative adottate dai professionisti attraverso una lente teorica della decolonialità intersezionale nei tre differenti contesti geografici di Firenze, Lione e Parigi. Il campione dei soggetti intervistati è stato selezionato secondo i seguenti criteri: professionisti del settore coinvolti nell'organizzazione e conduzione di sessioni di *cupping* rivolte a un pubblico di non professionisti che operano nelle città scelte.

Inoltre, la ricerca non si pone un obiettivo di rappresentatività statistica, ma di approfondimento qualitativo dei casi studio dati i limiti dell'elaborato (sia in termini di tempo che di spazio) anche a seguito delle differenti disponibilità dei soggetti intervistati. Il campione finale della ricerca, pertanto, comprende quattro interviste semi-strutturate per la città di Firenze, due interviste per la città di Lione e due interviste per la città di Parigi, a causa di difficoltà nel reclutamento di professionisti del settore. Infatti, su Parigi e Lione, sebbene siano stati preventivamente somministrati questionari online per agevolare la partecipazione, il tasso di risposta si è dimostrato limitato.

Le interviste sono state condotte tra la fine di aprile e l'inizio di luglio 2026. Nel contesto italiano gli incontri hanno avuto una durata media di circa novanta minuti, mentre i colloqui in francese hanno avuto durata minore compresa tra i trenta e i quarantacinque minuti.

Le interviste sono state svolte online e, laddove possibile, in presenza con un metodo replicato per ciascuna intervista: partendo da un'introduzione alla ricerca, si è proceduto ad avviare la registrazione previo consenso del soggetto intervistato con contestuale somministrazione di modulo per il consenso informato (vedi Appendici A.3.1 e A.3.2) per permettere la registrazione audio e la trascrizione a fini esclusivamente accademici in conformità con la normativa privacy.

Al fine di garantire l'anonimato dei partecipanti, i soggetti intervistati sono stati identificati tramite codici alfanumerici: le sigle IT1-IT4 per il contesto italiano e FR1-FR4 per quello francese.

Tali interviste sono state poi analizzate attraverso quella lettura teorica decoloniale e intersezionale che trova i principali riferimenti rispettivamente in *Decolonialità. Concetti, analisi, prassi* di W. D. Mignolo e C. E. Walsh (2024) e in *Colonialità e genere: verso un femminismo decoloniale* di M. Lugones (2023). L'analisi si è concentrata, infine, sull'individuazione delle ricorrenze lessicali, delle strategie narrative e delle modalità di rappresentazione del caffè nell'ambito oggetto di studio.

1.4.3 Struttura delle interviste

Le domande guida per le interviste (vedi Appendici A.1 e A.2), elaborate in un primo momento in italiano e poi tradotte in francese, sono state suddivise in quattro aree tematiche: la sezione A legata al profilo del soggetto intervistato (età, luogo di nascita, percorso formativo e professionale); la sezione B incentrata sulla pratica di degustazione del *cupping*, dal punto di vista operativo e narrativo; la sezione C concentrata sulla definizione della qualità del caffè e sul lessico; la sezione D dedicata a domande di riflessione critica sul settore.

Le domande sono state formulate in modo imparziale, evitando i «*bias* dell'intervistatore»: si è cercato di elaborare le domande evitando in particolare il *bias* di conferma, senza dare per scontata la presenza o assenza di determinati elementi nella narrazione del caffè e, soprattutto nella sezione D, si è mirato a domande esplorative per stimolare la riflessione critica per far emergere dati significativi per la ricerca. Per quanto riguarda invece il questionario somministrato online, si è optato per l'adattamento del questionario per le interviste in francese, proponendo un numero ridotto di domande, per incoraggiare la partecipazione, raccogliere le principali risposte e proporre un ulteriore colloquio, qualora disponibili, per approfondire la testimonianza.

1.4.4 Dichiarazione di posizionalità e riflessività

A questo proposito, è opportuno esplicitare la mia posizionalità. Sono una studentessa universitaria, donna e migrante di seconda generazione, di origini giapponesi. Sono nata e cresciuta nel centro Italia e ho avuto la possibilità di proseguire con gli studi superiori in una condizione di relativa stabilità socioeconomica. In tal senso, mi considero dunque una giovane donna privilegiata del Nord globale, con un interesse personale per il mondo del caffè *specialty*, sviluppatosi durante un periodo di studio all'estero.

La scelta della teoria della decolonialità e dell'intersezionalità, nonché l'attenzione alle criticità sistemiche della catena di produzione del caffè, nasce in seguito ad una personale presa di coscienza rispetto all'impatto ambientale, economico, sociale e umano di un bene agricolo primario onnipresente nella vita quotidiana di miliardi di persone.

Questo percorso di ricerca ha fatto emergere aspetti estremamente problematici della filiera e della persistenza della matrice coloniale del potere, contribuendo allo sviluppo di una riflessione critica sulle modalità con cui il valore, la qualità e l'origine del caffè sono raccontati e rappresentati al consumatore finale, ovvero l'attore finale in grado di influenzare la domanda di tale materia prima.

Inoltre, l'esperienza di tirocinio ha facilitato il contatto diretto con alcuni dei soggetti intervistati e l'accesso alla rete professionale del settore *specialty*. Per tali motivi, si è reso necessario l'esercizio di una riflessività metodologica volta a riconoscere, prevenire e limitare l'influenza sia della familiarità con alcuni soggetti sia di eventuali preconcetti personali e presupposti interpretativi prima, durante e dopo la conduzione delle interviste, nonché nel processo di analisi dei dati.

1.5 Trattamento delle fonti

In merito alle fonti selezionate per il presente elaborato, è stata operata una cernita dei testi più affini all'oggetto di ricerca. Si fa riferimento principalmente a *Coffee: A Global History* (Morris 2018), *The World Coffee Market in the Eighteenth And Nineteenth Centuries, from Colonial To National Regimes* di Topik (2004) per quanto riguarda le origini coloniali del caffè, in quanto letteratura più esaustiva sulla storia del caffè dal punto di vista cronologico ed economico, e la più recente letteratura che evidenzia in particolar modo il legame diretto tra produzione a basso costo e manodopera schiavile colonialista (Combrink 2021; Garvin 2021).

Il contributo di Garvin (2021) permette inoltre di analizzare criticamente il legame tra costruzione dell'identità italiana del caffè e i processi coloniali, evidenziando come durante il Ventennio fascista il commercio del caffè, i luoghi di consumo e la pubblicità abbiano contribuito alla diffusione di immaginari e narrazioni imperiali e coloniali legati alla produzione e ai territori di origine, in particolare nel contesto delle dinamiche economiche e politiche tra Italia, Brasile ed Etiopia.

Nella sezione invece sulle disuguaglianze strutturali della Global Value Chain (GVC) del caffè, l'analisi è supportata dalla letteratura che interpreta la filiera non soltanto come luogo di produzione e scambio commerciale, ma come uno spazio di costruzione del valore, della qualità e delle relazioni di potere tra i diversi attori della catena.

In tale prospettiva, risultano centrali Quiñones-Ruiz (2020) sulle differenti concezioni di qualità per i diversi attori della filiera, nonché Wienhold e Roberts (2025) che analizzano criticamente se la crescita del settore del caffè *specialty* possa o meno generare benefici condivisi tra gli attori della catena globale del valore. Ad essi, si aggiungono le ricerche di Fischer (2017), Gurmessa et al. (2022), Utrilla-Catalan et al. (2022), Parrish (2025) e Ruben (2023), integrati dai report della International Labour Organization (ILO) del 2021 e del 2025 nonché dai contributi della International Coffee Organization (ICO) (2018; 2020; 2025) che analizzano statisticamente le criticità sistemiche della produzione del caffè ancora oggi.

In merito alla lente teorica decoloniale, si adottano le prospettive di Mignolo e Walsh (2024) e Lugones (2023) per l'intersezionalità dal punto di vista decoloniale. Tale prospettiva è stata influenzata dalla recente letteratura decoloniale applicata alla filiera del caffè, in particolare dall'articolo *Brewing resistance: Indigenous knowledge and the contestation of colonial powers through value chains for coffee—a literature review* di Cano-González e Quiñones-Ruiz (2025) che analizza il ruolo di conoscenze e attribuzione di valore indigene nella GVC del caffè.

La riflessione decoloniale è inoltre arricchita dal contributo critico di Rivera Cusicanqui (2012), che evidenzia alcuni limiti della teoria decoloniale contemporanea e richiama la necessità di riconoscere la pluralità dei luoghi di enunciazione e dei saperi situati, mettendo in discussione il rischio di una produzione teorica sulla colonialità elaborata esclusivamente all'interno di prospettive accademiche dominanti.

Per quanto riguarda le sezioni sul caffè *specialty* e il protocollo del *cupping*, l'elaborato si basa su documenti ufficiali della SCA, in particolare *A System to Assess Coffee Value: Understanding the Specialty Coffee Association's Coffee Value Assessment* (2024) per quanto riguarda l'introduzione del CVA e le conseguenti implicazioni; *Coffee Sensory and Cupping Handbook: Edition No. 01* (2021). In aggiunta, *Cupping and grading—Discovering character and quality* (2017) costituisce un altro testo chiave per lo sviluppo della teoria e del protocollo del *cupping* nel corso degli anni. Inoltre, gli studi di Manfrin Artêncio et al. (2023) svolgono un ruolo centrale nella riflessione critica sull'influenza delle informazioni estrinseche tra cui, in particolare, l'origine geografica nella percezione sensoriale del caffè.

Per comprendere meglio il contesto francese e la terminologia equivalente, sono state consultate *Ouvrir la voie à un avenir durable grâce à la diplomatie du café : Revue annuelle 2023/24* dell'ICO; Bantman-Masum E. (2020), *Les coffee shops : nouvelle scène culinaire parisienne et modes de vie mobiles*, nonché *Le portrait du colonisé* di Albert Memmi (1957).

1.6 Caffè, colonialità e disuguaglianze nella filiera del caffè

La presente sezione intende rappresentare il ruolo delle potenze coloniali europee nella diffusione della coltivazione del caffè nelle Americhe e in Asia, evidenziando la relazione diretta tra l'espansione del consumo di caffè in Europa e l'impiego di manodopera schiavile nelle piantagioni (Combrink 2021).

1.6.1 Colonialismo e schiavismo alla base della produzione del caffè tra il XVII e il XIX secolo

Fino alla fine del XVI secolo, il consumo di caffè era diffuso principalmente nei territori delle popolazioni di religione islamica e il commercio limitato alla rete commerciale del Mar Rosso: il

caffè era considerato un prodotto di lusso e il mercato dominato da mercanti e produttori del Medio Oriente (Morris 2018, 46; Topik 2004).

In origine, la pianta era presente in natura in Etiopia che per lungo tempo ne fu l'unico produttore, con successivo avvio della coltivazione anche in Yemen. Un primo allargamento della diffusione del caffè comincia con l'espansione dell'Impero Ottomano in Egitto all'inizio del 1500, portando alla nascita dei primi caffè nelle città di Cairo, Mecca e Istanbul.

Alla fine del 1500 e nel corso del 1600, con la nascita dei caffè in Italia, Olanda e altre regioni dell'Europa centro-settentrionale, la domanda incrementò notevolmente e i primi carichi di caffè approdarono nei porti al di fuori dell'Impero Ottomano.

Nel XVII secolo, alcuni pellegrini musulmani piantarono semi di caffè in India e, poco prima che l'Impero Ottomano imponesse il divieto di esportazione del caffè oltre i confini imperiali e data l'imprevedibilità dei tassi e dei costi di produzione, le compagnie coloniali europee si procurarono dei semi di caffè per poterlo produrre nei propri territori.

Prima fra tutte, alla fine del XVII secolo, la Compagnia Olandese dell'India Orientale (VOC) piantò semi di caffè ottenuti dall'India a Giava dove impose ai capi indigeni di coltivare caffè e di venderne quote fisse ad un basso prezzo prestabilito presso le botteghe della VOC. In siffatto contesto, i signori locali obbligavano i contadini a fornire determinate quantità di caffè come parte dei loro obblighi feudali e alcuni agricoltori erano costretti a migrare in zone più consone alla coltivazione del caffè sotto la supervisione dei subordinati dei proprietari terrieri locali (Morris 2018, 77-78; Topik 2004, 9).

In poco tempo, Giava diventò così fulcro centrale della produzione del caffè: il caffè esportato in Olanda proveniva quasi totalmente da Giava (Morris 2018, 78).

Successivamente, la VOC introdusse il caffè nella colonia sud-americana dell'odierno Suriname, territorio in cui la coltivazione di caffè era basata sulla coercizione degli agricoltori locali e il lavoro schiavile.

Parallelamente, agli inizi del 1700, la Compagnia francese delle Indie orientali cominciò a produrre caffè nella colonia di Bourbon (attuale Réunion) e in seguito anche nei propri territori caraibici, quali la Martinica e la Guadalupa, nonché Saint Domingue.

In questi territori, i coloni francesi gestivano concessioni terriere, coltivando caffè con manodopera schiavile deportata dall'Africa.

In particolare, il caffè prodotto a Saint Domingue superò la concorrenza yemenita nel mercato ottomano (Topik 2004, 12): il lavoro schiavile permetteva una produzione a basso costo per la Compagnia coloniale francese (Morris 2018, 82).

Si consideri, infatti, che a Saint Domingue un terzo delle piantagioni erano volte al caffè, dove lavoravano un quarto del quasi mezzo milione di schiavi presenti sull'isola, 28.000 *gens de couleur* (ovvero proprietari delle piantagioni nonché ex-schiavi liberati dai propri padroni o nuove generazioni interetniche) e 30.000 persone bianche (Morris 2018, 83-85).

Sull'onda della Rivoluzione Francese, le *gens de couleur* ingaggiarono una ribellione per far valere i propri diritti, dando inizio a una sanguinosa guerra di indipendenza che culminò nel 1804 con la Dichiarazione d'Indipendenza a seguito della quale Saint Domingue si rinominò Haiti e sull'isola fu abolita la schiavitù.

Molte piantagioni furono distrutte e alcuni proprietari fuggirono in Giamaica, ma Haiti, pur continuando a produrre caffè con nuove coltivazioni, fu esclusa da parte degli Stati europei e degli Stati Uniti in quanto quest'ultimi temevano di legittimare la rivoluzione haitiana (Morris 2018, 85).

Haiti non tornò mai ai livelli di produzione precedenti all'Indipendenza, creando un notevole vuoto nella produzione di caffè mondiale che fu rapidamente saturato dalle coltivazioni in Giamaica grazie agli investimenti e alla presenza di ex proprietari delle piantagioni di Saint Domingue (Combrink 2021, 29).

Anche i Britannici espansero la propria produzione di caffè soprattutto sull'isola di Ceylon, attuale Sri Lanka: rasero al suolo intere foreste per fare spazio alle piantagioni e deportarono lavoratori Tamil, popolo proveniente dalla regione indiana di Madras (dove fallì il primo tentativo di coltivazione del caffè da parte dei Britannici).

Molti Tamil persero la vita prima ancora di arrivare in piantagione a causa delle condizioni di lavoro.

A partire dalla seconda metà del 1800, le piantagioni di caffè dell'isola, distrutte dalla ruggine fogliare, vennero convertite interamente in piantagioni da tè, portando storicamente il Regno Unito a preferire il tè al caffè (Morris 2018, 87-89).

Nel XVIII secolo, i Portoghesi piantarono semi di caffè etiope nel nord del Brasile. Se in un primo momento la coltivazione di caffè rimase marginale rispetto ad altre colture come la canna da zucchero, a seguito dell'Indipendenza dal Portogallo (1822) la coltivazione incrementò notevolmente la produzione di caffè, la quale, infatti, si espanse nei territori centro-meridionali dove il terreno di argilla rossa giovava agli alberi di caffè. Oltre a tecniche di coltivazione senza riguardo per l'ambiente e l'erosione del suolo, il caffè veniva coltivato con manodopera schiavile in grandi tenute agricole, le *fazendas,* possedute dall'élite benestante brasiliana.

La produzione di caffè raggiunse livelli notevoli verso il 1830 (Combrink 2021, 29) e a partire dal 1840 divenne un motore per la crescita economica brasiliana (Garvin 2021, 2).

Dopo l'abolizione della deportazione di schiavi negli Stati Uniti, a partire dal 1807, i trafficanti di schiavi dell'America settentrionale instaurarono un «triangolo» di scambio commerciale: i prodotti americani venivano scambiati in Africa con schiavi che venivano poi venduti in Brasile dove veniva comprato caffè per consegnarlo infine negli Stati Uniti.

Questo traffico triangolare si interruppe solamente nel 1850, anno in cui i Britannici misero fine alla tratta atlantica degli schiavi.

Si sviluppò, così, un mercato interno di schiavi tra il nord del Brasile e *fazendeiros,* i proprietari delle *fazendas,* nel sud del Paese.

Successivamente, la manodopera schiavile fu sostituita dai *colonos,* immigranti europei, soprattutto italiani, come lavoratori a contratto: nel 1884 il Brasile cominciò a sovvenzionare i costi di trasporto dei migranti e poco dopo, nel 1888, la schiavitù fu (formalmente) abolita.

Tuttavia, i baroni del caffè non modificarono l'intensità e le condizioni di lavoro nel passaggio da manodopera forzata a donne e uomini liberi.

In seguito alla caduta della famiglia imperiale (1872), con la nuova Repubblica instaurata nel 1889, gli oligarchi del caffè brasiliani degli stati di Rio de Janeiro, São Paolo e Minas Gerais, dominavano le politiche nazionali (Morris 2018, 102-106; Garvin 2021, 2-4).

All'inizio del Novecento le sovvenzioni per i migranti da parte dello Stato brasiliano furono proibite: l'economia del caffè brasiliana stava rinforzando le caratteristiche dell'eredità coloniale (Garvin 2021, 4), arrivando a produrre il 77,5% del caffè nel mondo tra il 1900 e il 1901 (Morris 2018, 102).

Tali vicende relative al ruolo delle potenze europee nella coltivazione del caffè (a carattere esemplificativo e non esaustivo) dimostrano come, a partire dalla fine del XVII secolo e a seguire fino all'abolizione della schiavitù nel 1888, il caffè sia stato prodotto sulla base della coercizione, del lavoro forzato e schiavile.

Inoltre, come rappresentato nel caso del Brasile, l'abolizione della schiavitù non ha implicato una conseguente abolizione delle condizioni di lavoro che sono rimaste pressoché invariate in situazioni disumane imposte agli schiavi e alle popolazioni indigene.

Come afferma Combrink, la produzione di caffè basata sulla manodopera schiavile è direttamente legata all'espansione del consumo di massa europeo del caffè: il caffè, da prodotto esclusivo, diviene parte integrante della vita quotidiana di ogni ceto sociale in seguito all'espansione della produzione caffeicola basata sul lavoro schiavile (2021, 31).

Infatti, la storia del caffè nel XVIII secolo dimostra che produzione schiavile, consumo e distribuzione del caffè sono strettamente interconnessi (Combrink 2021, 31).

In sintesi, come affermano Clarence-Smith e Topik, la coltivazione del caffè si è sempre concentrata nei Tropici e il consumo in Paesi dal clima temperato: di fatto, i poveri hanno coltivato caffè per i ricchi (2003, 2).

Questa asimmetria costituitasi durante la diffusione del caffè in epoca coloniale non scompare tuttavia con l'abolizione della schiavitù, ma si riflette nell'odierna struttura della GVC del caffè.

La produzione, infatti, continua a concentrarsi nel Sud globale, mentre il valore aggiunto viene ritenuto dai paesi consumatori del caffè nel Nord globale come meglio specificato di seguito.

1.6.2 Disuguaglianze strutturali nella GVC del caffè

Ad oggi, il caffè risulta uno dei prodotti agricoli più commerciati nel mercato mondiale e fonte economica per milioni di piccoli agricoltori presenti perlopiù in Paesi dal reddito medio-basso (Utrilla-Catalan 2022, 1).

Come precedentemente accennato, la GVC del caffè è ancora oggi caratterizzata da un'asimmetria di potere e da un'iniqua distribuzione del valore aggiunto tra Paesi produttori e Paesi consumatori (Wienhold et al. 2025).

Infatti, le entrate dei piccoli agricoltori di caffè rimangono estremamente basse, lasciandoli in gravi condizioni di povertà (Ruben 2023, 12).

Nel 2020, uno studio condotto dall'ILO prendendo in esame la condizione di cinque dei maggiori Paesi produttori di caffè ha evidenziato che i salari di chi lavora nel settore del caffè sono molto più bassi dello stipendio medio nazionale e ancora inferiori se comparati al salario medio del settore agricolo nazionale.

Le dinamiche asimmetriche tra produttori e torrefattori vengono definite come «*coffee paradox*», letteralmente «paradosso del caffè», (Daviron e Ponte 2005, come citato in Utrilla-Catalan et al. 2022): mentre i produttori sono remunerati per la qualità fisica del caffè verde, i torrefattori e rivenditori vendono la qualità simbolica e la qualità del servizio di persona per i quali i consumatori pagano un lauto prezzo. Motivo per cui, i prezzi del caffè *specialty* devono essere giustificati da valori simbolici e da caratteristiche distintive del caffè (Fischer 2017).

Nondimeno, tali asimmetrie non si manifestano soltanto nella distribuzione economica del valore, ma anche nella possibilità per i differenti attori della filiera di definire e interpretare il concetto di qualità del caffè. Come evidenziato da Quiñones-Ruiz (2020), produttori e torrefattori possono attribuire significati e valori differenti al prodotto, riflettendo le rispettive posizioni e prospettive all'interno della GVC del caffè.

In una prospettiva più ampia, Cano-González e Quiñones-Ruiz (2025) sottolineano come la catena globale del caffè non costituisca soltanto un sistema economico di produzione e scambio, ma anche uno spazio di costruzione e negoziazione della conoscenza, della qualità e del valore tra i diversi attori

coinvolti. Proprio all'interno delle differenti modalità di attribuzione del valore del caffè, si inserisce lo sviluppo dello *specialty coffee*, caratterizzato da una crescente attenzione verso origine, qualità, tracciabilità e *storytelling* del prodotto. Tali argomenti verranno presentanti nel capitolo successivo.

Oltre alla discriminazione fondata sul rapporto di squilibrio che si crea tra lavoratori, produttori e consumatori, altro rilevante fattore di discriminazione si basa sul genere.

Il medesimo studio sopracitato ha altresì dato rilievo non solo al mancato rispetto del salario minimo ma anche al divario salariale in base al genere: in tutti i paesi coinvolti nello studio la paga oraria delle donne risulta inferiore a quella degli uomini (ILO 2020, 17).

Conseguentemente a svantaggi sistemici, infatti, la GVC è dominata dagli uomini, rendendo invisibile il ruolo delle donne all'interno della catena (Kangile et al. 2021; Gurmessa et al. 2022; Quiñones-Ruiz e Giraldo-Liévano 2022).

Eppure, il ruolo delle donne nella catena è statisticamente rilevante: fino al 70% del lavoro nella produzione del caffè, infatti, è eseguita da donne; il 20-30% delle tenute di caffè è condotto da donne che risultano sistematicamente avere meno accesso a risorse (terreno, credito, informazioni) rispetto agli uomini. Tutto ciò si traduce spesso in un *gender gap* in termini economici e di produzione (ICO 2018, 3).

Prendere atto di tale divario e dare valore al ruolo effettivo delle donne nel settore del caffè – anche tramite politiche attente alle differenze di genere e sviluppo della catena di valore sulla base di dati raccolti all'interno dei nuclei familiari – apporterebbe benefici concreti alle comunità caffeicole (ICO 2018; Gurmessa et al. 2022).

Inoltre, adottare una prospettiva intersezionale nella comprensione delle sovrastrutture di genere consente di mettere in evidenza lo sfruttamento alla base dei rapporti tra gli attori di una GVC del caffè ancora post-colonialista ed estrattivista (Quiñones-Ruiz e Giraldo-Liévano 2022, 177). Oltre alle disparità di genere, poi, entra in gioco un ulteriore elemento imprescindibile per un inquadramento completo del fenomeno.

La filiera del caffè risulta, infatti, caratterizzata da un'elevata stagionalità del lavoro (come per la stagione di raccolta del caffè), fattore che non solo lo rende precario e scarsamente remunerativo (Chan 2024; Ruben 2023), ma aumenta il rischio di lavoro minorile.

Benché nel settore del caffè non sia considerato comune l'impiego di minori (rispetto ad altre produzioni di beni agricoli primari come lo zucchero di canna, l'olio di palma, ecc. in cui lo sfruttamento dei minori risulta sistematico), durante il periodo di raccolta, anche in seguito alle crisi del prezzo del caffè post-pandemiche e alla sua intrinseca volatilità, le famiglie di chi lavora il caffè sono indotte a far lavorare i propri figli anche nelle ore dedicate all'istruzione per aumentare la paga forfettaria (ICO 2020, 66).

Nello specifico, il lavoro domestico non viene considerato come lavoro minorile, ma come un ordinario aiuto alla famiglia: ciò avviene perché tali faccende, di cui si occupano spesso le bambine, sono ritenute una prerogativa del ruolo sociale assegnato alla donna (ILO 2025, 18). Questa problematica purtroppo persiste ancora oggi nei Paesi produttori di caffè, nonostante le numerose iniziative, sia governative che non governative, e le campagne di sensibilizzazione messe in atto che, in alcuni casi, si sono rivelate strategie efficaci ma non abbastanza da sradicare il fenomeno (ILO 2021, ILO 2025).

Le dinamiche fin qui descritte permettono di comprendere le disuguaglianze strutturali che caratterizzano la produzione del caffè, senza tuttavia spiegare in modo esaustivo il processo attraverso cui il valore del prodotto viene costruito lungo la filiera. Come sottolineato dalla letteratura sul valore economico e simbolico del caffè *specialty*, tale valore non deriva esclusivamente dalle caratteristiche materiali del caffè verde, ma viene progressivamente costruito attraverso pratiche di consumo, narrazioni legate alle origini nonché processi di differenziazione e di valorizzazione del prodotto nei Paesi consumatori (Fischer 2017; Cano-González e Quiñones-Ruiz 2025).

2 Specialty coffee

Dopo aver analizzato le origini coloniali del caffè e le disuguaglianze strutturali che caratterizzano la catena globale del valore, si rende necessario osservare come il prodotto sia successivamente valorizzato e interpretato nei contesti di consumo. Nei Paesi importatori, infatti, non viene percepito esclusivamente come materia prima agricola, ma assume progressivamente significati culturali e simbolici legati alle pratiche di consumo, alle rappresentazioni della qualità e alle narrazioni che accompagnano il prodotto fino al consumatore e alla consumatrice finali. Tali concezioni di qualità del caffè possono differire da quelle attribuite da altri attori della filiera, come produttori o torrefattori, situati in differenti posizioni all'interno della GVC.

Nel contesto italiano, questo processo si sviluppa storicamente attorno all'immaginario del caffè espresso che diventa nel corso del Novecento un elemento identitario della cultura quotidiana e del paesaggio urbano (Pollice 2015).

Al contempo, occorre precisare che tale costruzione culturale del «caffè italiano» è strettamente intrecciata con le dinamiche storiche e coloniali che portano alla diffusione della bevanda e alla definizione dei relativi immaginari. Come evidenziato da Garvin (2021), durante il Ventennio fascista il commercio del caffè, i luoghi di consumo e la pubblicità contribuiscono a costruire narrazioni di matrice coloniale della produzione del caffè e dei relativi territori e popolazioni.

È proprio all'interno di questa cultura caratterizzata da una forte associazione tra il termine «caffè» e la bevanda finale che si sviluppa lo *specialty coffee* spostando l'attenzione dalla centralità storicamente attribuita alla bevanda finale e al suo metodo di preparazione verso la materia prima, la sua origine e il processo di produzione.

In tale quadro, il *cupping* assume un ruolo centrale come pratica di analisi, narrazione e contestualizzazione del caffè, rendendo visibili elementi spesso meno presenti dalla tradizionale esperienza di consumo e introducendo modalità diverse di narrazione e interpretazione di tali informazioni nei contesti di consumo.

Ripercorrendo i passi dello sviluppo del settore *specialty*, questa sezione si inserisce nel quadro della ricerca per permettere di comprendere appieno il sapere, le pratiche e il linguaggio entro cui si sviluppano le sessioni di *cupping* analizzate.

Nello specifico, si analizza la formalizzazione e l'evoluzione degli standard di qualità istituzionali, dei protocolli e degli strumenti di valutazione sensoriale. Infatti, tale analisi ha lo scopo di osservare come venga raccontato il caffè in quanto materia prima e prodotto finale, quali siano gli attori resi visibili in tale narrazione e quale tipo di lessico e riferimenti culturali siano utilizzati nell'ambito dell'esperienza di degustazione tramite il *cupping.*

2.1 Erna Knutsen e le istituzioni specialty

Il termine «*specialty*» viene coniato e usato per la prima volta da Erna Knutsen (1921-2018) nel 1974 in un articolo pubblicato sulla rivista *Tea & Coffee Trade* (ICO 2025). Con questo termine, Knutsen indica i lotti di caffè da lei venduti in piccole quantità ad alcuni torrefattori (Sera et al. 2025, 1), nonché caffè di alta qualità dal profilo sensoriale di spicco, coltivati in aree geografiche caratterizzate da particolari microclimi (Wienhold et al. 2025, 2).

Knutsen può essere considerata come la «pioniera femminista» del caffè *specialty*[6]: nonostante gli ostacoli del sessismo nella San Francisco della metà degli Anni Settanta (Sinnott 1994), Knutsen avvia e sviluppa una nicchia di mercato costituita da torrefattori indipendenti (Morris 2018, 91) fondando e mantenendo la proprietà dell'omonima azienda di torrefazione e vendita di *specialty coffee* Knutsen Coffee Inc. (Sinnott 1994).

Pochi anni dopo, nel 1982, un gruppo di torrefattori statunitensi nel settore *specialty* fondano la Specialty Coffee Association of America (SCAA) (Morris 2018, 91), una organizzazione no-profit che diviene fin da subito uno spazio comune per discutere problematiche e stabilire protocolli standard di qualità, valutazione e classificazione nel commercio del caffè *specialty* nell'America del Nord.

In seguito, proprio nel bel mezzo del crollo del prezzo del caffè verde (Hallam 2003), nel 1998 a Londra si forma la Specialty Coffee Association of Europe (SCAE)[7] a partire da alcuni rappresentanti del mondo *specialty* in Europa, con gli stessi obiettivi della controparte nordamericana ma nell'ambito del mercato europeo.

Nello stesso anno, lo Specialty Coffee Institute (SCI), un centro scientifico creato dalla SCAA nel 1995 al fine di ricevere contributi esentasse non provenienti dalla SCAA, cambia volto e missione: lo SCI diventa Coffee Quality Institute (CQI) e inizia a collaborare coi produttori di caffè nell'America centrale e meridionale per migliorare la produzione e di conseguenza assicurare prezzi di vendita maggiori. Allo stesso scopo, sviluppa il Q Coffee system, ossia un programma di formazione e certificazione dei professionisti sul protocollo *cupping* rivolto prima a Paesi produttori (tra cui Africa orientale) e in seguito a quelli consumatori (Lingle et al. 2017, 186).

Il risultato del programma risulta evidente: a partire dal 2015, si attestano più di 6.000 *cuppers* e più di 3.500 Arabica Q-grader, divenendo il Q Coffee System lo standard internazionale: è possibile definire un caffè *specialty* solo se lo stesso riceve un punteggio maggiore o uguale a ottanta punti su una scala di cento e non presenta difetti primari (Lingle et al. 2017, 186).

[6] https://sprudge.com/remembering-erna-knutsen-coffees-feminist-pioneer-135417.html (26/06/2026)

[7] https://perfectdailygrind.com/2025/05/coffee-associations-community-relationships/ (26/06/2026)

SCAA e SCAE lavorano così in parallelo fino a quando i membri delle stesse hanno concordato la fusione in un'unica organizzazione, dando vita nel 2017 alla Specialty Coffee Association (SCA)[8].

La SCAA e, successivamente, la SCA, sviluppa una serie di strumenti per il settore del caffè *specialty*: a partire dal lessico, i protocolli e le buone pratiche per la valutazione e classificazione del caffè verde (SCA Arabica Cupping Form), il protocollo del *cupping* (SCA Protocol For Cupping Specialty Coffee), dei metodi di estrazione e la categorizzazione dei sottoprodotti del caffè *specialty* (Quiñones-Ruiz 2020, 5).

Infatti, per circa vent'anni, il protocollo del *cupping* sviluppato dalla SCAA costituisce lo standard a livello internazionale nella valutazione sensoriale del caffè *specialty*, così come la definizione di caffè *specialty* di cui sopra da parte della SCAA (Boaventura et al. 2018; Quiñones-Ruiz 2020; Wienhold e Roberts 2025).

Da questa ricostruzione storica, emerge come i protocolli, i sistemi di certificazione e gli strumenti di valutazione che contribuiscono a costruire il sapere e il linguaggio comune all'interno della *community specialty* abbiano nel tempo definito una specifica concezione della qualità.

La SCA, le organizzazioni che l'hanno preceduta nonché figure professionali provenienti da torrefazioni, caffetterie *specialty* e partner accademici e commerciali hanno ricoperto un ruolo centrale nello sviluppo di un vocabolario sensoriale e tecnico con cui il valore del caffè *specialty* viene identificato e comunicato (Fischer 2017, 17).

Tuttavia, tale concezione non sempre coincide con i sistemi di valore e qualità dei produttori caffeicoli. Come sottolineato da Quiñones-Ruiz (2020), il valore aggiunto del caffè si determina in base a convenzioni di qualità che spesso differiscono tra i diversi attori della filiera.

Nel caso delle produzioni Maya in Guatemala analizzate da Fischer, si evince che il valore attribuito al caffè dai produttori stessi a livello materiale e morale si discosta in parte dai criteri generalmente adottati nel mercato *specialty* (2017).

Gli strumenti sviluppati dalla SCA quali la ruota dei *flavor*[9] (Flavor Wheel), il lexicon sensoriale (come il World Coffee Research Sensory Lexicon), i manuali tecnici e i protocolli di valutazione, sebbene basati su sistemi standardizzati e apparentemente oggettivi concorrono a definire un sistema di produzione di valore simbolico (Fischer 2017, 24).

[8] https://sca.coffee/about (26/06/2026)

[9] Prestito dall'inglese e termine che la SCA definisce come l'insieme del gusto percepito dalla lingua (acido, dolce, salato, amaro, *umami*), note aromatiche percepite a livello ortonasale (solo attraverso il naso) e retronasale (nel passaggio tra la bocca e il naso), sensazione percepita in bocca (corpo, consistenza, astringenza).

Infatti, nel commercio del caffè *specialty*, secondo Fischer, la capacità di estrazione del valore economico si concentra progressivamente nel controllo dei mezzi simbolici e culturali di produzione, storicamente concentrati nei mercati europei e nordamericani (2017, 24-27).

Le torrefazioni e i baristi hanno storicamente contribuito a influenzare le tendenze e le preferenze dei consumatori e, di conseguenza, le dinamiche di mercato e di attribuzione del valore economico (Fischer 2017, 24-27).

In tal senso, nel contesto della presente ricerca, risulta necessario analizzare la relazione tra gli aspetti formali della valutazione del caffè e degli standard internazionali e le narrazioni legate al *terroir,* alla produzione e alla scoperta sensoriale nell'ambito delle degustazioni di *cupping*. Queste ultime, infatti, rappresentano luoghi di connessione tra i diversi anelli della catena di produzione.

2.2 Protocollo cupping

Per circa quattro secoli (Lingle et al. 2017, 182), il *cupping* rappresenta un'arte, una competenza elitaria, acquisita di generazione in generazione per passaparola e padroneggiata da esperti nell'arco di un'esperienza pluridecennale. La prima descrizione generica dell'assaggio di *cupping* si attesta nella pubblicazione del 1922 di William Ukers, *All About Coffee*[10] (Lingle et al. 2017, 182).

Nel 1984, Ted R. Lingle pubblica per la SCAA la prima edizione del manuale sul *cupping*[11] per spiegarne in modo sistematico le basi scientifiche in quanto procedura standardizzata, la teoria chimico-fisica dell'analisi sensoriale del caffè e per fornire la terminologia tecnica dello *specialty coffee* ai professionisti del settore (Lingle et al. 2017, 182). In questo manuale, si definiscono scientificamente le caratteristiche chimico-fisiche primarie del caffè legate ai relativi sei attributi a livello sensoriale:

(1) Fragranza, l'odore del caffè appena tostato e appena macinato;

(2) Aroma, l'odore del caffè sprigionato mentre l'acqua bollente viene versata sul caffè macinato;

(3) *Flavor*, il profilo gustativo del caffè liquido come risultato della sua infusione;

(4) Retrogusto, i residui del sapore della bevanda nella parte posteriore della lingua;

(5) Acidità, la percezione sulla lingua degli acidi organici del liquido;

(6) Corpo, la consistenza e il peso del caffè infuso percepiti in bocca.

Il protocollo ufficiale del *cupping* si sviluppa a partire dal 1999 nel corso di un programma promosso dall'ICO per caffè brasiliani arabica che prevedeva una competizione di *cupping* e a seguire una vendita all'asta dei caffè utilizzati; tale attività richiede una procedura standardizzata sia nell'eseguire il *cupping* sia nella valutazione del singolo caffè (Lingle et al. 2017, 183).

[10] Ukers W. H. (1922), *All About Coffee*, The Tea and Coffee Trade Journal Company, New York.
[11] Lingle T. R. (1984), *The Coffee Cupper's Handbook: Systematic Guide to the Sensory Evaluation of Coffee's Flavor*, Specialty Coffee Association of America, Long Beach.

Nel 2004, dopo cinque anni di ricerca e sperimentazione, la SCAA stabilisce la formalizzazione della scheda di valutazione del *cupping* (SCAA Arabica Cupping Protocol), comprendente dieci caratteristiche di qualità (Lingle et al. 2017, 183-184), di cui le prime cinque secondo le definizioni SCAA del 1984 (Lingle 1984):

(1) Fragranza/Aroma;

(2) Flavor;

(3) Retrogusto;

(4) Acidità;

(5) Corpo;

(6) Uniformità, misurata con l'assaggio di cinque tazze diverse in cui il caffè tostato viene pesato prima di essere macinato in modo da isolare gli eventuali chicchi difettosi in una singola tazza o più e facilitarne l'identificazione;

(7) Equilibrio, inteso come sinergia tra i primi sei attributi che, se percepiti come presenti in eque proporzioni, comportano un maggiore punteggio[12];

(8) Pulizia in tazza, l'assenza di sentori e/o sapori estranei al caffè al momento dell'assaggio, dovuti ad esempio a contaminazioni ambientali dati da residui nei macchinari o al contatto prolungato dei chicchi con sacchi di juta o canapa trattati con agenti chimici non alimentari durante il trasporto o la conservazione;

(9) Dolcezza, la leggera presenza di zucchero percepita nell'assaggio e caratteristica è particolarmente apprezzata se presente in tazza a temperatura ambiente;

(10) *Overall*, la valutazione complessiva del campione e l'unica caratteristica che richiede una valutazione personale da parte di chi assaggia nel determinare la qualità del caffè.

Ciascuno di essi è valutato per lo stesso lotto di caffè, in cinque tazze diverse con un punteggio individuale di massimo dieci punti. In tal modo, la valutazione si basa su un sistema di valutazione su cento punti (dieci per ogni attributo) e della soglia degli ottanta su cento punti raggiunta o superata la quale si passa da caffè commerciale a *specialty coffee*.

Tale punteggio si determina attraverso una attenta analisi sensoriale e conseguente valutazione da parte di un degustatore professionista, come i *Q-grader*, ossia professionisti formati e certificati da parte della SCA nell'esecuzione di test mediante il metodo di *cupping* sui campioni di caffè[13].

[12] Elemento introdotto in seguito alla collaborazione con un'azienda di analisi alimentare statunitense (Lingle et al. 2017, 183-184).

Il test del *cupping* si effettua su tre campioni dello stesso caffè al fine di individuare eventuali differenze a livello sensoriale tra i campioni di caffè, descriverne il profilo sensoriale e determinarne la qualità complessiva (Quiñones-Ruiz 2020, 5).

Tale test segue una procedura rigorosa: prima di tutto il/la *cupper,* ossia chi esegue il *cupping,* osserva e annota il grado di tostatura a seconda del colore.

Nella prima fase, entro quindici minuti dalla macinatura dei campioni (granulometria grossolana), si annusa il caffè macinato a secco (fragranza) dalle tazze chiuse da un coperchio ermetico. Si procede poi a versare l'acqua sul caffè, secondo un rapporto tra acqua e caffè preciso (8,25 g di caffè per 150 ml di acqua), alla temperatura di 93° C. Si lascia in infusione per minimo tre fino a un massimo di cinque minuti. La crosta che si forma sulla superficie dell'acqua viene poi «rotta» con un cucchiaio, girandolo tre volte nel liquido fino a separare i grani e la schiuma formatasi dietro il cucchiaio per annusare nuovamente il caffè infuso (aroma).

Nella seconda fase, quando il composto raggiunge la temperatura di circa 70° C, tra gli otto e i dieci minuti di infusione, ha inizio l'assaggio. Con un apposito cucchiaio, si preleva il caffè e lo si aspira rapidamente. L'elevata temperatura, infatti, facilita la distinzione delle varie note caratteristiche del caffè a livello retronasale. In questo stadio, si analizzano il *flavor* e il retrogusto. A seguire, mentre il caffè continua a raffreddarsi (70-60° C) si valutano acidità, corpo ed equilibrio.

Nella terza fase, quando l'infusione raggiunge circa 37° C, si osservano dolcezza, uniformità e pulizia della tazza.

Nella quarta e ultima fase si dà il punteggio *overall*, ovvero una valutazione complessiva di tutti gli attributi nel loro insieme.

L'assaggio del caffè, quindi, avviene a tre diverse temperature: infatti, il caffè tiepido o raffreddato consente di distinguere note aromatiche e gustative nonché difetti non identificabili a temperature più elevate.

Il protocollo del *cupping* sviluppato dalla SCA non rappresenta soltanto una procedura tecnica di valutazione del caffè, ma costituisce anche il riferimento metodologico delle sessioni di *cupping* analizzate nella presente ricerca. Anche il linguaggio sensoriale adottato durante le degustazioni riprende il vocabolario elaborato dalla SCA. Pertanto, esso costituisce la base per l'analisi delle pratiche narrative e lessicali impiegate dai professionisti che conducono le sessioni di *cupping* oggetto della ricerca.

2.2.1 Limitazioni dello SCAA Arabica Cupping Protocol

I sopra citati protocollo e relativo formulario di valutazione valgono solo per caffè arabica lavato[14]. Fra gli attributi presenti, uniformità, tazza pulita e dolcezza sono elementi della qualità del caffè strettamente legati alle modalità di raccolta e di lavorazione dei chicchi: un caffè si definisce pulito in tazza se non presenta note aromatiche o gustative che spesso derivano da difetti chimico-fisici del chicco.

Inoltre, l'attributo *overall*, uno dei primi ad essere introdotto come prestito dal mondo della *sommellerie*, rappresenta il momento finale della valutazione che determina non soltanto la qualità di un caffè, ma anche e soprattutto il suo valore economico sul mercato.

Benché il protocollo *cupping* della SCAA si basi su punteggi oggettivi, al fine di fornire strumenti di valutazione del caffè affidabili, ripetibili e imparziali (Lingle 2017, 184), è proprio ciò che rappresenta il punto di partenza della formalizzazione di un protocollo, nonché la conclusione di una valutazione imparziale, a mettere in luce una contraddizione strutturale del protocollo: pur trattandosi di una metodologia scientifica e basata sul rigore procedurale, la valutazione complessiva rischia di essere influenzata dalle preferenze, conoscenze esperite e acquisite (origine geografica, specie, varietà, *cultivar*), nonché opinioni personali del/della *cupper*.

L'impossibilità di applicare questa metodologia alla specie robusta rappresenta sicuramente una limitazione non indifferente: mentre la quotazione in borsa del caffè robusta non si riprende dalla crisi del 1998 con conseguente deprezzamento della controparte arabica, nel 2009 SCAA, CQI e Uganda Coffee Development Authority (UCDA) sviluppano nell'arco di due anni il protocollo *cupping* specifico e la relativa scheda di valutazione per la specie robusta (Fine Robusta Cupping Form and Protocol), la cui complessità genetica, chimica e fisica richiede descrittori, lessico e attributi di qualità specifici. Alla stregua del caffè arabica *specialty*, il caffè robusta con un punteggio maggiore o uguale a cento punti si definisce come «*fine robusta*» (Lingle et al. 2017, 186-193).

Tutto ciò evidenzia come l'Arabica Cupping Protocol non possa essere considerato uno standard universale nella valutazione del caffè, proprio per l'intrinseca varietà biologica della pianta del caffè. L'evoluzione economica, scientifica e tecnica del settore ha così spinto la SCAA a riconoscere il valore della robusta e evidenzia la necessità di adattare e aggiornare gli standard nel tempo.

Coerentemente con i protocolli e gli standard sviluppati, SCAA, CQI e UCDA definiscono anche sistemi di valutazione e classificazione sia del caffè verde (Green Coffee Classification Sytems) sia per campioni di caffè tostato per entrambe le specie. In particolare, il test per il caffè tostato riesce a

[14] Il metodo di lavorazione lavato (*wet processing method*) prevede la rimozione della buccia, della polpa e della mucillagine dalla drupa tramite macchinari idrici prima dell'essiccazione del chicco, a differenza del metodo naturale (dove il frutto viene fatto essiccare interamente) o nel metodo cosiddetto *honey*, con una parziale presenza del frutto sul chicco (Banti et al. 2021, 145).

identificare i chicchi cosiddetti «*quaker*» ovvero chicchi di colore pallido come conseguenza di una raccolta precoce, prima della completa maturazione della drupa: i caffè di alta qualità si riconoscono, infatti, anche dall'assenza di questo difetto, poiché i frutti vengono selezionati e raccolti maturi a mano.

Di fatto, affermano Lingle et al. (2017, 200), i protocolli standard e i punteggi SCA mirano a determinare la qualità del prodotto così come il ritorno economico per i produttori e i rispettivi Paesi.

Nonostante l'ambito della ricerca si concentri sulle sessioni di *cupping* rivolte ai non professionisti, esse seguono la metodologia SCA nella preparazione dei campioni, adattando poi l'esperienza sensoriale e gustativa e la struttura dell'attività ai soggetti partecipanti. Pertanto, pur considerando i limiti emersi, il protocollo SCA costituisce il quadro di riferimento entro cui si sviluppano le sessioni di *cupping* analizzate nella presente ricerca. Gli strumenti sviluppati dalla SCA così come il linguaggio, le pratiche e le modalità con cui il caffè viene descritto, interpretato e raccontato ai partecipanti sono influenzati dal protocollo SCA.

Il *cupping*, infatti, sta progressivamente assumendo una dimensione più ampia, rispetto alla storica concezione di questa pratica come competenza altamente specializzata e praticata da pochi esperti (SCA 2024, 7-8). La SCA stessa sottolinea come possa rappresentare uno strumento in grado di promuovere una sempre maggiore comprensione delle caratteristiche e del valore di un determinato caffè, coinvolgendo diversi attori della filiera e adattandosi a specifiche finalità e necessità.

La recente evoluzione del sistema di valutazione promosso dalla SCA ha un ruolo significativo nel quadro della presente ricerca: le sessioni di *cupping* rivolte ai non professionisti possono essere studiate come spazi di creazione e mediazione di conoscenza dove la complessità del caffè viene resa accessibile e visibile grazie alla condivisione di elementi sui processi di produzione e caratteristiche sensoriali del prodotto finale.

2.2.2 Il Coffee Value Assessment (CVA)

Fin dal 2004, la SCAA ha adottato quindi un protocollo di valutazione e classificazione del caffè standardizzato basato sul sistema di punteggio di cento punti, mantenuto in vigore poi dalla SCA. Tale protocollo, seppur non esente da critiche per la sua soggettività e variabilità (Urugo et al. 2025), ha rappresentato fino al 2024 lo standard internazionale per la certificazione del caffè *specialty*.

Le basi scientifiche e gli standard sviluppati dalla SCA consentono una valutazione dettagliata del profilo sensoriale del caffè, facendo leva sulla sensibilità umana in grado di recepire note aromatiche, gustative, descrivere caratteristiche non ancora apprezzabili da dispositivi automatizzati.

Tuttavia, questi stessi punti di forza presentano alcune criticità proprio perché la percezione umana individuale può comportare, in modo pressoché inevitabile, valutazioni soggettive. Talvolta, può trattarsi di differenze di natura organica dell'individuo (e.g. variazioni genetiche nella percezione di

certi sapori), dalle competenze ed esperienze pregresse del *cupper*, nonché dell'affaticamento dei sensi durante l'assaggio di un vasto numero di campioni.

In aggiunta, la formazione e la certificazione a *Q-grader* restringono notevolmente il bacino di figure qualificate disponibili a livello internazionale.

Anche le variabili ambientali (quali temperatura, umidità, rumori di sottofondo, ecc.) possono influenzare il professionista nell'esecuzione del protocollo e della valutazione sensoriale.

Di conseguenza, vi sono criticità in termini di riproducibilità, proprio perché il giudizio finale, come l'attributo *overall*, dipende dalla variabilità intrinseca della percezione umana (Urugo et al. 2025, 2-3).

A sostegno empirico di tali limiti, uno studio condotto da Manfrin Artêncio et al. (2023) evidenzia come, nonostante la standardizzazione della procedura, anche giudizi di assaggiatori professionisti possano essere influenzati dalle informazioni estrinseche relative al caffè, in particolare dalla sua indicazione geografica.

In particolare, nei casi in cui le informazioni siano presentate sotto forma di narrazione o *storytelling*, si osservano notevoli differenze nella valutazione di specifici attributi del protocollo *cupping* quali l'acidità e la valutazione complessiva del profilo sensoriale (*overall*). Dai risultati emerge quindi che i *cupper* sono più recettivi a determinati *flavor* in assenza di informazioni preliminari; al contrario, qualora venga resa nota l'origine geografica, si verifica una tendenza a segnalare profili sensoriali attesi, coerenti con immagini e stereotipi legati ad una determinata origine. L'esperimento evidenzia, quindi, che le proprietà estrinseche del caffè influenzano in maniera apprezzabile i risultati della valutazione sensoriale (Manfrin Artêncio et al. 2023, 7-9).

Data la crescente consapevolezza dell'inadeguatezza del sistema di *cupping* adottato fino a quel momento, nel 2020 la SCA ne avvia una revisione, evidenziando le limitazioni della definizione di caffè *specialty* in relazione con l'evoluzione del mercato e del settore stesso (SCA 2024, 10). Tale revisione si basa su tre obiettivi principali: incrementare l'utilità del sistema per tutti i soggetti coinvolti nella GVC del caffè, conformarsi ai principi della scienza sensoriale, mirare alla trasparenza del processo di valutazione del valore del caffè per specifici attori del settore (SCA 2024, 10).

Nel 2024 la SCA adotta il Coffee Value Assessment (CVA), una nuova prospettiva sul protocollo del *cupping* con relativa assunzione di una nuova scheda di valutazione e di definizione di *specialty coffee*.

La nuova valutazione si fonda su una definizione di *specialty* coffee dall'approccio «olistico», basata su un sistema di valutazione del valore che non si limiti ad attribuire un punteggio qualitativo. Ad oggi, la SCA definisce *specialty* un caffè o un'esperienza legata al caffè che è riconosciuta per

caratteristiche che li contraddistinguono e a cui, per tali caratteristiche, si attribuisce un valore aggiunto altamente significativo sul mercato[15].

Pertanto, Quiñones-Ruiz sostiene che la definizione di qualità, e di conseguenza il valore economico del caffè, dipenda dal lavoro di ogni attore della filiera (2020). Infatti, il giudizio su un caffè non dipende soltanto da proprietà intrinseche[16], ma anche da quelle estrinseche[17] e, in particolare, della loro interazione con il processo di percezione e valutazione sensoriale della singola persona (Manfrin Artêncio et al. 2023). Il linguaggio, pertanto, è influenzato da un sistema di conoscenze, sfondi e immaginari culturali dell'individuo (Parrish et al. 2025).

Alla luce di tali criticità, il CVA si discosta in modo significativo dallo standard del 2004: la scheda di valutazione si sviluppa nel corso del 2023 tramite alcune sperimentazioni che cercano di mettere in luce informazioni sul caffè assaggiato che non emergevano dal calcolo matematico del punteggio. Ciò avviene tramite quattro valutazioni separate: si parte dall'identificazione delle caratteristiche fisiche del caffè verde visibili a occhio nudo, quindi colore del chicco, difetti, quantità di umidità contenuta nel chicco[18], dimensione del chicco (*physical assessment*)*;* si prosegue poi con la valutazione oggettiva degli attributi sensoriali intrinseci (*sensory descriptive assessment*)*;* a seguire la valutazione soggettiva della qualità percepita dall'assaggiatore (*affective assessment*) e, infine, le informazioni e/o attributi simbolici che contribuiscono al valore del caffè (*extrinsic assessment*) (SCA 2024, 11-12).

Coerentemente con i risultati di Manfrin Artêncio et al. (2023), il CVA introduce una rivalutazione significativa a livello procedurale: ognuno dei quattro moduli è da valutarsi in momenti distinti, proprio perché le proprietà estrinseche rese note a posteriori riducono il *bias* nell'assaggiatore/trice (SCA 2024, 10).

Tale separazione delle valutazioni implica perciò quattro fasi di valutazione distinte per ogni modulo. A ciò, tuttavia, si accosta un ulteriore scheda di valutazione specifica di *combined assessment* elaborata dalla SCA per disciplinare una valutazione anche per i casi in cui – per criticità a livello operativo (e.g. per mancanza di tempo e/o materia prima) – non risulti possibile procedere con la distinzione standard. Tale scheda prevede una valutazione oggettiva e una soggettiva per ogni attributo in modo da completarle entrambe sezione per sezione (ogni voce avrà quindi due

[15] Libera traduzione dall'inglese. Fonte in lingua originale in: https://sca.coffee/research/what-is-specialty-coffee (26/06/2026).

[16] E.g. composizione chimica, proprietà fisiche, apparenza visiva, proprietà sensoriali, *flavor* (SCA 2024, 9).

[17] E.g. indicazione geografica, varietà, metodo di lavorazione; tracciabilità, certificazioni da terze parti, storie dei produttori (SCA 2024, 6-9).

[18] Secondo lo standard internazionale ISO 6673:2003 col metodo di essicazione; tale dato è da ottenersi previe misurazioni ripetute e rappresenta un dato cruciale per il calcolo della curva di tostatura, per evitare di bruciare i chicchi qualora avessero un basso contenuto di acqua (SCA 2024, 18).

valutazioni), permettendo a chi assaggia di annotare le proprie percezioni sul momento quando la memoria è ancora vivida.

La SCA precisa che il CVA non va a sostituire il protocollo del 2004, bensì, dal lancio del nuovo sistema, si prevede un periodo di transizione e di coesistenza dei due protocolli per permettere a tutti gli attori di familiarizzare col nuovo sistema. Infatti, il Cupping System del 2004 rimane un punto di riferimento in particolar modo per le relazioni contrattuali tra produttori e commercianti di caffè verde (SCA 2024, 52).

La separazione tra descrizione sensoriale, giudizio affettivo e informazioni estrinseche, che sia per singole sezioni della scheda o per un modulo nella sua interezza, rappresenta un aspetto innovativo della procedura: consente, infatti, di ridurre al minimo il *bias* che consegue dall'interazione tra processi descrittivi, preferenze personali e preconcetti sul campione di caffè in esame.

Tutto ciò si basa sul principio della scienza sensoriale per cui analisi descrittiva e affettiva implicano processi cognitivi distinti e richiedono perciò una separazione formale (SCA 2021).

Il CVA nasce anche nell'ottica di rendere il *cupping* utile e adattabile ai diversi attori della GVC del caffè. Il CVA si discosta dal protocollo del 2004 poiché non culmina nella sintesi della qualità del caffè in un unico punteggio, ma persegue la raccolta di informazioni funzionali alle esigenze dei diversi soggetti coinvolti nella valutazione e nel commercio del caffè (SCA 2024, 11-12, 54-55).

In tal senso, la valutazione delle proprietà estrinseche (*extrinsic assessment*) rappresenta una delle innovazioni principali. È una sezione dedicata che permette di valutare gli attributi estrinseci, riconoscendo ufficialmente per la prima volta il ruolo decisivo di tali informazioni nel processo di acquisto del caffè *specialty.* Tale modulo permette agli operatori del commercio del caffè verde di negoziare il valore del prodotto sulla base di attributi non solo sensoriali e puramente numerici, ma anche ulteriori dati e caratteristiche[19] ritenuti significativi per le parti coinvolte.

Tuttavia, si ritiene opportuno precisare che la determinazione del prezzo del caffè rimane una prerogativa di chi vende e di chi acquista il caffè come risultato di una trattativa: il CVA si pone come strumento condiviso che consente, da una parte, agli acquirenti di individuare e condividere gli attributi ricercati, dall'altra ai produttori e ai venditori di caffè di comunicare il valore del proprio caffè. La SCA auspica quindi un consolidamento del sistema nel mercato che favorisca una sempre maggiore trasparenza nel commercio del caffè (SCA 2024, 48-55).

In definitiva, il CVA non costituisce soltanto un aggiornamento del protocollo del 2004, ma riflette un cambiamento profondo nel modo di concepire il valore del caffè. Esso è valutato in quanto

[19] A titolo esemplificativo: origine geografica, identificativi del produttore/della produttrice, sostenibilità ambientale dei processi di produzione e lavorazione, tipo di lavorazione, varietà, certificazioni, storia del produttore/della produttrice (SCA 2024, 42-47).

interconnessione di attributi sensoriali, caratteristiche intrinseche ed estrinseche e processi di comunicazione tra diversi operatori della filiera.

Questa prospettiva rappresenta un punto cruciale per la presente ricerca che analizza le sessioni di *cupping* come contesti di costruzione di narrazioni del caffè, relative origini e produzione.

L'attenzione che la presente ricerca riserva alle modalità con cui il caffè viene narrato durante le sessioni di *cupping* è quindi motivato dal fatto che la SCA ha introdotto tali informazioni estrinseche riconoscendone al contempo il ruolo fondamentale nel processo di valutazione.

3 Prospettiva teorica decoloniale e intersezionale

3.1 Decolonialità: chi, quando, dove, come, perché

Considerando l'ambito delle degustazioni e alla luce del capitolo precedente sulla costruzione e definizione di protocolli e standard di qualità, si osserva che la qualità del caffè e le narrazioni attorno ad esso non sono neutrali, ma situate; è opportuno quindi interrogarsi su quali relazioni di potere contribuiscano a definire la qualità del caffè e le modalità in cui viene raccontato.

> «La risposta alla domanda "Cosa significa decolonizzare?" non deve essere astratta e universale. Deve essere una risposta data guardando alle altre domande. Chi la sta facendo, dove, perché e come?» (Mignolo e Walsh 2024, 182).

La teoria della decolonialità nasce dai lavori di un collettivo formatosi in Sudamerica tra gli anni Sessanta e la fine degli anni Ottanta del Novecento, diffondendosi poi in altre parti del mondo. Questo progetto collettivo ha l'obiettivo di comprendere le origini e l'evoluzione «della retorica della modernità e della logica della colonialità» (Mignolo e Walsh 2024, 183) per dare una direzione alla prassi decoloniale.

Tale progetto si sviluppa, da un lato, a livello accademico tramite l'analisi concettuale e la disconnessione dall'epistemologia occidentale, dall'altro attraverso pratiche di azione e partecipazione orientate alla disconnessione dalle logiche della colonialità, laddove l'epistemologia occidentale ha imposto modelli specifici sulle soggettività, sui sistemi educativi, sulle modalità di alimentazione, sulla concezione della salute e della convivialità (Mignolo e Walsh 2024, 183).

Pertanto, nell'ambito della presente ricerca, la decolonialità non rappresenta soltanto una prospettiva teorica, ma un vero e proprio sistema critico che va ad analizzare, interrogare e mettere in discussione i sistemi di conoscenza e le relazioni di potere che li modellano.

Di conseguenza, la prospettiva decoloniale consente di comprendere e mettere in discussione tali relazioni di potere. Come affermano Mignolo e Walsh: «Il concetto di colonialità è decoloniale. La sua principale utilità è illuminare la parte oscura della modernità» (2024, 187).

Riprendendo la metafora proposta da Mignolo, la modernità rappresenta la dimensione visibile del pensiero occidentale, ovvero «la narrazione delle cose buone che verranno» (Mignolo e Walsh 2024, 189), mentre la colonialità è la parte oscurata che una volta illuminata «rivela le dimensioni nascoste del fenomeno» (Mignolo e Walsh 2024, 189). La prospettiva decoloniale mette quindi in discussione una concezione della modernità come sinonimo di progresso e sviluppo, sottolineando l'inseparabilità dalla colonialità.

Infatti, il concetto di modernità/colonialità si propone come una endiadi inscindibile, poiché «[l]a decolonialità non può essere concepita senza la concezione della modernità/colonialità che l'ha

generata. Senza la modernità/colonialità, non ci sarebbe bisogno della decolonialità, perché, non ci sarebbe nulla da decolonizzare» (Mignolo e Walsh 2024, 184).

Alla luce di tale prospettiva, Quijano elabora la colonialità in quanto «concetto transdisciplinare: non emerge da una disciplina specifica o da una discussione interdisciplinare bensì dalle esperienze vissute» (Mignolo e Walsh 2024, 188). Quijano, insieme ad altri esponenti decoloniali sudamericani nel XX secolo, porta avanti dibattiti «inseriti nella prassi di vita e dentro la lotta per la liberazione» (Mignolo e Walsh 2024, 188).

È opportuno precisare una differenza cruciale tra la decolonizzazione e la decolonialità: la decolonizzazione mirava a prendere possesso dello Stato, mentre «decolonizzare la conoscenza e l'essere è l'obiettivo della decolonialità» (Mignolo e Walsh 2024, 215).

3.1.1 La matrice coloniale del potere (MCP)

Al fine di comprendere come logiche di potere ereditate dal colonialismo permangano ben oltre i confini temporali del colonialismo storico, risulta fondamentale il concetto di matrice coloniale del potere (MCP) introdotto da Quijano come *patrón colonial de poder* e tradotto poi da Mignolo come *colonial matrix of power,* da cui l'equivalente italiano *matrice coloniale del potere*. La scelta terminologica di Mignolo sostituisce *patrón* con *matrix*: l'autore richiama il francese antico *matrice* e il latino *mater*, spostando l'attenzione dalla figura del *patrón*, una persona in posizione di potere (Mignolo e Walsh 2024, 289), all'idea di una struttura generativa (Mignolo e Walsh 2024, 190-191).

Infatti, Mignolo spiega che la MCP, istituita dalla colonizzazione, genera costantemente logiche coloniali per mantenere il differenziale di potere coloniale (2024, 44). Essa si sviluppi in vari ambiti (epistemologico, razziale, di genere, economico, politico, ecc.) dando luogo a una pluralità di matrici coloniali del potere.

Inoltre, è opportuno sottolineare che il pensiero decoloniale si fonda su sistemi di *dualità complementari* (e/e) piuttosto che su *dicotomie contraddittorie* (o/o) (Mignolo e Walsh 2024, 238).

Infatti, l'umano è una costruzione sociogenica: coloro che concettualizzavano l'essere umano si affidavano alle rappresentazioni dell'uomo/umano con cui si erano auto-identificati per somiglianza e categorizzavano come non umano ciò che era differente da loro, operando due grandi classificazioni, ovvero basandosi su differenze coloniali razziali e sessuali. Mignolo afferma infatti che «il razzismo e il sessismo sono inseparabili e costitutivi della MCP» (2024, 242).

Seguendo lo stesso principio dicotomico, anche la natura e la cultura sono finzioni dell'immaginario occidentale: la natura non esiste come entità unica, ma si impone come categoria universale della modernità. Natura e cultura non avrebbero quindi senso di esistere al di fuori dei contesti dell'epistemologia occidentale (Mignolo e Walsh 2024, 244).

Alla base della MCP non vi sono soltanto il razzismo, il sessismo e il concetto di natura/cultura, ma anche e soprattutto il principio che sottende a tutti e tre i pilastri della MCP: la pretesa di universalità di queste classificazioni che trovano la loro radice nel concetto stesso di «umano» legato indissolubilmente alla MCP stessa. Come sottolineato da Mignolo, se un concetto elaborato all'interno di una determinata civiltà viene assunto come principio universale per interpretare tutte le altre civiltà, esso smette di essere una categoria situata storicamente e diventa il criterio universale secondo cui classificare tutto il resto dell'umanità (2024, 258-259):

> «Gestire e controllare l'idea di umano e di umanità consente a coloro che determinano la definizione e a cui, di conseguenza, è permesso identificarsi all'interno delle suddette categorie, di stabilire una gerarchia tra gli esseri umani: il razzismo e il sessismo servono a tale scopo» (Mignolo e Walsh 2024, 259).

In questa prospettiva, il concetto di umano è strettamente connesso alla MCP (Mignolo e Walsh 2024, 259). Ne consegue che uno dei compiti principali della decolonialità è la pratica di decolonizzare il concetto di uomo/umano e aprire la strada a un concetto di umanità pluriversale, riconoscendo così la pluralità dei modi di essere, conoscere e vivere e distaccandosi da un modello universale imposto dalla modernità.

A tal proposito, un altro aspetto estremamente rilevante riguarda il posizionamento della ricercatrice. Come affermano Mignolo e Walsh: «[n]oi, e con noi intendo la specie umana, siamo oggi tutti parte della matrice coloniale del potere. Non esiste qualcosa al di fuori di essa, e non c'è una posizione privilegiata (etnica o sessuale) dalla quale confrontarsi con la colonialità» (2024, 182-183). Se nessun soggetto può collocarsi al di fuori della matrice coloniale del potere, anche la ricercatrice è, inevitabilmente, situata. Pertanto, la dichiarazione di posizionalità presentata nell'introduzione ha lo scopo di rendere esplicito il proprio posizionamento nel quadro delle relazioni di potere analizzate, senza pretesa alcuna di neutralità.

3.1.2 La colonialità del sapere

Se la MCP genera e rigenera logiche e gerarchie coloniali in molteplici ambiti, occorre domandarsi quali meccanismi sostengano questa riproduzione. La conoscenza, in tale prospettiva, gode di una posizione privilegiata: non descrive soltanto la realtà, ma ne detta categorie, regole e modalità per poterla interpretare.

Come affermano Mignolo e Walsh, «la decolonialità deve concentrarsi sul cambiare i termini della conversazione per cambiarne anche il contenuto. […] La conoscenza ha una posizione privilegiata: occupa il livello dell'enunciato, in cui si stabilisce il contenuto della conversazione, e occupa il livello dell'enunciazione, che regola i termini della conversazione» (2024, 225).

Con enunciato si intende il contenuto del dialogo, mentre l'enunciazione indica chi stabilisce i termini di tale dialogo, criteri e regole secondo cui tale enunciato viene proferito. Questa distinzione è fondamentale anche per la presente ricerca: l'enunciato riguarda ciò che è noto, reso visibile, mentre l'enunciazione riguarda il punto di vista da cui si osserva la produzione di tale sapere. Da una prospettiva decoloniale, risulta centrale concentrarsi su due fronti contemporaneamente: ciò che viene detto e la posizione assunta da chi enuncia e i criteri cui fa riferimento (Mignolo e Walsh 2024, 225-226).

Per rendere più chiara la colonialità del sapere, Mignolo adotta la metafora del teatro dei burattini. Il pubblico si concentra sullo spettacolo e sulle marionette, sui loro movimenti e i loro dialoghi (enunciato), dimenticandosi che è il burattinaio a farle muovere e parlare (enunciazione). Allo stesso modo, la colonialità del sapere sposta l'attenzione sull'enunciato, ovvero i contenuti della conoscenza, oscurando l'enunciazione, ovvero i processi e le relazioni di potere che determinano la produzione di tale sapere (Mignolo e Walsh 2024, 225-226).

All'interno della presente ricerca, il concetto di colonialità del sapere porta ad interrogarsi non soltanto su ciò che viene raccontato nelle sessioni di *cupping*, ma anche su chi costruisce le narrazioni, da quale posizione, secondo quali criteri e così via. In questa prospettiva, la definizione di qualità del caffè non può essere considerata uno standard internazionale, bensì il risultato di processi produttivi e di costruzione del sapere situati.

In questa prospettiva, la decolonialità propone la pratica della disobbedienza epistemica, ovvero il processo di decolonizzazione del sapere, implicando così il riconoscimento della pluralità dei luoghi di produzione di conoscenza e il distacco dall'epistemologia occidentale. Come sottolinea più volte l'autore, l'opzione decoloniale è solo una fra le tante e non ha alcuna pretesa di universalità (Mignolo e Walsh 2024, 191-192).

Disobbedire alla matrice coloniale del potere comporta un pensare e un agire decoloniale che non si limitano all'analisi concettuale; comprendono, invece, tutti i processi creativi volti a costruire percorsi di sapere decoloniali, capaci di valorizzare la ricchezza e la molteplicità di modi di conoscere e agire storicamente subordinati nonché di disconnettersi programmaticamente dalla narrazione coloniale (Mignolo e Walsh 2024, 246, 322).

3.1.3 Lugones: colonialità di genere e inscindibilità di genere e razza

La colonialità del sapere rappresenta solo uno degli ambiti in cui opera la matrice coloniale del potere. Quest'ultima, infatti, organizza le gerarchie sociali attraverso le categorie di razza, genere, sessualità e lavoro. Su questo aspetto in particolare interviene María Lugones, ampliando in modo significativo il modello concepito da Quijano.

Pur condividendone l'impianto teorico generale, Lugones sostiene che per comprendere appieno il funzionamento della MCP occorra introdurre il concetto di colonialità di genere per cui razza e genere sono categorie inscindibili della modernità/colonialità in quanto strumenti di classificazione e di controllo (Lugones 2023, 20-26).

Lugones afferma che il concetto di genere elaborato da Quijano sia da considerarsi limitato poiché «presuppone il dimorfismo sessuale, l'eterosessualità, la distribuzione patriarcale del potere» e simili (Lugones 2023, 26), riducendo «il genere all'organizzazione del sesso, delle sue risorse e dei suoi prodotti» e di come l'accesso e il controllo di tali risorse, considerate femminili, sia conteso dagli uomini, donne escluse (2023, 26).

Inoltre, Lugones sottolinea come la ricerca portata avanti da teoriche femministe che si sono concentrate sul sistema di genere moderno/coloniale mette in luce «il differenziale coloniale di genere in termini razziali» (Lugones 2023, 50). Lugones evidenzia dunque una connessione tra lavoro, sesso e colonialità del potere e il ruolo centrale degli studi femministi decoloniali per una comprensione più ampia «del rapporto tra capitale e lavoro e nella costruzione della conoscenza» (Lugones 2023, 51).

In tale prospettiva, l'autrice propone un altro concetto di intersezionalità (a partire dal concetto di intersezionalità elaborata da Kimberlé Crenshaw[20]): afferma che l'intersezionalità non sia la somma delle oppressioni, ma che genere e razza debbano essere considerati come inestricabilmente fusi, intrecciati. Considerare genere e razza come categorie autonome rischia di dare luogo alle stesse categorie della MCP (Lugones 2023, 24-25).

Lugones argomenta infatti che storicamente categorie come «donna» o «nero» si sono basati su modelli di riferimento del soggetto dominante: la categoria «donna» era sinonimo di donna bianca borghese ed eterosessuale, mentre la categoria «nero» indicava solo uomini di colore. Di conseguenza, le donne di colore si troverebbero in un «vuoto». Quindi, l'intersezionalità intesa da Lugones non è la somma di due o più discriminazioni (razziale, sessuale e di genere) ma presuppone l'inseparabilità di genere e razza proprio per mettere in luce le soggettività sistematicamente e programmaticamente oscurate dalla logica della modernità/colonialità (Lugones 2023, 24-25).

In definitiva, per Lugones il genere, insieme con la razza, costituisce non una variabile aggiuntiva, ma un elemento costitutivo della matrice coloniale del potere. Dalla colonialità di genere e dall'intersezionalità come concepite da Lugones emergono chiaramente le logiche di potere moderne/coloniali che continuano ad organizzare contemporaneamente genere, razza, sessualità e lavoro (Lugones 2023, 25).

[20] Crenshaw, K. (1995), *Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color. In Critical race theory*, in K. Crenshaw, N. Gotanda, G. Peller, K. Thomas (Eds.), New York: The New Press.

Il quadro teorico delineato rappresenta la lente interpretativa attraverso cui si analizzano i casi studio: la presente ricerca, infatti, non si propone di stabilire se le pratiche di narrazione e di *cupping* siano o meno «decoloniali» ma intende interrogare in modo critico le modalità con cui esse costruiscono e trasmettono narrazioni sulla qualità, sulle origini geografiche e sui soggetti produttori.

In tale prospettiva, è opportuno esplicitare che il *corpus* empirico si colloca in un luogo di enunciazione del Nord globale, poiché non restituisce le voci dei produttori né dei contesti dei Paesi di produzione del caffè, ma quelle di professionisti del settore *specialty* operanti in Italia e in Francia, ossia in contesti di consumo e mediazione culturale del Nord globale.

Di conseguenza, la realtà della filiera caffeicola non costituisce l'oggetto diretto dell'analisi. La ricerca si concentra, piuttosto, sulle modalità attraverso cui il Nord globale racconta e attribuisce significato alle origini del caffè nell'ambito delle pratiche di degustazione e formazione basate sul *cupping*.

La presente ricerca, lungi dal tentativo di «decolonizzare il caffè» o dalla pretesa di rappresentare le prospettive dei produttori e dei lavoratori della filiera, si pone in dialogo con la prospettiva decoloniale mantenendo al contempo un atteggiamento critico sulle sue stesse condizioni di produzione di conoscenza.

A tal proposito, la critica di Silvia Rivera Cusicanqui (2012) ai discorsi decoloniali assume un ruolo centrale: questi ultimi possono, infatti, riprodurre internamente le stesse forme di estrattivismo epistemico nel parlare di soggetti «subalterni» senza mettere in discussione il proprio luogo di enunciazione e appropriandosi delle loro esperienze e dei loro saperi (Cusicanqui 2012, 104).

In tal senso, la presente ricerca assume come oggetto di studio le pratiche narrative del Nord globale relative alla qualità, alle origini geografiche e ai soggetti produttori del caffè *specialty*, senza rivendicare una posizione decoloniale, esterna o neutrale, rispetto alle relazioni di potere che caratterizzano il settore. Come ricordano proprio Mignolo e Walsh (2024, 182-183) non esiste alcun luogo di enunciazione completamente esterno alla matrice coloniale del potere.

Emergono quindi alcuni interrogativi che risultano centrali per l'analisi del materiale empirico: chi definisce la qualità del caffè? Quali soggetti vengono resi visibili e quali rimangono invisibili nelle narrazioni costruite durante le degustazioni? Attraverso quali categorie e da quale posizione di enunciazione vengono rappresentati? Quali effetti sociali producono tali rappresentazioni?

4 Cas d'étude : expériences des professionnel·les entre Florence, Lyon et Paris

Dans le cadre de ce mémoire et d'une méthodologie qualitative, le matériel empirique a été saisi par le biais d'entretiens semi-dirigés enregistrés, ensuite analysés par thématiques principales. Chaque thématique se lie au cadre théorique décolonial et aux sections présentant les asymétries tout au long de la chaîne de production caféière ainsi que les standards et les formalisations introduits par la Specialty Coffee Association (SCA).

Dans un premier temps, le cas d'étude de Florence fera l'objet d'une analyse approfondie. Dans un deuxième temps, l'étude se concentrera sur les cas français des villes de Lyon et de Paris. Enfin, les résultats obtenus seront confrontés afin de mettre en évidence les principales convergences et divergences qui se dégagent de cette recherche.

Afin de préserver l'anonymat des sujets interviewés, des identifiants alphanumériques ont été employés, respectivement IT1, IT2, IT3, IT4 pour le cas de Florence et FR1, FR2, FR3, FR4 pour les sujets basés en France, notamment à Lyon et à Paris. En outre, étant donné que l'échantillon de cette recherche compte huit entretiens et que le domaine du café de spécialité représente encore une niche, afin de préserver l'anonymat des personnes concernées, les marques de genre susceptibles de permettre leur identification ont été remplacées par le symbole « * ».

À travers une perspective décoloniale, l'analyse met en évidence les relations de pouvoir qui persistent dans les pratiques narratives et de représentation du café. Les sessions de *cupping* seront ainsi observées non seulement comme des espaces de construction et transmission de connaissances sur l'origine, les pratiques agricoles et les acteurs de la filière, mais aussi comme des dispositifs de médiation du savoir, dans lesquels certains éléments du récit sont sélectionnés, interprétés et transmis.

Dans cette perspective, il convient de souligner une distinction fondamentale entre représentation et agentivité au sein du récit du café de spécialité : le fait d'être rendu visible dans le récit n'implique pas nécessairement une participation active à sa construction.

Ainsi, la perspective décoloniale ne vise pas à nier les intentions éthiques des acteurs du café de spécialité ni à porter un jugement sur leurs pratiques. Elle permet plutôt d'interroger les effets et les limites de ces démarches. Le café de spécialité se présente comme une tentative de rendre visibles certains acteurs et certaines réalités longtemps occultés par la filière traditionnelle et par les structures historiques de la colonialité. Toutefois, cette tentative de « réparation » demeure inscrite dans des cadres narratifs principalement construits et situés dans le Nord global. Cette tension rejoint la critique développée par Rivera Cuisanqui (2012) qui souligne la coexistence de dynamiques opposées et parfois contradictoires au sein de la théorie décoloniale.

La distinction entre représentation et agentivité constitue donc une clé de lecture transversale dans le cadre de l'analyse des entretiens : comment des professionnel·les située·s dans le Nord global sélectionnent-ils, interprètent-ils et transmettent-ils les éléments du café de spécialité ?

5 Florence

5.1 Les sessions de cupping destinées au grand public : un outil pédagogique

Au cours de l'analyse des entretiens à Florence, un fil conducteur s'est progressivement dégagé : les sessions de *cupping* ne sont pas seulement présentées comme une méthode d'évaluation sensorielle, mais comme un véritable outil pédagogique, visant à déconstruire une conception du café comme produit standardisé, à construire une mémoire sensorielle chez les participants, à transmettre un vocabulaire sensoriel axé sur des références issues de la vie quotidienne, par analogies, similitudes, et surtout à éduquer le palais et l'odorat à la gamme variée et complexe du café.

Concrètement, une session de *cupping* typique dure généralement entre quarante-cinq minutes à une heure et demie, avec un groupe de cinq à dix participants et entre cinq et dix échantillons de café. La durée temporelle d'une session permet la discussion mais avec une quantité d'information raisonnée pour éviter de surcharger les participants de notions. Ainsi, le rôle des professionnel·les consiste à sélectionner et à organiser les informations à transmettre, à déterminer celles qu'il est préférable de ne pas aborder et, surtout, à adapter le contenu au public afin de favoriser une expérience pédagogique positive.

La sélection de cafés n'est jamais aléatoire mais raisonnée, afin de maximiser les différences sensorielles et de permettre aux participants de découvrir les origines géographiques, les variétés botaniques, les méthodes de transformation ou encore les profils de torréfaction.

Il convient de souligner que cette dimension pédagogique transparaît également à travers les parcours professionnels des personnes interviewés. Notamment, deux des quatre interviewés attribuent l'entrée dans le secteur du café de spécialité par leur première séance de *cupping* : « Per l'appunto ho iniziato proprio con i *cupping* e mi ci sono appassionat*[…] Non ci fossero stati questi eventi […] non avrei mai saputo la storia che c'era dietro, l'impegno sia delle torrefazioni che dei produttori » (IT2) ou encore déclarent d'avoir été marqué par une telle expérience : « Io mi ricordo una delle prime sessioni di *cupping* a cui ho partecipato […] venni mandat* fuori perché mi ero mess* il profumo […] perché […] potevo influire […] i sentori che ritrovavo in tazza » (IT4).

5.2 Le cupping comme espace d'éducation sensorielle au café

Le *cupping* représente une méthode pratique pour comprendre la complexité sensorielle du café et des facteurs et variables déterminant son profil gustatif.

D'ailleurs, IT1 affirme que : « Sicuramente il *cupping* è il metodo di assaggio migliore perché ti fa capire tutte le sfumature [del caffè] » (IT1). En plus, en suivant cette méthode, selon le protocole de la SCA, les participants dégustent le café à plusieurs reprises pour mieux comprendre non seulement les notes olfactives, mais aussi le développement des certaines notes gustatives qui peuvent se manifester lorsque la boisson s'est refroidie.

À ce propos, selon IT4 le fait qu'un café révèle de nouvelles caractéristiques aromatiques à mesure que sa température baisse constitue un indicateur de qualité, car « Un caffè che cambia è sinonimo di un caffè complesso » (IT4). De façon similaire, IT1 déclare que « una cosa che valutiamo molto è che sia stabile su tutte le temperature, quindi che, anche quando il caffè è freddo, sia comunque buono da bersi. Questo per me oggettivamente vale punti » et IT2 ajoute : « alcuni caffè sono buonissimi quando sono caldi, ma poi si raffreddano e perdono tante qualità » par rapport à la notation SCA qui définit un café de spécialité.

Cette attention portée sur l'évolution du profil sensoriel du café est liée aux critères d'évaluation du protocole de *cupping* établis par la SCA : un café dont le profil sensoriel demeure stable tout au long du refroidissement est généralement considéré comme un café de haute qualité. Bien que ce discernement demeure une pratique d'évaluation du café, ces témoignages montrent aussi que ces critères peuvent aider les participants à expérimenter concrètement la complexité du café plutôt qu'à calculer une note.

Lors de sessions de *cupping*, le *cupper* joue plusieurs fonctions. En premier lieu, celle de la médiation sensorielle : le *cupper* avant tout explique la méthode du *cupping*, les règles et tous les passages de la préparation ; au moment de la dégustation, il posent des questions pour mettre à l'aise les participants les moins expérimentées ou les plus réservées, pour orienter et éduquer les personnes à comprendre ce qu'ils perçoivent, à mettre des mots, des étiquettes sur les saveurs qu'ils ressentent, à suggérer des points de repère, des analogies avec des saveurs ou odeurs connus et issues de la vie quotidienne. Ils peuvent demander : « Ma senti la fragola ? » (IT2) ou encore afin de permettre une compréhension plus concrète des principaux attributs sensoriels du café :

> « Se parliamo del corpo, quindi la densità della bevanda, lo confronto con cose che potrebbero conoscere: un tè, latte scremato contro latte intero, uno sciroppo, quindi consistenze diverse. Oppure un succo di pera rispetto a un succo di mela, ovviamente il succo di pera è pastosissimo e il succo di mela è quasi limpido, liscio. Stessa cosa per l'acidità: faccio il paragone col succo di limone a cui aggiungi lo zucchero » (IT2).

Le recours à un vocabulaire simple, éloigné des technicismes, vise à rendre le café de spécialité plus accessible et à l'éloigner d'une image élitiste : « Permette di poter avvicinare molto di più le persone al settore, altrimenti ci sarebbe una chiusura eccessiva da parte di chi consuma il caffè » (IT4).

Le but est de transmettre des informations pour éduquer et fournir des outils et développer de compétences aux participants pour un achat plus conscient : « Se è un caffè di Colombia con quattro processing e ti chiedono "Ma è sempre un caffè di Colombia? Perché sono così diversi?" Poi si può indicare la Farm ID per spiegare meglio perché cambia il gusto finale nella tazza » (IT2).

IT2 souligne en plus que la séance de *cupping* a la finalité de former les participants de façon neutre, tout en évitant de transmettre des préjugés ou des préférences, mais au contraire de rendre le consommateur autonome dans la découverte de ses propres préférences : « Senza dire, no, quello è cattivo, buono, ma proprio in modo neutrale insegnare come riconoscere qualità » (IT2).

Une autre pratique pour familiariser avec le monde de la dégustation du café est celle d'employer des analogies avec le monde du vin ou de l'huile d'olive, très présents dans la vie quotidienne des italienn·es, dont la valeur est bien connue. Par exemple, IT1 soutient que :

> « La cosa più semplice è partire da qualcosa che già conoscono, facendo associazioni col mondo del vino ». IT2 aussi, quand il s'agit d'expliquer le *flavor* observe que « alcuni poi lo conoscono dal mondo del vino, ormai c'è anche per olio, per acqua […] per il mondo della fermentazione, quindi ormai è uno strumento abbastanza comune ».

Les professionnels ont donc le rôle de traducteurs en opérant une localisation des savoirs adaptée aux cultures des participants, ainsi que de médiation du savoir visant à le transmettre en passant par des concepts connus par le public.

Le *cupping* a aussi le potentiel de déconstruire des idées préconçues associées au café dit traditionnel et reconstruire la mémoire sensorielle des participants :

> « Sicuramente più del 99% delle persone il primo caffè che assaggiano non è *specialty*, è sempre quello che si trova a casa, dalla nonna, dai genitori e questo poi crea uno standard. È come se assaggi, non so, la prima volta alcol e lo provi e questo è alcol. È lo stesso succede con il caffè, no? Prendi il caffè perché te lo serve qualcuno e questo poi diventa il *benchmark* e diventa questo il gusto del caffè. » (IT2).

À la lumière de la colonialité du pouvoir et du savoir de Mignolo, ce passage devient extrêmement significatif : le goût du café considéré comme « normal » est une construction culturelle qui trouve son origine dans les expériences antérieures des individus ainsi que dans leurs premières références gustatives. Le premier café que l'on goûte devient le modèle qui définit la saveur du café dans notre mémoire et notre cerveau. Ainsi, le *cupping* joue un rôle essentiel afin d'ouvrir de nouvelles voies d'interprétation du café au niveau sensoriel et changer le point de repère qui définit ce qui est le café et surtout qui nous fait découvrir que le goût du café n'est pas unique, mais bien complexe et varié.

Le *cupping* n'est pas finalisé seulement à transmettre un savoir technique, mais il participe également à la transformation des catégories sensorielles préexistantes des consommateurs, façonnées par leurs expériences personnelles et leurs contextes d'apprentissage. Cette transformation potentielle montre la possibilité d'une remise en question des représentations liées à l'origine, à la conception de la qualité et de la valeur du café, qui seront abordées dans la section suivante.

5.3 Le protocole SCA entre méthode standardisé et objectivité

Les personnes interviewées montrent que, au-delà de sa fonction pédagogique, le protocole de *cupping* constitue un outil visant à limiter l'influence des préférences personnelles, des biais et préjugés susceptibles de modifier a priori la perception sensorielle. C'est pourquoi plusieurs professionnel·les déclarent recourir au *blind cupping,* une dégustation réalisée « à l'aveugle » qui consiste à masquer, dans un premier temps, les informations relatives à l'origine, la variété, la méthode de transformation ou l'identité du producteur. En effet, ces éléments sont associés à certaines caractéristiques sensorielles susceptibles d'entraîner un biais de confirmation, notamment chez les amateurs expérimentés.

IT2 déclare : « Per non influenzarli non le diamo dall'inizio le informazioni », afin que les participant·es construisent leur propre idée et jugement à partir de leur expérience sensorielle. Ce n'est qu'à l'issue de la dégustation que les informations relatives au café et aux variables ayant contribué à son profil aromatique sont révélées.

De même, IT4 affirme :

> « Diamo dei numeri a caso e teniamo nascosta la scheda del caffè, così non siamo influenzati dal processo di lavorazione, dalla piantagione […] chiaramente se vedo che sto assaggiando un caffè da una piantagione che solitamente è sempre rinomata, già la mia mente dice "Ok, mi aspetto un caffè buonissimo"; facendo [la degustazione] alla cieca siamo tutti allo stesso livello. […] Tutti i caffè hanno le stesse possibilità ».

L'omission temporaire des informations extrinsèques, soulignée par IT4, montre que le protocole SCA vise à évaluer chaque échantillon dans des conditions identiques, indépendamment de son origine, son prix ou de la réputation de la plantation.

Cette approche est précisément celle introduite par le Coffee Value Assessment (CVA) de la SCA. La distinction entre l'évaluation descriptive et l'évaluation affective, ainsi que la recommandation de de ne révéler les attributs extrinsèques qu'après l'évaluation sensorielle, visent précisément à limiter la subjectivité, y compris lorsqu'elle est inconsciente, dans le jugement du café.

Toutefois, une lecture décoloniale du CVA invite à interroger les fondements de cette objectivité : quelle autorité épistémique est légitime pour en définir les critères ? En effet, les standards et les protocoles d'évaluation de la qualité du café de spécialité reconnus à l'échelle mondiale sont élaborés par la SCA, une institution historiquement ancrée dans le Nord global.

Bien que ces standards, notamment le plus récent d'entre eux, le CVA, visent à réduire les biais individuels dans l'évaluation sensorielle, ils participent néanmoins à la définition de ce qui est reconnu comme un café de haute qualité, en mobilisant des catégories, des méthodes d'analyse sensorielle ainsi que des savoirs et des compétences spécifiques.

Par conséquent, ces démarches de standardisation peuvent être interprétées comme une manifestation des rapports d'autorité épistémique : certains savoirs occupent une position dominante dans la production des connaissances, tandis que d'autres, notamment les savoirs des producteurs et des populations autochtones, demeurent moins reconnus (Cano-González et Quiñones-Ruiz 2025).

Dès lors, la question centrale devient la suivante : quels acteurs détiennent le pouvoir de définir les critères permettant de qualifier, mesurer et reconnaître la qualité ainsi que la valeur d'un café ?

Dans le cadre du CVA, la SCA tente de répondre à cette tension en élargissant la notion de valeur du café. Aux attributs sensoriels s'ajoutent des dimensions extrinsèques, notamment la transparence, l'histoire ainsi que le contexte de production. Pourtant, cette évolution demeure inscrite dans un système dont les critères de qualité continuent d'être principalement définis par des institutions telles que la SCA, situées dans le Nord global.

Dans le cadre du CVA, la SCA tente de répondre à cette tension en élargissant la notion de valeur du café. Aux attributs sensoriels s'ajoutent des dimensions extrinsèques, notamment la transparence, l'histoire ainsi que le contexte de production. Pourtant, cette évolution demeure inscrite dans un système dont les critères de qualité continuent d'être principalement définis par des institutions situées dans le Nord global.

Les résultats obtenus par Manfrin Artêncio et al. (2023) montrent également, sur le plan empirique, que des informations extrinsèques, telles que l'origine du café, peuvent orienter la perception sensorielle des dégustateurs professionnels expérimentés et influencer directement leur évaluation.

Ainsi, ces résultats invitent à interroger non seulement l'impact des informations extrinsèques sur le jugement sensoriel, mais également les représentations sociales et les hiérarchies de valeur qui leur sont associées.

5.4 (Dé)construire les représentations des origines

En masquant temporairement les informations liées à l'origine, le *cupping* à l'aveugle permet ainsi d'observer comment certaines associations entre territoires, producteurs et qualités sensorielles ne relèvent pas uniquement des caractéristiques intrinsèques du café, mais également des constructions historiques et discursives.

Cette suspension du jugement remet donc en question certaines catégories et certains stéréotypes associés au profil sensoriel du café selon ses origines, ainsi que les hiérarchies historiquement construites entre variétés – notamment la mise en valeur du café arabica au détriment du café robusta – et entre pays producteurs.

Certaines régions restent toutefois associées, dans les imaginaires des consommateurs et des acteurs du marché, à une production perçue comme de moindre qualité. IT2 évoque notamment les

cas de pays comme l'Indonésie, l'Inde ou le Vietnam, souvent liés dans ces représentations à la production de café robusta commercial destiné aux marchés de masse.

À cet égard, IT2 observe que certaines préjugés liés aux origines persistent avant même la dégustation :

> « Per esempio, se tu mi dici, facciamo un assaggio dei caffè di Indonesia, no, non mi aspetto qualità alta […], anche India […] o Vietnam, conosciuti per robusta. Vietnam è il Paese con la produzione più ampia di robusta nel mondo. Se dici facciamo un assaggio dei caffè di Vietnam non è che le persone fanno "Sì, sarà buonissimo!" » (IT2).

Les entretiens révèlent ainsi que ces représentations ne disparaissent pas nécessairement dans le cadre du café de spécialité. Au contraire, elles peuvent également être reproduites lorsque les participant·es manifestent des attentes déjà façonnées par les tendances dominantes du marché.

Ces attentes témoignent de la persistance d'une hiérarchisation entre origines, variétés et profils sensoriels. Ces idées préconçues contribuent ainsi à une dévalorisation symbolique de certaines origines et participent à la reproduction des rapports asymétriques entre pays producteurs.

À ce propos, IT2 rapporte le cas d'un café indonésien présenté lors d'une dégustation dont les participants refusaient de le goûter en raison de son origine :

> « Noi abbiamo avuto proprio il caffè di Indonesia dove i ragazzi hanno detto "Non mi va di assaggiarlo". E io sempre provo a dire "[…] provate tutto perché poi almeno sa[pete] cosa sta succedendo nel mondo" » (IT2).

Toutefois, ces représentations préexistantes peuvent également constituer un outil pédagogique : elles peuvent ainsi être mobilisées comme point de départ pour expliquer les différences entre origines, variétés et leurs profils sensoriels associés.

Comme l'explique IT2 :

> « Se io ho come scopo del *cupping* spiegare più la parte botanica, prendo proprio quegli stereotipi per spiegare [che] in Brasile hai questa varietà, in Etiopia hai quella, perché lì mi servono proprio per fare capire a qualcuno che non neanche sa che ci sono tante differenze » (IT2).

Dans ce cas, le stéréotype ne constitue pas une vérité fixe, mais une représentation initiale qui peut ensuite être questionnée et approfondie lors de la dégustation, lorsque des éléments permettant de comprendre la complexité du café sont introduits. L'écart entre les attentes initiales et l'expérience sensorielle permet au *cupping* de devenir un espace de potentielle remise en question des préjugés.

Dans cette perspective, IT2 souligne également la dynamicité de l'industrie du café de spécialité, marquée par l'émergence de nouvelles pratiques, de technologies innovantes et de nouveaux acteurs au sein de la production du café :

> « Quindi, avendo tanti cambiamenti, più focus sulla qualità nei diversi paesi come India, Vietnam, anche mercati nuovi come Cina, per esempio, che hanno iniziato a coltivare caffè, può cambiare e poi viene spesso visto anche come una rarità. […] quest'anno sempre il caffè di Indonesia si vedeva molto di più anche dai torrefattori *specialty*. […] è stato fatto un passo grandissimo verso la qualità, verso più controllo dentro il *processing*, raccolta, perché c'è molto più scambio e ci sono anche molto più informazioni online dove uno può leggere » (IT2).

Selon IT2, l'évolution des pratiques agricoles, parfois liée aux conséquences du changement climatique, peut encourager l'expérimentation de nouvelles variétés et contribuer à l'émergence de profils sensoriels inattendus :

> « Se raccolgo solo le ciliegie mature, forse mi prende più tempo, ma avrò poi un risultato più buono. […] coltivano altre varietà che potrebbe anche essere la conseguenza del cambiamento climatico e forse poi scoprono che proprio questa varietà è più buona di tutte le altre che hanno coltivato sempre. […] anche da una emergenza nasce poi una roba positiva, quindi secondo me, se chiedi su *cupping* percezione e cambiamento percezione, secondo me funziona in modo positivo. Se uno è abbastanza aperto di provare cose dove già entra con una percezione negativa. […] La percezione per robusta è molto negativa perché c'è tanto robusta di bassissima qualità, ma anche lì c'è un mondo totalmente nuovo: i produttori giocano con i processing; quindi, si apre un mondo totalmente nuovo del profilo aromatico dove neanche più puoi dire che si tratta di una robusta perché sono *flavor* totalmente nuovi » (IT2).

L'évolution du secteur du café de spécialité montre ainsi que les catégories associées aux origines et aux variétés, souvent historiquement construites, ne sont pas figées. Elles peuvent au contraire se transformer à travers les pratiques agricoles, les innovations techniques et l'émergence de nouveaux profils gustatifs valorisés dans le cadre du café de spécialité.

Cependant, les sessions de *cupping* jouent un rôle ambivalent dans la transformation des représentations. Comme le résume IT1 en réponse à la question sur la capacité des séances de *cupping* de remettre en question ou à reproduire les stéréotypes liés aux pays producteurs :« Cinquanta e cinquanta […] perché secondo me da una parte sfata un po' il mito, dall'altra lo conferma anche un po' » (IT1).

Ainsi, le *cupping*, ne constitue pas en soi un dispositif permettant de supprimer les stéréotypes ou les hiérarchies existants. Néanmoins, cette pratique possède le potentiel de rendre visible aux participants ces représentations simplifiées et ces préjugés, constituant ainsi une première étape vers leur remise en question. À travers une expérience sensorielle concrète, susceptible de rester inscrite dans la mémoire des dégustateurs, le *cupping* représente un espace de réflexion critique sur les liens

entre origine, qualité et valeur, tout en ouvrant de nouvelles perspectives sur les transformations du marché du café de spécialité.

5.5 Construire la valeur au-delà du profil sensoriel du café : les producteurs au cœur du récit

Le *cupping* à l'aveugle masque temporairement les informations liées aux origines ; toutefois les entretiens soulignent l'importance d'une étape qui suit l'évaluation sensorielle : la discussion et la narration sur la filière et ses acteurs, afin de contextualiser non seulement le café comme matière première, mais aussi le rapport entre ces informations et les caractéristiques sensorielles perçues.

« Le torrefazioni *specialty* in generale cercano anche un caffè che comunque sia abbia una storia dietro, quindi abbia poi un valore che non è tangibile o assaggiabile » (IT1). Ici, IT1 souligne une distinction entre la qualité sensorielle en tasse du café et sa valeur comme résultat d'une histoire, des conditions de production et du travail en amont. Le récit ne se limite pas à compléter l'expérience sensorielle, mais contribue également à la production de la valeur du café.

IT3 aussi soutient que : « Se [il caffè] è di qualità è tutto merito del produttore » et IT4 renforce cette conception de qualité : « È tutto il percorso che c'è stato per arrivare a tirar fuori quel tipo di caffè che è stato importante ». La qualité n'est donc plus uniquement définie par la perception sensorielle du café, mais aussi par toutes les informations qui mettent en évidence les étapes de sa production.

Cette visibilité demeure néanmoins médiée par les professionnels qui sélectionnent les informations à partager et les modalités selon lesquelles les producteurs et les régions d'origine sont présentés aux participants. Après l'évaluation sensorielle, les professionnels donnent un contexte au café et à l'expérience :

> « Il caffè ha anche un valore […] che non assaggi, quindi non è che assaggi un caffè e dici sento che è stato fatto dal lavoro di 800 produttori. Mi piace quindi spiegare che cos'è quel caffè per dare un valore aggiunto a quei chicchi che oggettivamente non hanno un valore così alto come quando uno racconta tutta la storia che c'è dietro » (IT1).

Comme l'explique IT1, le récit accompagne la dégustation avec plusieurs éléments pour identifier un café : son espèce, son cultivar, sa méthode de transformation, son origine géographique, les caractéristiques du terroir ainsi que la temporalité de récolte. Ces informations visent à contextualiser le profil sensoriel observé en tasse et à le relier à certaines caractéristiques.

En plus, IT4 souligne ainsi que la saisonnalité est un élément clé dans son récit sur le café : « Cerchiamo di dare un focus sulla stagionalità del caffè. Per questo anche magari un Kenya non lo troverai tutto l'anno in caffetteria, ma lo troverai solamente in un certo periodo dell'anno ».

La saisonnalité favorise ainsi une conception du café comme produit agricole qui dépend des rythmes de la nature, différemment des logiques de disponibilité permanente propre aux marchés de masse.

Dans le cas d'une relation directe avec le producteur, caractéristique majeure pour le café de spécialité, on peut connaître les noms des producteurs, des *fincas*, des *haciendas*, des anecdotes même. Le rapport direct avec les producteurs, ainsi que les relations avec les importateurs de café vert, demeurent centraux dans le récit du café de spécialité.

Certains interviewés soulignent que ce genre de rapport commercial permet d'avoir accès à gran nombre d'informations, notamment afin de garantir une qualité vérifiée sur place : « Preferiamo andare direttamente in piantagione e vedere con i nostri occhi che la pianta non subisce trattamenti pesticidi o fertilizzanti » (IT3) ou encore que : « Ci teniamo a creare delle relazioni lunghe con questi importatori » (IT4).

Cependant, IT2 soutient que la relation commerciale directe peut égalment présenter certaines limites et susciter des critiques : « È facile dire ho un rapporto diretto, ma ci sono veramente pochi che poi lo mantengono perché se ovviamente il caffè non viene bene o c'è una raccolta scarsa […] [p]rovano a finire il rapporto subito e vanno dal prossimo a comprare » (IT2).

Ces témoignages montrent l'ambivalence d'une relation commerciale directe : elle constitue selon IT3 e IT4 une source privilégiée d'informations sur les conditions de production qui assurent une certaine qualité. Pourtant, ce modèle de relation commercial manifeste les dynamiques de pouvoir caractérisant la filière. Comme le déclare IT2, les relations commerciales directes peuvent être mobilisées avant tout par des intérêts économiques des acteurs acheteurs.

Le matériel empirique montre que l'espace créé par les sessions de *cupping* peut sensibiliser les participant·es, et donc les consommateurs, aux relations sociales, économiques et historiques complexes à la base de l'existence même du café au niveau globale. Le récit autour de la filière caféière ne constitue pas une pratique complémentaire à la dégustation, mais une pratique de contextualisation d'un produit omniprésent dans la vie quotidienne du public.

Néanmoins, il convient interroger la place centrale accordée aux producteurs dans le récit : les modalités de représentation et la visibilité qui en résultent des acteurs en amont de la chaîne de production restent médiées par les professionnel·les qui sélectionnent les informations à transmettre et qui construisent le récit proposé aux participants.

La présence des acteurs de la filière dans le récit n'implique toutefois pas directement leur participation à la construction de ce discours, au choix des images et des informations partagées avec le public, ni à la définition de la valeur attribuée à chaque élément. Cette tension structurelle entre visibilité et agentivité sera approfondie dans la section suivante consacrée à la sélectivité du récit.

5.6 La sélectivité du récit

Si les sessions de *cupping* donnent de la visibilité à différents éléments du récit autour des origines, de la production et de la transformation à l'origine et en torréfaction, elles demeurent néanmoins des espaces de sélection et de médiation narrative.

En effet, les professionnel·les ne peuvent pas transmettre l'ensemble des informations concernant la chaîne de production dans le temps limité d'une séance. Il ressort des entretiens la nécessité d'effectuer des choix afin de ne pas rendre l'expérience longue, complexe ou trop technique pour les participant·es.

Dans certains cas, les sujets abordés émergent directement des questions posées par le public. Ainsi, les participants peuvent orienter le récit sur des dimensions qui ne sont pas prévues lors d'une session typique. IT2, par exemple, explique que les questions concernant le prix du café représentent souvent une opportunité d'aborder le thème des dynamiques économiques du secteur : « A volte ci sono le domande tipo "Perché il caffè costa tanto?" Quindi lì, per esempio, ci si offre di spiegarlo » (IT2).

De même, IT3 souligne la nécessité de réaliser une sélection raisonnée et constante des éléments transmis et de rester à l'écoute des intérêts du groupe :

> « […] la parte di importazione è più curiosità personale piuttosto che qualcosa che raccontiamo, anche perché spesso non interessa e quindi già un'ora e mezzo è un tempo molto stretto per tutta la roba che si fa e si dice, quindi dobbiamo ogni volta fare scelte e decidere cosa dire, cosa no » (IT3).

La transmission du savoir apparaît comme une hiérarchisation raisonnée des éléments considérés comme prioritaires afin de proposer une expérience accessible et engageante pour les participants. Cette sélection apparaît notamment dans le traitement réservé aux étapes intermédiaires de la chaîne du café.

Par exemple, IT1 souligne que les questions relatives à la logistique et au transport sont souvent des éléments qui ne sont pas forcément expliqués et, éventuellement, qu'elles sont fournies uniquement en relation avec la qualité du café :

> « Non viene mai affrontata la parte del trasporto perché è una parte burocratica noiosa; viene dato solo un accenno al fatto che se un caffè ha qualità x in origine, all'arrivo può essere x-2 perché durante il trasporto è in balia della natura e quindi può perdere un po' di qualità questo sì. Però, la logistica è la parte su cui viene dato meno focus durante un *cupping* » (IT1).

De plus, IT2 mentionne que les modalités d'achat du café vert ainsi que les relations avec les distributeurs et les importateurs ne sont pas forcément évoquées, afin de limiter la quantité de notions

présentées : « Rispetto alle modalità di acquisto del caffè verde e delle relazioni con i distributori o produttori sono elementi che vengono fuori non spesso perché sarebbero troppe informazioni » (IT2).

Ces témoignages montrent que, lors des séances de *cupping*, le récit ne constitue pas une représentation exhaustive de la filière, mais le résultat d'une sélection opérée par les professionnel·les en fonction des contextes, du public et de la finalité de l'activité.

Dans une perspective empirique, il apparaît que certains segments et certains acteurs de la chaîne restent invisibles. D'ailleurs, le récit présente souvent une filière caractérisée par trois étapes principales : la production, la torréfaction et la consommation ; pourtant, certaines étapes intermédiaires et certains acteurs, tels que les importateurs, les *green traders*, les fournisseurs logistiques ou les transporteurs, demeurent rarement présents dans le récit.

L'invisibilisation de certains éléments n'est pas forcément synonyme d'une volonté d'exclusion de la part des professionnel·les interviewé·es, mais elle reflète les contraintes narratives qui caractérisent les espaces de communication du café de spécialité, ainsi qu'un lieu d'énonciation situé dans le Nord global.

Toutefois, sous une perspective décoloniale, ces témoignages démontrent exactement ce qui reste mis en lumière et ce qui demeure dans l'ombre dans le cadre du récit du café de spécialité, contribuant ainsi à la persistance d'une représentation limitée des producteurs, dont la visibilité est accordée selon la finalité de l'expérience et le public participant.

En d'autres termes, la visibilité ne coïncide pas nécessairement avec une redistribution de l'autorité épistémique dans la construction du récit. Le récit met au centre du discours les producteurs, mais leur capacité à définir les termes de leur propre représentation reste largement limitée.

5.7 Le cupping comme pratique d'éducation critique

Les entretiens montrent qu'au sein des sessions de *cupping* la contextualisation opérée par les professionnel·es peut ouvrir la voie à une réflexion critique sur les asymétries de pouvoir, les inégalités tout au long de la chaîne globale de production du café, ainsi que les héritages coloniaux et les conditions de travail.

> « Quando parliamo di caffè del Rwanda […] è impossibile non menzionare la sua storia e far capire come mai adesso la maggior parte delle piantagioni sia in mano a gestione femminile. […] c'è stato un genocidio nel [19]94, c'è stata […] la riduzione dell'80% degli uomini e quindi […] le donne […] hanno preso in mano le piantagioni e nei primi 2000 sono state quelle stesse donne a dire "Ok, io ho sempre gli importatori che mi dicono il prezzo del mio caffè, ma come faccio io a sapere se veramente quello è il valore del mio caffè?" E loro hanno iniziato a formarsi e ad assaggiare il caffè, perché in tanti paesi di origine molte persone non bevono il caffè che producono, perché comunque c'è sempre stata una propaganda coloniale che dice

> “No, lo importiamo tutto, il caffè non è buono” […] “Voi bevete il tè oppure il caffè solubile”, come succede tante volte in Asia. E le donne del Rwanda invece sono state tra le prime, insieme a quelle del Kenya, a formarsi e a dire “Ok, adesso io so il valore del mio caffè e sono io a decidere il prezzo del mio caffè e non l'importatore”. Quindi anche questi aspetti sono importanti per far capire al cliente perché un caffè ha un valore maggiore […] e perché dovremmo essere consapevoli che la scelta del caffè che facciamo ogni mattina ha un impatto su popolazioni, su anche questioni sociali e politiche » (IT4).

Ce témoignage met en lumière le fait que la dégustation en *cupping* va bien au-delà de l’évaluation sensorielle : le récit inclut parfois les dimensions historiques, sociales et même politiques du développement et de la production du café.

Dans ce cas, l’histoire et la réalité du café rwandais d’une part démontrent que l’héritage de la colonialité influence encore aujourd’hui les relations commerciales ; de l’autre part, les productrices du Rwanda et du Kenya apparaissent avoir concrètement développé des formes de ré-existence, de réappropriation des savoirs et de reprise de leur pouvoir décisionnel.

Cette dynamique rappelle la notion de colonialité du savoir élaborée par Mignolo. Ainsi, au Rwanda et au Kenya, les producteurs, les récolteurs et les habitants étaient systématiquement exclus non seulement de la définition du prix de leur café, mais également de l’accès au produit lui-même et à la connaissance sensorielle du café, ayant été historiquement empêchée. Ces pays ont donc produit du café sans connaître sa valeur, étant exploités uniquement pour le profit des consommateurs européens et des colonisateurs.

Dans cette perspective, les sessions de *cupping* dédiées aux consommateurs finaux peuvent encourager une prise de conscience des implications sociales, économiques et politiques qui traversent un simple geste quotidien s’inscrivant dans des logiques de colonialité.

Néanmoins, sur le plan de l’éducation sensorielle, le *cupping* peut aider à développer des compétences permettant de reconnaître les défauts d’un café et d’évaluer sa qualité. Cependant, toutes les informations partagées avec les participants ainsi que les réponses aux questions moins visibles (la dimension économique, le commerce direct, etc.) s’inscrivent dans un récit souvent poétique qui peut donner une vision édulcorée, en rejoignant la rhétorique extractiviste de la modernité/colonialité. Des témoignages soulignent l’écart entre récit et réalité de la filière : « Noi raccontiamo la poesia, ma in origine a volte viene fatto tutto in modo random » (IT1).

Ce récit « poétique et édulcoré » du pays d’origine contribue à construire une géographie imaginaire (Said 1978), dans laquelle l’origine devient un objet de consommation et un « ailleurs » idéalisé du Sud global. Cette mise en scène s’inscrit dans une démarche de construction des

représentations des lieux propre au marketing touristique. Dans cette perspective, la session de *cupping* peut être envisagée comme une forme de tourisme expérientiel virtuel.

De même, IT2 déclare :

> « [I produttori] fanno tutto in modo molto intuitivo, come uno che ha una piantagione di mele in Alto Adige o la coltivazione di olive, no? […] [T]ramite il Green Coffee Trader o poi il torrefattore, tutta quella trasparenza - dodici ore su sul letto africano, poi viene spostato e sta due minuti sull'altro letto – è solo *storytelling bull***t* » (IT2).

Parfois, la transparence devient une stratégie marchande imposée par le secteur, qui ne reflète pas nécessairement les expériences réelles des pays producteurs, car celles-ci ne correspondent pas toujours aux récits et aux imaginaires des consommateurs.

5.8 Questions de genre, de représentation et de colonialité

Ainsi, les entretiens soulignent les dimensions historiques et économiques de la chaîne de production du café, mais ils contribuent également à des récits autour des productrices qui reproduisent ou remettent en question des images simplifiées fondées sur le genre et sur le rôle historiquement occupé par les femmes dans le cadre de la production du café.

Certaines personnes interrogées remarquent l'importance de dépasser cette vision qui relègue les femmes à des rôles subalternes, comme des figures de main-d'œuvre agricole invisible, plutôt que les considérer comme des productrices, des entrepreneuses disposant d'un pouvoir décisionnel.

IT1 évoque des *Women Coffee Projects* recherchés par certaines torréfactions de café de spécialité : « Ci sono alcune torrefazioni che magari comprano caffè che sono prodotti solo da donne, quindi quelli che si chiamano Women Projects » (IT1).

De son côté, IT2 critique ce type de label, car un café de qualité doit avant tout être reconnu pour ses caractéristiques intrinsèques, et cette information constitue seulement une valeur ajoutée :

> « Il caffè deve pubblicizzarsi per quello che è, quindi per un prodotto di qualità. Il fatto che poi sei una produttrice donna è un plus […] non è una cosa che scriviamo sull'etichetta, "fatto dalle donne", lo raccontiamo e lo spieghiamo semplicemente dopo » (IT2).

Ces deux témoignages ne doivent pas être interprétées comme une opposition entre visibilité et invisibilité, mais comme une tension autour des modalités de représentation : rendre visibles les productrices peut constituer une tentative de reconnaître leur rôle, mais peut également réduire leur identité à une catégorie commerciale si leur agentivité n'est pas prise en compte dans le récit.

IT4 constitue un point de départ crucial pour s'interroger sur une question clé : comment les femmes impliquées dans le secteur du café souhaitent-elles être représentées en termes d'image et de marketing ?

« “Noi siamo come una cosa”, mi diceva una coltivatrice e importatrice del Kenya, “noi siamo stanchi di vedere […] tutte queste torrefazioni che dicono ‘abbiamo il caffè coltivato dalle donne’ e si vedono le donne piegate a raccogliere il caffè, a spaccarsi la schiena […] perché non facciamo vedere le donne che invece sono in ruoli di business quando si parla di prezzi, di vendita e di tutto il resto?” Perché se vediamo la filiera sì, in quella piantagione c'è una maggioranza di lavoratrici donne. Cosa mi significa però? Che tutte le donne lavorano nei campi, poi quando si tratta di assaggiare magari ne rimangono due o tre di donne in quel tavolo, il resto sono uomini e dopodiché la figura femminile va a sfumarsi perché poi gli importatori sono sempre bianchi ed europei. Per cui anche lì si sta parlando di cosa? Fai vedere che la tua torrefazione supporta il lavoro nei campi delle donne, ma è veramente quello che è l'immaginario che vogliono avere queste donne? Le donne dei Paesi di produzione vogliono ricoprire anche altri ruoli e non solo quelli. Quindi sarebbe più importante cercare di dare un rinforzo a queste possibilità e non giocare sempre su questa visione » (IT4).

L’extrait de IT4 redirige l’attention de la représentation vers le pouvoir narratif : il ne s’agit pas uniquement de la visibilité des femmes, mais plutôt de comprendre quelles images sont reproduites et quels rôles leur sont attribués au sein de ce récit.

Ces éléments invitent à interroger certaines pratiques de représentation dans lesquelles les productrices peuvent encore être réduites à des figures symboliques du travail manuel, sans que leur pouvoir décisionnel, entrepreneurial ou commercial, autrement dit leur agentivité, soient mis en évidence.

Cette réflexion sur la représentation des femmes productrices s’inscrit dans une histoire plus longue des imaginaires coloniaux associés au café. Comme le montre Garvin (2021), la culture italienne du café s’est construite dans un contexte marqué par les dynamiques coloniales, où le commerce du café, les espaces de consommation et la publicité ont contribué à la diffusion d’imaginaires coloniaux. Ces représentations ont contribué à construire des récits visuels et symboliques dans lesquels les populations colonisées étaient ainsi réduites à des figures liées au travail, tandis que les femmes, notamment les « seminatrici », étaient également soumises à des processus d’objectification et de sexualisation dans les représentations coloniales (Garvin 2021, 13-18).

Ces héritages symboliques ne se reproduisent pas directement dans les discours contemporains autour du café, mais ils peuvent encore influencer certaines stratégies narratives et commerciales, notamment lorsque les productrices sont représentées principalement à travers leur rôle de main-d’œuvre agricole, plutôt que comme des actrices économiques et des détentrices de savoirs au sein de la chaîne de valeur.

Les séances de *cupping* jouent ainsi un rôle éducatif et peuvent engendrer une véritable prise de conscience : les consommateurs finaux sont invités à s'interroger non seulement sur la qualité en tasse, le profil sensoriel d'un café, son histoire, origine, mais également sur sa présentation sur le marché, notamment à travers les torréfactions, les boutiques de détail qui distribuent et vendent un produit dont le packaging et la stratégie de marketing peuvent perpétuer et renforcer des récits coloniales particulièrement subtiles et susceptibles de reproduire certaines asymétries de représentation.

Il est donc nécessaire de se concentrer non seulement sur le contenu des informations reçues sur un café, mais également sur le positionnement de la source de ces informations, ainsi que les modalités de leur transmission. C'est précisément la métaphore du marionnettiste adopté par Mignolo et Walsh (2024, 226) qui rejoint la distinction entre visibilité et agentivité introduite précédemment.

Une perspective décoloniale demeure cruciale selon IT4, afin de garantir une plus grande transparence sur la distribution de la valeur économique du café tout au long de la chaîne :

> « Cercare di avere una mentalità decolonizzata, quindi di non andare lì, prendere e guadagnare su quello che non è nostro. È per questo che ci teniamo ad avere da parte degli importatori […] chiarezza su[l] prezzo del caffè e del prezzo pagato al produttore, […] che rispettino i diritti [di] […] tutte le persone che fanno parte della filiera » (IT4).

Dans la perspective intersectionnelle développée par Lugones, notamment à travers la connexion entre genre, race, travail et colonialité du pouvoir (2023, 51), cette remarque de IT4 invite à interroger la persistance de la colonialité dans les rapports qui déterminent le degré de visibilité et l'agentivité accordés aux différents acteurs de la filière du café.

5.9 Limites et controverses sur la SCA et le secteur du café de spécialité

Les entretiens mettent en évidence des positions nuancées concernant le rôle de la SCA et l'introduction du CVA. Bien que les personnes interrogées reconnaissent la contribution apportée par les outils développés par la SCA à la structuration du secteur, à la formalisation des critères d'évaluation ainsi qu'à la création d'un langage commun entre les professionnel·es, elles soulignent également plusieurs limites et tensions structurelles , notamment celles qui émergent entre la standardisation et la diversité des pratiques, entre la démocratisation des savoirs et de nouvelles formes d'exclusivité, ainsi qu'entre l'élargissement de la notion de la valeur du café et les contraintes économiques du marché.

5.9.1 Élitisme

Plusieurs personnes interrogées reconnaissent que le café de spécialité demeure associé à un public disposant d'un capital économique et culturel élevé. Les formations proposées par la SCA, initialement conçues pour former de professionnel·les novices, notamment dans les pays producteurs,

sont aujourd'hui perçues comme étant de moins en moins accessibles en raison de leur coût. À ce propos, IT2 déclare :

> « Il mondo *specialty*, con il leader principale che è la SCA, sta diventando molto con focus sul lato economico e più esclusivo. Se guardi per esempio l'offerta formativa, doveva essere praticamente un aiuto per avere più persone competenti nel mondo che preparano il caffè, aiutano alle origini e tutto, ormai è diventato un lusso perché sono così costosi i corsi, e quindi è meno accessibile » (IT2).

Cette tendance est également soulignée par IT1, qui dénonce l'émergence d'une culture du café élitiste. Selon IT1, une communication inclusive pourrait non seulement élargir le public, mais aussi bénéficier à l'ensemble des acteurs de la filière :

> « In Italia ha preso piede il fenomeno degli "*specialty*-nazi". Lo *specialty* è una nicchia […] ma chi è visibile lo rende spesso elitario, poco per il popolo. […] creando un muro invece di avvicinare le persone […] Se allarghi la cerchia, stanno meglio tutti, dal comunicatore al produttore » (IT1).

Dans le même sens, IT3 observe que « il mondo *specialty* tende a essere molto chiuso, cioè tanta gente con la puzza sotto il naso, […] la persona neofita viene non tanto presa e accompagnata e guidata dentro questo mondo, ma […] vista di cattivo occhio » (IT3).

Les novices ne sont toujours accompagnés dans leur découverte du café de spécialité, mais parfois considérés comme inadéquats pour « entrer » dans ce monde.

C'est pourquoi IT2 insiste sur l'importance d'adopter une posture pédagogique bienveillante lors des séances de *cupping* : « La cosa secondo me più importante è di divertirli e non dare troppe informazioni, non dare mai l'impressione al cliente che non capisce niente o non ha proprio l'approccio sensoriale giusto » (IT2).

Cette tendance élitiste apparaît également dans certains contextes commerciaux. Comme le souligne IT2, certains choix de communication dans les pratiques du café de spécialité, tels que l'absence du sucre au comptoir d'un *coffee shop,* justifiée par la haute qualité du café proposé, renforcent un sentiment d'exclusion chez les consommateurs néophytes : « [Alcuni] dicono "Non abbiamo zucchero perché il nostro caffè è così buono", ma automaticamente escludi tante persone » (IT2).

D'ailleurs, l'espace des séances de *cupping* devient un lieu de découverte et de construction des savoirs sans jugement, visant à l'éducation et au partage des connaissance et à la discussion des questions liées à la production.

Ces témoignages montrent que l'accès aux connaissances liées au café de spécialité demeure conditionné par des ressources économiques, culturelles et sociales. Bien que les entretiens

reconnaissent le rôle clé de la SCA dans le développement d'un réseau de professionnel·es et dans la formalisation de certaines pratiques, une tension générale entre démocratisation des savoirs et nouvelles formes d'exclusivité se dégage. Dans une perspective décoloniale, cette divergence entraîne une réflexion critique sur les conditions d'accès aux savoirs considérés comme des standards et sur les acteurs effectivement autorisés à les (re)produire, les transmettre et les valider.

5.9.2 Écart entre engagement éthique réel et logiques du marché

Au-delà de la tendance à l'élitisme, les entretiens montrent aussi une tension entre les valeurs éthiques caractérisant le monde du café de spécialité et certaines logiques et pratiques commerciales persistant : « Quello che poi fa i *cupping* o tosta il caffè […] è come il Gesù bianco che spiega "Oh, io aiuto il produttore" » (IT2). Cette critique remet en question la posture de certains acteurs occidentaux qui se présentent comme détenteurs du savoir moderne, alors que les producteurs possèdent eux-mêmes des connaissances et une expérience nécessaire à la gestion de la production. Comme l'écrit Albert Memmi : « Pourquoi devons-nous supposer que le colonisé se serait figé dans l'état où l'a trouvé le colonisateur ? » (Memmi 1957, 810).

Dans cette perspective, IT4 affirme :

> « La visione che abbiamo molto spesso delle piantagioni […] è ancora […] molto coloniale […] è un po' come dire "Ah, noi andiamo ad aiutarli" quando in realtà loro hanno tutte le possibilità e le capacità di poter lavorare ed esprimersi al meglio, perché chi meglio di loro conosce la terra in quel contesto? » (IT4).

Cette critique pourrait être interprétée à partir de la notion de colonialité du savoir développée par Mignolo. La métaphore du « Jésus blanc » évoquée par IT2 illustre une forme de colonialité du savoir, dans laquelle les connaissances formalisées par certains acteurs du Nord global peuvent être considérées comme universelles et s'imposer aux savoirs situés des producteurs des pays d'origine, comme le souligne IT4.

Ces extraits mettent en évidence des logiques de pouvoir héritées de la colonialité, qui ne se manifestent pas uniquement à travers une domination économique, mais également à travers l'imposition d'une hiérarchie des savoirs, dans laquelle certains systèmes de connaissance occidentaux peuvent devenir des références universelles au détriment d'autres épistémologies.

5.9.3 La transparence entre construction de valeur et colonialité du pouvoir

Malgré le rôle pivotal accordé à la transparence dans le récit du café de spécialité, certains personnes interrogées soutiennent que celle-ci demeure partielle.

À ce propos, IT2 observe que la publication d'un rapport de transparence par les torréfactions de spécialité n'est pas une pratique diffusée : « [C]i sono pochi esempi che condividono un *transparency*

report, dove vedi proprio i costi per la produzione di un caffè, diciamo l'atto economico che ha ricevuto il tuo produttore, quindi lì è un po' sbilanciato » (IT2).

Ce manque de transparence est également mis en évidence par IT4 :

> « Anche dagli importatori non sempre è facile avere una certezza sul prezzo che viene dato al produttore […] vedere se il produttore una volta ricevuto quel prezzo poi paga i suoi lavoratori. Quello è difficile, non riusciamo a vederlo con le aziende italiane, figuriamoci con un'azienda da dall'altra parte del mondo » (IT4).

Ces extraits illustrent ainsi qu'une véritable transparence consiste dans une visibilité de la distribution de la valeur économique tout au long de la filière, dès les travailleurs agricoles à la répartition de la marge et du profit de importateurs, des acheteurs de café vert, torréfactions et vente au détail du produit. Dans une perspective décoloniale, ces critiques ouvrent une réflexion sur l'idée simplifiée du commerce équitable et encourage une remise en question des rapports de pouvoirs et des inégalités systématiques qui caractérisent la chaîne d'approvisionnement mondiale.

5.9.4 Marketing et nouvelles tendances

Les entretiens mettent en lumière aussi l'influence des réseaux sociaux et des tendances de consommation sur le développement du café de spécialité.

> « Il mondo di *specialty* […] si muove più in un mondo molto esclusivo. […] da un lato c'è la nuova generazione, quindi […] clienti *specialty* molto più giovani, ma non è alla base del caffè, ma è base di Instagram e le bevande pop, tipo il *matcha latte* […] bevande colorate belle per Instagram, no? […] Il mondo di *specialty* o anzi i coffee shop si muovono in questa direzione, perché dà la possibilità di guadagnare di più e secondo me si perde un po' il focus sul caffè » (IT2).

Par ailleurs, des personnes interrogées ont mis en évidence le manque d'ancrage local et de diversité dans les contextes commerciaux du café de spécialité. IT2 insiste sur l'homogénéisation et la standardisation des coffee shops dans le monde, comme si le secteur du café de spécialité constituait une chaîne de boutiques mondialisée :

> « Per me un coffee shop qua a Firenze è uguale a quello a Londra o in Repubblica Ceca e secondo me questo è un po' triste e noioso perché diventa come una catena globale e perde il carattere e anche la tradizione di un paese […] hai la stessa offerta parlando del menù delle bevande e per me è come un McDonald's » (IT2).

De son côté, IT4 souligne le fait que les origines du café et les plantations choisies restent souvent les mêmes, et que notamment les origines africaines bénéficient d'une visibilité limitée sur le marché, ce qui implique un manque de véritable découverte dans les pays de consommation :

> « Abbiamo sempre le stesse piantagioni, sempre le stesse cooperative quando si parla di caffè africani, altri caffè un po' più di nicchia o magari con meno *appeal* rispetto ad altri non se ne vedono, come il Congo o il Rwanda […] [è] una ridotta visione [de]l mondo del caffè che potrebbe appunto avere anche più scelta e non solamente i soliti nomi che si vedono sempre » (IT4).

Par conséquent, les entretiens révèlent une tension entre les logiques commerciales liées à la visibilité et à la rentabilité du secteur et la volonté de transmettre une culture du café de spécialité fondée sur la diversité des origines, des pratiques et des savoirs.

5.9.5 Les controverses autour de la SCA et du CVA

Les entretiens mettent en évidence des avis et des positions nuancés concernant le rôle de la SCA et l'introduction du CVA. Bien que les contributions de la SCA soient reconnues par les personnes interrogées, plusieurs limites et controverses ont été mises en lumière.

En premier lieu, les entretiens montrent des positions divergentes concernant le développement d'un nouveau système d'évaluation du café, tel que le CVA.

De son côté, IT3 soutient qu'au-delà de toute notation, la qualité d'un café dépend de l'expérience du consommateur : « Noi pensiamo sostanzialmente il caffè buono è il caffè che piace, quindi a prescindere che sia 90 punti o altro deve essere un caffè che piace » (IT3). Cette dimension est cohérente avec la décision de la SCA de séparer les évaluations descriptive, affective et extrinsèque de la valeur d'un café.

Toutefois, certains témoignages soulignent aussi les difficultés pratiques liées à l'usage de ce protocole. IT2 soutient que, bien que l'idée de démocratisation à la base soit positive, sa mise en œuvre demeure complexe au quotidien : « L'idea è buona, ma secondo me l'approccio pratico […] è molto complicato. Noi […] non lo utilizziamo perché la valutazione diventa molto complicata. E allo stesso tempo non ci sono ancora […] strumenti per farlo come una routine » (IT2).

Parallèlement, IT4 apprécie notamment l'introduction des dimensions extrinsèques, comme la durabilité environnementale et sociale dans le cadre du CVA :

> « Mi è piaciuta tanto la scheda che si focalizza solamente sull'aspetto della sostenibilità, quindi sulle informazioni della piantagione, se ha determinate certificazioni o se ha un impatto sociale, ambientale. quello è un qualcosa che prima mancava » (IT4).

Cette nouvelle section du CVA élargit les dimensions de la valeur, qui n'est plus seulement lié au résultat en tasse, mais également aux informations sur les méthodes de production ou encore les retombées sociales et environnementales de la filière.

Cependant, des inquiétudes émergent autour des conséquences économiques de cette transition du système de notation à cent points vers le CVA. IT1 craint que : « senza un punteggio di riferimento,

che serviva come leva per chiedere un prezzo più alto, il produttore possa essere pagato meno. In un'industria mossa dai soldi, il timore è che chi fa il lavoro più duro venga penalizzato » (IT1). Cette considération permet de rendre visible une tension majeure dans le secteur : bien que le CVA ait pour objectif de dépasser la logique d'une notation finale unique, la disparition de la notation pourrait rendre certains producteurs plus vulnérables au sein des rapports commerciaux.

Les critiques ne concernent pas uniquement le CVA, mais l'évolution de la SCA en tant qu'organisation mondiale. À ce propos, IT2 estime que la SCA « ormai è diventato un business. Si vede e percepisce tantissimo che il focus è un po' cambiato » (IT2).

Par ailleurs, IT2 remarque que des outils devéloppés par la SCA en collaboration avec des experts restent limités, voire obsolètes par rapport à l'innovation technique du café :

> « Flavor Wheel che hanno fatto insieme con World Coffee Research è stata un'ottima cosa, ma poi non è mai proprio stato sfruttato, sviluppato aggiornato tantissimo perché il Flavor Wheel è disegnato solo per il caffè arabica e in primis anche per i caffè con processing tradizionale, avendo uno sviluppo del mondo del caffè, delle origini, di tutti i processing diversi, nuovi, come l'anaerobico. Tutto questo manca nella parte del Flavor Wheel » (IT2).

Cet extrait montre que la SCA n'évolue pas nécessairement au même rythme que l'industrie, avec un écart de vingt ans entre le premier protocole *cupping* et la formalisation du CVA.

Globalement, ces entretiens reconnaissent l'importance des outils tels que les protocoles de la SCA ou le CVA, mais soulignent également la nécessité de rester à jour et surtout d'actualiser leurs méthodologies.

Par ailleurs, ces témoignages mettent en évidence plusieurs tensions qui traversent actuellement le secteur du café de spécialité : entre la tendance à la standardisation des pratiques et la volonté de certains acteurs de diversifier leur offre ; entre la reconnaissance de la valeur des formations spécialisées et l'inaccessibilité économique de la formation, à la base du développement professionnel dans le café de spécialité ; ainsi qu'entre la reconnaissance officielle de la pluralité des valeurs du café et les contraintes économiques d'un marché mondial encore caractérisé par des inégalités structurelles.

Après avoir analysé les pratiques de *cupping* et les récits des professionnel·les interrogé·es dans le contexte florentin, l'analyse s'étend aux villes de Lyon et de Paris afin d'observer comment les dynamiques de mise en valeur, de narration des origines et de construction des savoirs autour du café de spécialité s'expriment dans différents contextes urbains.

6 Lyon et Paris

6.1 Le cupping comme espace et parcours d'éducation sensorielle

En suivant la définition donnée par FR4 : « Le *cupping* est un protocole de dégustation et d'analyse du café dont la méthodologie est presque identique indépendamment du but du *cupping* » (FR4).

Comme FR3 l'explique, le *cupping* se caractérise par un parcours raisonné :

> « On présente un petit peu la torréfaction en parlant vraiment du café. Enfin, dans notre entrepôt, il y a du café de différentes origines. Donc, on montre le café, les grains de café, on explique un petit peu d'où il a été produit. Ensuite, on montre la machine torréfacteur, on explique comment c'est transformé, stocké et ensuite, on va faire donc le *cupping*. Là, on explique un petit peu en quoi consiste le *cupping*, quelle est la finalité du *cupping* et comment est-ce qu'on va réaliser ce *cupping* » (FR3).

Le *cupping* devient ainsi une forme d'apprentissage progressif et de découverte sensorielle. Comme l'explique FR1 :

> « Quand j'ai des élèves qui ne sont pas très expérimentés, parfois ils ont du mal à utiliser des mots descripteurs et c'est pour ça qu'on commence toujours avec, par exemple, quand on a le formulaire descriptif du Coffee Value Assessment, on a les CATA (Check All That Apply). Et souvent on dit aux élèves : "Concentrez-vous sur les catégories CATA : frais, floral, fruité (berry/fruits rouges), jasmin, bergamote, chocolat". Ce sont des catégories hyper générales pour décrire le café à partir de ce qu'on goûte, saveur, et on leur dit de juste se concentrer sur des descripteurs généraux au lieu de dire : "Ah ça c'est ça un goût de fraise" » (FR1).

Ainsi, au lieu de trouver une correspondance directe entre une note gustative et un aliment en particulier, les participant·es apprennent à reconnaître les groupes aromatiques plus larges afin de développer leur perception et de verbaliser les caractéristiques sensorielles du café.

Comme souligné par la plupart des interviewés, l'apprentissage passe par la comparaison et le contraste. FR4 décrit précisément son approche pédagogique, ainsi que le processus par lequel les participants acquièrent une sensibilité sensorielle et les notions associées :

> « Les gens qui ne sont pas professionnels éduqués ont souvent du mal à mettre des mots sur leur ressenti et la chose la plus facile à faire pour les aider c'est leur donner trois cafés extrêmement différents et leur demander de les comparer entre eux. Du coup, si je devais organiser un café pour des gens qui débutent, je prendrais un café qui est très léger presque comme le thé avec des notes très délicates ; je prendrais un café qui est extrêmement fermenté, très fort, le genre de café qu'on ne sait pas que ça existe comme goût ; et je prendrais une torréfaction plus poussée sur des notes assez classiques pour être à l'opposé du premier. Le

but c'est de faire des choses qui sont très contrastées et aider les gens de comparer. Et à force de comparer, ils découvrent les notions de corps, d'arômes et de goûts » (FR4).

Également, FR3 introduit le passage de l'expérience sensorielle concrète à l'acquisition d'un véritable vocabulaire : « On propose des cafés de différentes origines, de profil aromatique très différent pour qu'ils voient des différences déjà et ensuite qu'ils les verbalisent » (FR3).

Néanmoins, les participant·es n'utilisent pas uniquement un lexique sensoriel, mais créent des connexions avec leurs émotions, leurs expériences autobiographiques :

« J'ai vu des gens expliquer en racontant des émotions qui étaient au centre quand ils boivent un café. "Ah ce café ça me rappelle un voyage" […] "Ah, ce café me rappelle quand j'avais 17 ans, je marchais dans un champ de blé et l'odeur ça m'a rappelé ça" » (FR1).

Comme observé à Florence, il apparaît que le goût ne peut pas être enseigné car il est très subjectif, mais le *cupping* permet la construction progressive du goût individuel par le biais du contraste entre profils sensoriels, des similitudes et des analogies avec les points de repère de la vie quotidienne ou de la culture des participants.

Cette progression démontre que le *cupping* n'est pas seulement une pratique d'identification des arômes et des *flavors* présents, mais un processus de construction progressive d'un langage sensoriel partagé. Le goût se configure comme une compétence qui se développe grâce à la comparaison, à la verbalisation et à l'échange collectif, plutôt que comme un savoir-faire individuel.

L'apprentissage sensoriel peut passer aussi par l'association entre goûts, couleurs et perceptions sensorielles :

> « Pour les gens qui n'ont jamais goûté des cafés en cupping, c'est la première fois qu'ils le font. De toute façon, quand on goûte la framboise, la myrtille, c'est un peu compliqué de le trouver direct. Donc, on essaie de l'inverse. Il y a beaucoup de gens qui pensent à une couleur et associent ça avec un goût ensuite. Ça peut être le jaune. Une fois qu'ils l'ont trouvé, je leur demande si ça correspond plus à une couleur jaune, un peu tropical […] Est-ce que c'est un peu fruité ? Est-ce que c'est floral ? Et ensuite, on essaie de poser des questions s'ils pensent que c'est fruité. Est-ce que c'est un fruit rouge ou un fruit blanc ?» (FR2).

En outre, selon la méthodologie adoptée par FR4, le langage sensoriel peut être assimilé au langage et imaginaire de la musique :

> « Je demande de goûter le café et de dessiner une courbe pour les sensations en bouche. Par exemple, si vous prenez une cuillère de miel, vous allez avoir une attaque très très douce, très sucré qui va s'ouvrir sur une aromatique beaucoup plus forte et qui va probablement rester très longtemps. Si vous prenez un citron, c'est l'opposé : c'est une attaque très forte, une acidité très forte, on a beaucoup de choses qui se passent, mais après aussi il n'y a pas

énormément de longueur. Donc, je demande aux gens de dessiner un peu une courbe. Après je leur demande de réfléchir à plusieurs éléments : au départ on parle d'attaque, suivi par le corps. Le corps du café c'est deux choses. C'est d'un côté le poids du café sur la langue et d'un autre est-ce que c'est un café qui est soyeux, qui tapisse la bouche, s'il est juteux comme le jus d'orange ? Est-ce que c'est un café qui est tellement lourd qu'on a vraiment l'impression d'avoir du lait ? Et pour la texture ça va être la sensation sur les joues : est-ce que c'est velouté sur le palais ? Est-ce que c'est râpeux, poussiéreux, asséchant ? Et la fin de bouche ça va être la dernière sensation qui reste une fois qu'on avale le café » (F4).

Chaque approche montre que le *cupping* est un outil pédagogique qui ne repose pas uniquement sur la transmission d'un lexique technique, mais sur la construction, à travers l'expérience collective, des compétences et d'une sensibilité sensorielle propres à chaque participant·e.

Ainsi, les professionnel·les visent à réduire l'écart entre l'expertise sensorielle du café de spécialité et l'expérience sensorielle des consommateurs.

6.2 Un espace de construction de communauté

D'ailleurs, le *cupping* ne représente pas seulement un espace d'éducation sensorielle, mais, selon l'expérience de FR4, peut aussi constituer un espace de rencontre et de construction de liens entre les acteurs du café de spécialité :

> « À Lyon, il manquait un côté communauté-café. Même s'il y a beaucoup de baristas qui travaillent dans plusieurs compétitions, qu'ils sont assez enthousiastes, il n'y a pas un vrai lien entre nous tous. Donc, j'ai décidé de faire un *open cupping* une fois par mois. […] On déguste tous ensemble […] le but premier, c'est de vraiment créer un lien et, en même temps, éduquer aussi tous les gens sur la différence […] Quand on se voit ensemble, ça nous donne plus envie de re-goûter pour redécouvrir, pour trouver plus dans la même tasse » (FR2).

Dans ce contexte, la session de *cupping* devient un espace de sociabilité qui renforce le sentiment d'appartenance à une communauté de passionné·es et de professionnel·les.

6.3 Le cupping à l'aveugle

Une autre pratique qui caractérise les sessions de *cupping* pour les non-professionnel·les et qui est mise en évidence par les personnes interrogées, comme à Florence, est le *cupping* à l'aveugle, où toutes les informations dites extrinsèques, sont masquées afin de ne pas influencer les participant·es.

FR1 explique que certaines sessions sont parfois effectuées sous lumière rouge, afin de masquer la couleur du café en tasse :

> « Souvent on fait lumière rouge […] pour ne pas influencer les personnes. Quand il y a lumière rouge, on ne peut pas vraiment voir la couleur du café dans la tasse […] ça évite à ce que les gens soient déjà influencés avant de goûter. Parce que si moi en tant que buveur de *light roast*,

je vois un café, je me dis : ”Ah, c’est un peu foncé la couleur“, je vais déjà avoir une idée dans ma tête de comment c’est, ça va influencer ma perception » (FR1).

L’introduction de la lumière rouge met davantage en évidence la prise de conscience du caractère subjectif de l’expérience de dégustation par la communauté du café de spécialité. Cette méthodologie est cohérente avec les réflexions de la SCA et le nouveau protocole introduit par le CVA.

Cette pratique consistant d’utiliser une lumière rouge permet aux participants non seulement de concentrer l’attention sur les notes sensorielles, mais également d’éviter d’être influencé·es par les caractéristiques physiques, visuelles du café, notamment susceptibles de révéler les méthodes de torréfaction, de transformation et d’extraction.

De même, FR2 explique que les participants dégustent sans connaitre la provenance du café :

> « Je sélectionne et je mets en place le *cupping*, mais je cache le sachet. Comme ça, ils ne sont pas de pris avis sur qu’est-ce qu’ils peuvent goûter. La couleur du sachet, ça peut jouer sur la perception de qu'est-ce qu'ils vont goûter » (FR2).

FR3, de son côté, affirme que, après avoir contextualisé le café dans la torréfaction, les étapes du passage du café vert au café torréfié, l’origine n’est révélée qu’à la fin, lors d’une discussion sur les profils aromatiques : « À la fin du *cupping*, on échange sur chaque tasse en particulier et après avoir échangé sur une tasse sur son profil gustatif, on parle de l'origine de ce café » (FR3).

Cette inversion du récit, notamment au sein du *cupping* à l’aveugle, est particulièrement significative dans le cadre de cette recherche : le café est d’abord évalué pour ses caractéristiques sensorielles avant d’être associé à son origine, en accord avec la logique du CVA visant à limiter les biais liés aux attentes des participant·es.

6.4 La subjectivité de l’expérience de dégustation

Pendant les sessions de *cupping*, bien qu’elles reposent sur les standards et les protocoles SCA, l’expérience sensorielle demeure profondément liée à la perception individuelle des participants.

Les professionnel·les interrogé·es soulignent en effet que la dégustation ne passe pas seulement par l’identification des caractéristiques aromatiques propres au lexique sensoriel, mais par la construction progressive d’une relation avec la tasse de café que le participant est en train de goûter :

> « Même quelqu’un qui ne connaît rien du tout au café, qui ne déguste pas comme ils le font, il peut dire : ‘Ah maintenant je le ressens’. Donc, le *cupping*, j'essaie toujours d'avoir des cafés pour que les gens qui sont en train de faire un *cupping* comprennent la différence, ce qu’ils peuvent goûter. J'essaie aussi de discuter avec chaque personne après le *cupping*, pour voir ce qu’ils ont trouvé, comment ils l’ont trouvé. Pour moi, c’est hyper important dans le sens, même avec toute l'expérience, avec toutes les modifications qu'on peut faire. Le goût à la fin, c'est très subjectif […] pour la culture […] Parfois, ce sont les goûts des fruits tropicaux qu'on

trouve dans la région, et ça, il n'y a aucun rapport. Donc, c'est intéressant d'échanger avec chacun dans son ensemble » (FR2).

Le rôle des professionnel·les est donc celui de créer un espace d'échange permettant une interprétation du café qui repose sur les histoires alimentaires et culturelles des participants, sans imposer une interprétation unique ou des modèles préexistants. Du point de vue décolonial, ce témoignage apparaît comme une remise en question du degré de légitimité accordé à certaines perceptions et descriptions du café par rapport à d'autres.

6.5 Le récit autour du café

Comme à Florence, en France, le récit autour du café apparaît comme une construction discursive orientée vers la mise en valeur commerciale du produit :

> « Quand on présente un produit qu'on veut vendre, ben tout est joli, tout est tout est bon, tout est bien produit et cetera. Alors que la réalité, bah c'est souvent un petit peu plus compliqué […] ça fait davantage de raconter une belle histoire que de raconter une histoire un peu moins sympa » (FR3).

D'ailleurs, les entretiens mettent en évidence le fait que le récit constitue un élément central dans la construction de la valeur du café de spécialité. Toutefois, cette narration répond également à des finalités commerciales.

De plus, les entretiens montrent que les producteurs adaptent eux-mêmes leur récit lorsqu'ils reçoivent des visites dans leur plantation. Comme FR3 l'explique : « C'est normal que le producteur veuille montrer le meilleur de sa ferme […] pas […] la partie de sa plantation qui est moins jolie » (FR3).

En outre, FR3 souligne que les informations transmises remplissent des fonctions pédagogiques aussi :

> « On parle de l'origine, du pays, de l'altitude à laquelle le café a poussé, enfin un petit peu du terroir, du processus de transformation du café. Et c'est là qu'on leur explique un petit peu comment le café est transformé depuis euh bah depuis l'origine parce qu'ils ne connaissent pas forcément les différents process nature et cetera et du coup par ce biais enfin en présentant les cafés on leur présente aussi les process les différentes origines de terroir de production de café » (FR3).

FR3 ajoute que pendant le *cupping*, au moment où les origines sont présentées, « on a une petite carte de présentation du café avec la petite histoire de de la ferme qui a produit le café ou de la coopérative […] on parle des variétés, d'altitude du lieu de production, transformation, profil aromatique et de la personne aussi qui a produit le café » (FR3).

Ainsi l'attention se porte ici sur la personne ayant produit le café. La torréfaction partage des informations biographiques sur la productrice ou le producteur surtout quand la relation est directe : « Il y a certains cafés qu'on achète en direct, c'est-à-dire qu'on va sur place, on sélectionne le café et puis on l'achète […] on sait mieux présenter le café puisque on a davantage d'information dessus » (FR3).

Une question demeure toutefois centrale : quelle est la place réellement accordée à la personne productrice dans ce récit ? La personne concernée a-t-elle consenti au partage de ces informations, ou celles-ci sont-elles principalement mobilisées à des fins commerciales ou au nom d'une exigence de transparence ? Cette observation rappelle ainsi que la transparence ne dépend pas uniquement des informations rendues visibles, mais aussi des modalités selon lesquelles elles sont produites, sélectionnées et diffusées. En reprenant la métaphore de Mignolo et Walsh (2024), le marionnettiste dispose-t-il réellement de l'accord de ses marionnettes ?

6.6 La construction de la qualité : une définition toujours multifactorielle

Toutes les personnes interrogées ont proposé leur propre définition de la qualité d'un café. Malgré cette diversité de points de vue, leurs discours convergent autour d'un ensemble de critères récurrents qui apparaissent comme des composantes essentielles de la qualité.

F4 fournit une définition particulièrement claire et directe :

> « Un café qualitatif, c'est un café qui est issu d'une chaîne de production réellement éthique. Cela veut dire que chaque acteur sur la chaîne de production a été rémunéré pour son travail d'une manière volontaire et cohérente. C'est une chaîne de production :
>
> - Éthique, traçable et transparente ;
> - Sans défaut majeur (ce qui implique une envie de très bien faire à chaque étape) ;
> - Récolté à la main à la bonne maturité ;
> - Trié, séché tout doucement pour préserver l'embryon ;
> - Torréfié de manière à révéler le terroir sans le cacher ;
> - Extrait avec un vrai savoir-faire ;
>
> C'est une économie de création de valeurs et pas tellement de volume » (FR4).

En revanche, FR2 se concentre sur la disponibilité d'informations :

> « Pour moi un café de qualité, évidemment il faut qu'il soit bon. Il faut que le goût soit bon, les saveurs, enfin que la transparence aussi soit là […] Il faut qu'on ait le plus d'informations sur le producteur ou la productrice, la façon dont il a été récolté, procédé, fermenté et cetera » (FR2).

Par ailleurs, FR2 insiste sur l'importance du contrôle qualité :

« ça ne peut pas être passif, c'est vraiment le triage et la sélection d'un café […] en production […] qui change la qualité le plus pour moi […] Pour moi, le plus important, c'est la qualité contrôlée après la production » (FR2). Selon FR2, ce contrôle de la qualité se traduit notamment dans la complexité sensorielle du café. C'est dans ce sens que FR2 déclare : « Personnellement, quand je sélectionne un café, ce qui m'intéresse le plus, c'est la complexité plus que l'intensité » (FR2).

En outre, FR1 attire l'attention sur les dimensions esthétiques et commerciales de la construction de la qualité :

« On peut encore se référer au Coffee Value Assessment où par exemple ils ont intégré dans les formulaires la notion de qualité extrinsèque sur un café et même on peut parler du packaging. Généralement on est influencé, c'est sûr, on est influencé par des choses qu'on trouve et du coup si on voit un paquet de café qui est moche, on va peut-être se dire : 'Ah ce n'est peut-être pas un bon café, ce n'est peut-être pas un café de qualité'. Alors que si on voit un super packaging avec un logo et je ne sais pas même le nom du torréfacteur un peu drôle, on peut être enclin à croire que c'est ce n'est peut-être pas » (FR1).

FR3 apporte une approche plus globale, dans la mesure où son expérience comprend également la production de café en Amérique du Sud :

« J'apporte un petit peu d'information complémentaire lors des *cupping* ou d'un point de vue producteur aussi bien sûr même si on gère la ferme à distance hm et qu'on y va une fois par an, c'est intéressant d'avoir un autre point de vue » (FR3).

Sa définition de la qualité apparaît ainsi multidimensionnelle :

« Pour moi, un café de qualité, c'est un café qui coche toutes les cases […] la case de la qualité sensorielle, la qualité environnementale, économique, enfin le prix auquel on a payé le produit et social. Oui, pour moi la qualité du café soit elle se maintient du début à tout au long de la filière, soit elle est dégradée. […] chaque acteur doit ajouter euh une plus-value au café » (FR3).

Les différentes définitions proposées mettent en évidence que la qualité du café est pensée comme une construction multifactorielle dont les différentes dimensions s'articulent étroitement les unes aux autres. Les dimensions sensorielles, sociales, économiques, environnementales sont systématiquement mobilisées, ce qui confirme que la qualité ne peut pas être réduite aux seules caractéristiques sensorielles. Néanmoins, ces définitions demeurent ancrées dans un contexte propre au Nord global et restent influencées par les standards institutionnels diffusés par la SCA.

6.7 (Dé)construire les stéréotypes de l'origine en tasse

Un décalage significatif entre la narration dominante, principalement focalisée sur l'origine géographique, et la réalité sensorielle observée ressort des entretiens. Ceux-ci montrent que les méthodes de transformation jouent un rôle déterminant dans le développement des profils aromatiques, soulignant que le goût ne peut pas être réduit à une simple expression du territoire d'origine.

À ce propos, FR1 illustre clairement les stéréotypes liés au binôme origine/profil sensoriel dans le secteur du café de spécialité :

> « Généralement dans le secteur, les gens disent souvent que les cafés brésiliens sont un peu basiques avec souvent des profils un peu standard, on va dire chocolat, noisette, peut-être un peu de sucre brun, miel. […] on voulait montrer que le café du Brésil n'est pas standard […] généralement, on a souvent l'habitude de penser que tel pays, le café de tel pays va goûter comme ça. Éthiopie, c'est jasmin, c'est bergamote. Colombie, là on est sur le côté lavé avec un peu de fruits. Brésil, par contre, c'est vraiment plus des nature chocolat et noir […] Et du coup, moi je trouve que c'est dommage parce que surtout aujourd'hui il n'y a plus de règles. Je pense que le *cupping* peut vraiment montrer aux gens et surprendre aussi, en montrant qu'on ne peut pas savoir comment on va déguster juste en connaissant le pays d'origine » (FR1).

À ce sujet, FR2 sur le fait que les associations établies entre un terroir et un profil sensoriel attendu peuvent être réductrices : « Aussi, on base souvent la prévisibilité du goût sur le nom de la région, ce qui n'est pas toujours juste. Ce sont des choses dont on discute peu, même dans le milieu professionnel » (FR2).

En ce qui concerne la capacité des *cupping* d'influencer la perception des consommateurs des pays d'origine du café, FR2 souligne leur potentiel pédagogique : « Oui, le *cupping* apporte une intention. On est là pour découvrir le café avec une démarche spécifique, ce qui donne plus de valeur au produit pour les gens ». FR2 ajout toutefois l'importance d'une approche ouverte lors de la dégustation :

> « L'important est de ne pas avoir de jugement et de rester ouvert. Par exemple, je n'aimais pas le goût de tomate que l'on trouve parfois dans certains cafés, mais il faut accepter que d'autres personnes adorent cela. Il faut communiquer cette ouverture d'esprit aux gens » (FR2).

Ainsi, le *cupping* vise à remettre en question l'idée qu'il existerait des profils prédéfinis associés à certaines origines.

Dans cette même perspective, FR4 met en évidence la difficulté d'identifier un terroir précis à travers la seule dégustation :

> « Dans le café, c'est extrêmement difficile d'identifier le terroir […] On peut éventuellement identifier le continent parce que si on généralise : le café d'Afrique a un peu plus d'acidité,

d'Amérique centrale c'est un peu plus classique en profil et les cafés disons d'Asie ont souvent un côté un peu végétal » (FR4).

Cette remarque montre que la catégorisation des cafés par origines repose souvent sur des généralisations qui ont tendance à homogénéiser la matière première caractérisée par une grande diversité.

À l'inverse, FR4 met l'accent sur le fait que « les processus de fermentation ont des signatures assez claires » mettant ainsi en évidence une réflexion centrale : si l'origine géographique est souvent au centre du récit du café de spécialité, les méthodes de transformation constituent aussi un facteur déterminant dans la caractérisation du profil sensoriel en tasse.

Par conséquent, le *cupping* devient un espace permettant une compréhension plus holistique, intégrant les choix techniques, les pratiques de production et la diversité des expressions sensorielles.

6.8 Controverses du secteur du café de spécialité

À l'égard de la SCA et de l'introduction du CVA, FR4 adopte la posture la plus critique entre les sujets interviewés. FR4 estime que « il y a des choses qui doivent changer et que [le CVA] est un essai de changement, mais qu'il n'est quand même pas optimal. Ça a créé une définition extrêmement permissive. Les mots utilisés, les qualités intrinsèques, extrinsèques – ce sont des mots très vagues qui veulent dire tout et son contraire » (FR4).

En plus, selon FR4, le CVA a des questions économiques liées à la mise en valeur du café et à la définition du prix, un enjeu historiquement complexe dans la filière : « Je trouve que c'est assez paresseux comme définition. Il y a aussi le fait que le café de spécialité est acheté en dehors de la bourse, sur des différentiels. Si le prix de la bourse de New York augmente trop, ça peut impacter la volonté d'honorer les contrats de spécialité car c'est beaucoup plus de travail » (FR4).

De plus, FR1 introduit une autre controverse liée au développement du secteur : le tourisme dans les pays producteurs. Selon FR1, : « les choses les plus controversées sont les voyages dans les pays d'origine […] d'Européens ou Américains qui ont cette envie absolue d'aller voir leur producteur produire » (FR1).

Ces pratiques peuvent être analysées à la lumière des approches décoloniales comme une reproduction potentielle des rapports asymétriques issus de la matrice coloniale du pouvoir élaborée par Mignolo. Dans certains cas, les producteurs de café risquent d'être réduits à des objets à de connaissance et de narration destinés aux consommateurs occidentaux, plutôt qu'être reconnus comme des acteurs pleinement autonomes de la chaîne de valeur. La présence physique des producteurs dans le récit ne garantit pas nécessairement une véritable reconnaissance de leur voix et de leur agentivité.

FR1 souligne d'ailleurs cette tension :

« On y va avec nos attentes et parfois nos attentes c'est que le producteur il va passer toute la semaine avec moi expliquer tout ce qu'il fait, tout son process. Moi je veux tout voir de son métier, savoir tout sur comment il fait, comment il récolte les grains de café que je lui achète » (FR1).

Par ailleurs, FR1 ajoute :

« Le problème c'est que les producteurs déjà ils galèrent financièrement et pour nous, torréfacteurs et cetera, quand on vient de pays plus riches comme la France et qu'on leur impose nos visites et qu'on leur oblige de nous montrer tout ce qu'ils font, bah c'est du temps en moins du coup pour produire » (FR1).

FR1 rapporte aussi des pratiques où certains torréfacteurs « restent trois-quatre semaines, ils dorment sur place et ils imposent aux producteurs d'utiliser certaines levures pour faire la fermentation de tel café ou ils disent : "Est-ce que tu peux fermenter avec tel fruit ou telle épice parce que nous on vend ça chez nous". Et je pense que souvent ce qui se passe c'est que, sauf si le torréfacteur a payé d'avance pour le lot, s'il y a un souci et que ça ne marche pas, c'est le producteur qui paye, qui perd son temps, son argent, sa récolte et tout » (FR1).

Ces exemples mettent en lumière certaines tensions internes au secteur du café de spécialité. Bien que les producteurs deviennent visibles dans les récits de transparence et de traçabilité, leur capacité décisionnelle peut rester en arrière-plan face aux attentes des acteurs situés dans les pays de consommation. Le sujet central devient ainsi la participation effective des producteurs dans la construction de la valeur du café.

Enfin, comme souligné par les entretiens à Florence, les interviewés basés en France évoquent l'accessibilité limitée de l'offre formative proposée par la SCA. FR2 explique :

« La SCA *education*, c'est une ligne qui est le moins développée, surtout ce qui est SCA. Jusqu'à maintenant, je n'ai fait aucune formation SCA, mais je pensais beaucoup plus aux compétitions […] Même dans un pays comme la France, [où] la communauté de café *specialty* est hyper développé, trouver une éducation accessible, c'est dix fois plus compliqué de trouver et participer à une compétition gérée par le même organisme. Accessibilité dans le sens de combien ça coute. Dans ce sens-là, si on regarde comme ça, d'avoir des changements sur la structure de l'éducation, c'est important. [Le fait] d'avoir standardisé, je pense que ça peut aussi ramener beaucoup d'opportunités quand on regarde sur un but global » (FR2).

Ainsi, malgré le développement croissant du café de spécialité en France, ces témoignages révèlent une tension entre la direction actuelle de la SCA, orientée progressivement vers la compétitivité et l'exclusivité, et sa volonté initiale de standardiser et professionnaliser le secteur.

6.9 Construire la valeur économique du café

Il apparaît ainsi que la valeur économique du café ne repose pas uniquement sur sa qualité gustative, mais également sur le système d'information, des pratiques et des récits qui l'entourent ainsi que sur les significations qui leur sont attribuées tout au long de la filière.

> « On est prêts à payer un prix premium sur des cafés […] Est-ce que tous les torréfacteurs sont transparents avec les tarifs qu'ils payent leurs producteurs ? Je pense que le but du Coffee Value Assessment c'était de donner plus de valeur au café pour que les gens puissent éventuellement être mieux rémunérés. On a vu ces dernières années les prix des cafés exploser sur le marché. Le but c'est qu'on arrive à soutenir le marché en faisant en sorte qu'on donne plus de valeur au produit » (FR1).

De son coté, au moment de la sélection des cafés, FR3 explique que chaque étape de l'évaluation détermine la décision finale d'achat de la torréfaction :

> « Lors de l'achat du café on goûte le café. Si le profil aromatique nous convient, on passe à l'étape suivante […] le prix du café. Si un café qui est hors de prix et qu'on ne pourra pas vendre, on ne le prend pas […] ensuite, on regarde tout ce qui est social, environnemental et cetera » (FR3).

Ces témoignages mettent en évidence que la valeur économique du café de spécialité est le résultat d'une négociation constante entre plusieurs dimensions : la qualité sensorielle, la faisabilité économique, ainsi que les considérations sociales et environnementales. La valeur du café se révèle donc comme multidimensionnelle et construite par l'ensemble des acteurs de la chaîne plutôt qu'une caractéristique intrinsèque et universelle du produit.

Par conséquent, cette conception de la valeur dépasse une logique purement marchande en intégrant différents niveaux de la production et de la filière. Néanmoins, les entretiens soulignent aussi que cette approche demeure traversée par de nombreuses contradictions, notamment par l'écart persistant entre les principes théoriques et leur mise en place effective.

6.10 Le paradoxe du café de spécialité : la transparence

La traçabilité et la transparence constituent des éléments incontournables dans le domaine du café de spécialité ; pourtant, un paradoxe émerge des entretiens réalisés. FR1, à ce propos, déclare :

> « Je pense que là il y a un gros gap de compréhension entre torréfacteurs et aussi un manque de transparence […] si ça aide les producteurs et les productrices à vendre plus cher leur café, bah peut-être c'est mieux quoi. Tant mieux s'il y a un peu moins de transparence » (FR1).

Contrairement à FR1, à l'égard des aspects problématiques ou controversés du secteur, FR2 souligne certaines tendances d'expérimentation de la filière, telles que la co-fermentation :

> « On ajoute des éléments externes (levures, fruits) dans le container de fermentation. Cela permet de vendre des cafés de moindre qualité à un prix plus élevé car le goût est boosté artificiellement. Pour moi, c'est problématique car cela évite de travailler sur la qualité réelle de la production en amont » (FR2).

Ces expérimentations peuvent être interprétées comme une pratique controversée dans la mesure où, au lieu de renforcer la mise en valeur de la matière première et du travail en amont de la filière, elles peuvent contribuer à transformer artificiellement le profil sensoriel d'un café et, par conséquent, à changer les critères de perception de sa qualité.

Parmi les éléments qui restent souvent peu visibles dans le récit du café de spécialité lors des sessions de *cupping* ressort notamment la question du prix : « Même avec toute la communication, cela reste souvent opaque. On devrait être plus justes envers le travail des producteurs » (FR2).

Toutefois, certaines initiatives peuvent constituer des exceptions, comme celle de FR3 qui, dans le cadre de la gestion de sa plantation à café, a choisi de rendre publics les coûts de production :

> « On a fait une infographie sur les coûts de production de notre plantation de café pour donner un petit peu plus de visibilité à combien est-ce que ça peut coûter produire un café, mais dans un contexte spécifique » (FR3).

Le fait que FR3 évoque les coûts de production dans un contexte spécifique est particulièrement significatif dans le cadre de cette recherche dans la mesure où FR3 souligne que son approche n'est pas présentée comme universelle, mais comme située. De plus, la mise en visibilité de la distribution de valeur économique au sein de la chaîne de production, fondée sur un contexte et sur des données concrètes, témoigne d'une tentative de rendre visibles les mécanismes économiques de la production à partir d'une réalité particulière.

La transparence apparaît ainsi comme une composante profondément ambivalente : bien qu'elle représente une valeur centrale du café de spécialité, ses modalités de mise en œuvre et ses limites font encore l'objet de discussion parmi les professionnel·les.

Cette ambivalence peut être interrogée sous une perspective décoloniale : la visibilité accordée à un élément du récit ne comporte pas directement une vision d'ensemble des rapports sociaux, économiques et historiques qui structurent la filière. La transparence demeure ainsi une notion située dépendant des acteurs qui construisent le récit ainsi que des choix opérés dans la sélection des informations partagées.

À cet égard, il apparaît nécessaire de s'interroger non seulement sur le degré de transparence de la filière, mais aussi sur les acteurs qui définissent les termes de cette transparence, sur les informations et les dimensions qui demeurent absentes du récit dominant.

6.11 La réflexivité du monde du café de spécialité

« On est tous en train de faire ce qu'on peut pour essayer au moins de mieux comprendre » (FR1).

Les entretiens dans les contextes de Lyon et Paris montrent un secteur particulièrement réflexif, dans lequel les professionnels reconnaissent à la fois les avancées réalisées, les contradictions existantes et les limites du modèle actuel. Ils remettent également en question les relations de pouvoir qui caractérisent le secteur : « Les idées et les objectifs sont valides, mais en action, cela dépend vraiment de chaque personne et de chaque entreprise et de la manière dont elles interprètent leur mission » (FR2).

7 Convergences et divergences des cas d'étude

Cette recherche trouve sa raison d'être dans la volonté de comprendre le récit construit autour du café de spécialité lors des sessions de *cupping* proposées par les torréfactions et les coffee shops, sous une perspective décoloniale intersectionnelle, telle que développée respectivement par Mignolo et Lugones.

À travers l'analyse et l'interprétation des entretiens réalisés à Florence, Lyon et Paris, il apparaît que les sessions de *cupping* représentent bien plus qu'une méthode de dégustation : elles constituent un espace de médiation culturelle, de transmission et de construction des connaissances, ainsi qu'un lieu de remise en question du récit dominant autour du café.

Les résultats de cette recherche révèlent en premier lieu que le *cupping* favorise une véritable éducation sensorielle. Les méthodes pédagogiques sont variées et progressives, visant à accompagner les participant·es, tout en leur donnant les outils nécessaires à l'assimilation des compétences autonomes. Le goût émerge ainsi comme une construction collective et inductive, développée à travers un parcours d'apprentissage partagé et la création progressive d'un langage sensoriel commun.

Par ailleurs, il ressort des entretiens que l'objectif affiché des sessions de *cupping* consiste à former des consommateurs capables d'identifier la qualité du café à travers un protocole standardisé et un vocabulaire sensoriel partagé, présentés par la SCA comme permettant une évaluation aussi objective que possible.

Cependant, cette prétention à l'objectivité constitue une catégorie native mobilisée par les acteurs du domaine du café de spécialité. Comme le montre le cadre théorique adopté dans cette recherche, les critères et les dispositifs de définition de la qualité reposent eux-mêmes sur des normes historiquement et institutionnellement situées dans le Nord global. L'objectivité revendiquée renvoie ainsi à un système de référence élaboré et institutionalisé par la SCA, plutôt qu'à une neutralité indépendante de tout contexte historique, social et culturel.

Les entretiens mettent également en évidence que les professionnels développent leurs savoirs et leurs compétences dans le cadre des formations spécialisées, notamment celles proposées par la SCA, ainsi qu'au sein des réseaux professionnels du secteur. Les catégories sensorielles mobilisées lors des sessions de *cupping* sont ainsi largement façonnées, légitimées et transmises par cette institution, contribuant à la diffusion d'un référentiel de qualité commun et d'un langage sensoriel partagé.

Dans les trois contextes analysés, le *cupping* se révèle comme un outil pédagogique et une pratique d'éducation sensorielle, où la définition de la qualité se construit à travers un dialogue entre l'expérience gustative et les pratiques narratives.

Les producteurs jouent toujours un rôle central dans le récit du café de spécialité, tandis que les professionnel·les conduisant la séance de *cupping* assume la fonction de médiation des savoirs. Les

éléments liés à l'origine géographique, au terroir, aux caractéristiques de production et de transformation sont employés comme vecteurs d'authenticité et de création de valeur.

Cependant, le prix ainsi que la transparence concernant la redistribution de la valeur économique tout au long de la chaîne restent peu visibles, révélant une contradiction interne au secteur entre la mise en valeur du producteur dans le récit et la faible visibilité des mécanismes économiques réels.

De plus, le lexique sensoriel employé lors des sessions demeure situé et adapté aux expériences culturelles et aux références des participants, dans une démarche d'éducation progressive visant à l'assimilation des compétences permettant d'identifier la qualité selon les critères établis par le secteur.

La critique concernant l'inaccessibilité des formations de la SCA se révèle comme élément transversal aux contextes observés, tout comme les tendances élitistes et exclusives associées au domaine du café de spécialité. Une autre critique concerne les expérimentations liées aux fermentations et aux levures qui peuvent être perçues par certain·es professionnel·les comme des éléments qui pourraient déplacer l'attention portée à la qualité intrinsèque de la matière première.

Par rapport au contexte de Florence, des entretiens réalisés à Lyon et Paris ressortent des thèmes supplémentaires.

FR3 et FR4 mettent notamment en évidence la rigueur méthodologique du protocole développé par la SCA, tout en adoptant des positions critiques à l'égard du CVA et de l'institution elle-même.

Par ailleurs, FR1 et FR2 soulignent que le rôle du packaging comme élément susceptible d'influencer la perception des consommateurs.

Une autre critique particulièrement significative pour cette recherche, évoquée par FR1, concerne le développement du tourisme dans les plantations de café des pays d'origine. Cette question met en évidence les asymétries persistantes entre Nord et Sud globaux, ains que l'écart possible entre récit construit dans les espaces de consommation et les réalités vécues dans les territoires, où ces derniers risquent d'être représentés comme objets plutôt que comme sujets détenteurs de connaissances.

À noter, seulement dans le contexte de Florence, le passé colonial et l'histoire sont évoqués par IT4 comme des éléments incontournables du récit, afin de contextualiser la consommation du café et d'ouvrir une réflexion critique chez les consommateurs.

De même, alors que IT2 dénonce un manque de transparence et l'absence de rapport de mécanismes clairs de communication sur la répartition de la valeur, FR3, en tant que professionnel·le impliqué·e à la fois dans la production et dans la torréfaction, explique avoir publié un rapport public sur les coûts de production de sa plantation. Bien que cette pratique demeure une rareté, la transparence peut ainsi constituer une pratique mise en œuvre par différents acteurs de la filière.

7.1 Réponses aux questions de recherche

Dans le cadre de cette recherche, les résultats ont été analysés afin de répondre aux questions de recherche suivantes.

7.1.1 Comment les origines géographiques et la filière sont-elles présentées ?

Lors des sessions de *cupping*, les origines géographiques sont généralement présentées à travers des pratiques narratives liées à la provenance du café, aux techniques de production, au terroir, dans certains cas, à l'histoire du producteur ou productrice, notamment lorsque la relation entre la torréfaction et la production est directe.

Dans les différents contextes étudiés, le récit semble souvent s'orienter vers une narration moins poétique et plus concrète, tout en demeurant fondée sur une sélection raisonnée des thèmes abordés et des informations transmises. L'objectif affiché est de sensibiliser les consommateurs afin d'élargir leur conception du café en le présentant non seulement comme une boisson, mais aussi comme une matière première, un produit agricole et culturel complexe.

La transmission de ces informations constitue ainsi un choix de la part des professionnel·les, visant à encourager une consommation plus consciente du café et développer un égard plus critique vis-à-vis de la filière.

7.1.2 Quels acteurs sont-ils rendus visibles ?

Les sessions de *cupping* contribuent à rendre visibles certains acteurs de la filière, notamment les producteurs, les coopératives et les régions d'origine. Cependant, cette visibilité demeure limitée par la médiation et la posture des professionnel·les du Nord global qui construisent et transmettent le récit.

Ainsi, la visibilité observée relève davantage d'une représentation que d'une véritable prise de parole directe des producteurs. Ceux-ci constituent le cœur du récit lors des sessions de *cupping*, mais ils restent absents de l'interaction elle-même : leur histoire est racontée par des autres acteurs (cf. IT4), plutôt que par eux-mêmes. La visibilité qui leur est accordée ne peut pas être assimilée à une forme d'agentivité, dans la mesure où ils demeurent principalement des sujets représentés dans le récit plutôt que des acteurs participant directement à sa construction.

Par ailleurs, les importateurs et les *green coffee traders* sont rarement évoqués, ce qui contribue à rendre certaines dynamiques économiques moins transparentes, notamment en ce qui concerne les coûts, les marges et la définition des prix du café.

Par conséquent, la médiation et la sélection des informations opérées par les professionnel·les qui animent les sessions de *cupping* mettent en évidence une tension entre visibilité et agentivité. Les producteurs occupent une place centrale dans le discours de la dégustation, mais leur voix demeure absente. Ils apparaissent ainsi comme des figures essentielles du récit, tout en étant parfois représentés

à travers leur fonction productive, sans que d'autres dimensions de leur expérience sociale, économique et culturelle soient nécessairement intégrées.

7.1.3 Quel lexique et quels références culturelles sont-ils employés ?

Du point de vue de la dégustation, le langage employé lors des sessions de *cupping* apparaît comme une combinaison entre lexique technique, vocabulaire sensoriel et références culturelles issues du quotidien des participants. Les professionnel·les adaptent leur discours au niveau d'expérience du public et utilisent des analogies, des métaphores ou d'exemples concrets, afin de rendre les caractéristiques sensorielles du café plus accessibles, notamment pour les novices.

Catégorie de lexique	Exemples
Lexique de méthodes de transformation	Anaerobico, lavato, honey, naturale (IT1, IT2) | fermentazione (IT1, IT2, IT3)
	Lavé (FR1) | co-fermentation, quaker (FR3)
Lexique standardisé/institutionnel	Q-grader (IT1) | Flavor Wheel (IT2) | CATA (FR1) | CVA, SCA (IT1-IT4, FR1-FR4)
Méthodologie du *cupping*	*Cupping* alla cieca (IT4)/blind *cupping* (IT2)/*cupping* à l'aveugle (FR1-FR4) | slurping (IT2) | rompere la crosta (IT3, IT4)/casser la croute (FR1) | ratio
Lexique botanique : espèces et variétés	Arabica (IT2) | robusta (IT2) | liberica (IT2) | Pink Bourbon (IT1) | Bourbon Mixed Heirloom (IT2)
Lexique de production	Terroir (FR2, FR4) | finca (IT1, IT2) | fazenda (IT3) | rapporto diretto (IT2, IT3)
Références géographiques	Brésil, Éthiopie (FR1, FR4, FR3) | Kenya (FR1) | Perou, Ecuador (FR3)
	Brasile, Etiopia, Colombia (IT1-IT4) | Guatemala (IT1, IT2, IT3) | porto di Santos, Uganda (IT3) | Honduras, Congo, Rwanda, Costa Rica (IT4) | El Salvador, Tanzania (IT1) | Indonesia, Vietnam, India, Cina (IT2) | Panama (FR1, IT1, IT3)
Lexique sensoriel sur la texture	Soyeux, velouté, juteux, râpeux, poussiéreux, asséchant (FR4)
Analogies du corps avec des éléments du quotidien	Succo di mela vs succo di pera, latte intero/scremato, succo di limone con o senza zucchero (IT1) | acqua vs latte (IT2) | tè[21] (IT2, IT4) | jus d'orange, lait (FR4)
Métaphores avec des éléments du quotidien	Couleurs (FR2) | Musique (FR4)
Analogies avec d'autres produits agricoles connus	Vino (IT1, IT2) | Mele, olive (IT2) | bière (FR4)
Références culturelles	fragola (IT2, IT3) | mirtillo (IT2, IT3, IT4) | albicocca, cioccolato (IT2, IT3) | ananas, arancia, caramello, limone (IT2) | cacao, ribes, frutti rossi, passion fruit (IT4) | mandarino (IT3) | frutta secca (IT1, IT4) | marmellata di fragole (IT3)
	Fraise, jasmin, bergamote, fruits rouges/berry, noisette, sucre brun (FR1) | framboise, fruit blanc, tropical, tomate (FR3) | agrumes (FR4) | chocolat, miel (FR1, FR4)
Descripteurs sensoriels	Acidità (IT1-IT4) | acidità citrica, malica (IT2) | aroma (IT2) | corpo (IT1, IT2, IT4) | dolcezza (IT2, IT4) | retrogusto (IT1, IT2) | aspro (IT4) | Pulito (IT2, IT4) | Fruttato (IT3, IT4) | note speziate, note fruttate (IT3)

[21] Généralement utilisé comme analogie avec les cafés du Kenya (IT2, IT4).

	Acidité citrique (FR3, FR4) | corps (FR1, FR4) | droit[22](FR1) | Acidité, acidité malique, acidité céréale, longueur, aigre, brillance, sucrosité, fin de bouche, poids du café sur la langue (FR4) | Floral, Fruité (FR1, FR3) | Frais (FR1)

TABLEAU 4

Le Tableau 4 synthétise les principales catégories lexicales identifiées dans le *corpus* empirique. Il montre que les professionnel·es mobilisent un vocabulaire technique, sensoriel, botanique ainsi que des références culturelles. Cette variété lexicale permet d'adapter le discours au niveau du public participant (débutant, expérimenté, passionné, etc.), tout en contribuant à la construction des représentations des origines et à l'élaboration d'un vocabulaire sensoriel commun.

Les différentes catégories jouent des fonctions complémentaires. Le lexique technique permet d'expliquer les méthodes de transformation du café à l'origine, les espèces et les variétés botaniques, ainsi que les protocoles du *cupping* et les standards institutionnels.

Par ailleurs, le lexique sensoriel se distingue par sa diversité : les descripteurs sensoriels renvoient à des catégories sensorielles standardisées, tandis que les références culturelles ainsi que les analogies et les métaphores fournissent des exemples issus de la vie quotidienne des participant·es afin de rendre l'expérience sensorielle plus accessible.

De plus, les références géographiques apparaissent souvent dans le *corpus*, ainsi que des termes spécifiques liés aux exploitations agricoles (comme « *finca », « fazenda »*) ou à des lieux stratégiques de la filière, comme le port de Santos au Brésil. Ces repères permettent de contextualiser le récit dans un espace concret ; néanmoins, ils peuvent aussi évoquer certains imaginaires associés au Sud global, contribuant parfois à la construction d'une image « édulcorée » (Said 1978) et/ou stéréotypique des pays de production.

Ainsi, le récit autour des origines peut parfois reproduire certaines représentations simplifiées et des stéréotypes, mails il peut également représenter un espace permettant leur remise en question.

Par exemple, lors d'un *cupping* consacré aux cafés brésiliens, FR1 explique que l'objectif affiché de la séance était de déconstruire l'image du café du Brésil considéré comme « basique » et associé à des profils gustatifs standard comme « chocolat, noisette, […] sucre brun, miel » (FR1). La dégustation devient ainsi un outil permettant de révéler la variété et la complexité sensorielles du café au sein d'un même pays, remettant en question l'association parfois automatique entre origine géographique et profil gustatif attendu.

Une dynamique similaire se présente avec le témoignage d'IT2, qui souligne que certains pays comme le Vietnam ou l'Indonésie sont souvent associés à une production de café robusta destinée au

[22] Terme issu de l'œnologie : « Ce café il est droit dans le palais » (FR1).

marché de masse et donc perçu comme de moindre qualité. Ces idées préconçues influencent les attentes des professionnels ainsi que des consommateurs finaux.

Ces représentations influencent les participants avant même la dégustation : « Noi abbiamo avuto proprio il caffè di Indonesia dove i ragazzi hanno detto "Non mi va di assaggiarlo". E io sempre provo a dire "[…] provate tutto perché poi almeno sa[pete] cosa sta succedendo nel mondo" » (IT2).

Dans ce cas, la séance de *cupping* constitue une opportunité de dépasser une association directe entre pays d'origine, espèce botanique et perception préalable de la qualité.

Dans cette perspective, le témoignage d'IT4 montre le potentiel des sessions de *cupping* dans la remise en question des représentations simplifiées et monodimensionnelles des producteurs. Le cas du Rwanda est significatif : IT4 ne présente pas uniquement ce café à travers son indication géographique, mais comme le résultat d'un ensemble de dimensions historiques, sociales et politiques.

> « Quando parliamo di caffè del Rwanda […] è impossibile non menzionare la sua storia e far capire come mai adesso la maggior parte delle piantagioni sia in mano a gestione femminile. […] c'è stato un genocidio nel [19]94, c'è stata […] la riduzione dell'80% degli uomini e quindi […] le donne […] hanno preso in mano le piantagioni […] hanno iniziato a formarsi e ad assaggiare il caffè, perché in tanti paesi di origine molte persone non bevono il caffè che producono, perché […] c'è sempre stata una propaganda coloniale che dice "No, lo importiamo tutto, il caffè non è buono" […] "Voi bevete il tè oppure il caffè solubile", come succede tante volte in Asia » (IT4).

Dans ce cas, ce récit constitue une tentative de dépasser une représentation réduite des productrices de café, qui ne sont plus associées uniquement à une origine géographique ou à une catégorie sociale déterminée, mais elles sont présentées comme des professionnelles disposant de savoirs, de compétences et d'une capacité décisionnelle dans la définition de la valeur de leur production.

Néanmoins, cette narration demeure produite depuis une position située dans le Nord global. Ainsi, meme lorsqu'elle vise à rendre visibles certaines réalités invisibilisées, elle reste inscrite dans une démarche de médiation et de sélection opérée en aval de la chaîne de production.

7.2 Discussion des résultats en dialogue avec la perspective décoloniale

Les cas d'étude analysés montrent que les sessions de *cupping* constituent, d'une part, un espace permettant aux consommateurs de développer leurs connaissances autour de la filière caféière ; d'autre part, les résultats soulignent que cet espace demeure inscrit dans des pratiques narratives et des cadres de référence issus du Nord global.

Ainsi, les producteurs acquièrent une visibilité majeure dans le domaine du café de spécialité par rapport au secteur du café industriel. Néanmoins, cette visibilité et leur présence au sein du récit est le résultat d'une médiation opérée par les professionnels qui conduisent les sessions de *cupping*.

Une tension constante émerge ainsi entre la volonté de rendre la filière plus transparente et la persistance d'un lieu d'énonciation situé dans le Nord global, à partir duquel le café de spécialité, en tant que domaine socialement et historiquement construit, produit ses propres catégories de savoir, de qualité et de valeur.

À la lumière de ces résultats, la contribution de cette recherche ne vise pas à proposer un « modèle décolonial du *cupping* », mais plutôt à montrer comment les sessions de *cupping*, en tant qu'espaces contemporains de construction des savoirs, de la qualité, de la valeur autour du café de spécialité, constituent un terrain privilégié pour observer les dynamiques de représentation et de visibilité au sein de la filière.

Le *corpus* empirique de cette recherche est constitué exclusivement des professionnels qui travaillent en Europe, par conséquent le lieu d'énonciation demeure situé dans le Nord global. Cette recherche ne prétend pas représenter les perspectives des producteurs, mais vise à proposer une analyse critique des pratiques de narration autour du café de spécialité, dans une démarche attentive à ne pas reproduire les mécanismes d'extractivisme épistémique évoqués par la pensée décoloniale.

8 Conclusions

Cette recherche est née de la volonté de comprendre comment les sessions de *cupping* organisées par les torréfactions et les coffee shops de spécialité contribuent à la construction du récit autour des origines du café, à partir d'une perspective décoloniale et intersectionnelle inspirée notamment des discours de Mignolo et Walsh (2024) et Lugones (2023).

Cette recherche s'appuie sur une analyse qualitative de huit entretiens réalisés à Florence, Lyon et Paris, afin d'observer les modalités qui caractérisent les sessions de *cupping* en termes de dégustation sensorielle, de transmission des savoirs et de construction des définitions de qualité.

Les résultats de la recherche révèlent que les sessions de *cupping* ne se limitent pas à une fonction d'évaluation sensorielle. De plus, elles constituent un espace pédagogique dans lesquels les professionnel·les accompagnent les participant·es dans un processus d'éducation et de découverte sensorielle, d'acquisition de compétences et d'assimilation d'un langage commun autour du café. Cette fonction éducative s'inscrit ainsi dans une expérience collective de construction du goût, où les références techniques sont constamment adaptées et rendues accessibles selon les expériences et les connaissances préalables de participants.

Les cas d'étude mettent en évidence que les sessions de *cupping* adoptent un récit des origines du café riche en informations : les producteurs sont au centre du récit et les méthodes de culture, de transformation ainsi que les caractéristiques du terroir sont expliquées en détail.

Ainsi, ce récit contribue à sensibiliser les consommateurs aux dimensions agricoles, sociales, économiques et historiques du café.

Cependant, le récit demeure situé et reste nécessairement sélectif : certains éléments, tels que la logistique, les intermédiaires commerciaux ou les mécanismes de répartition de la valeur économique restent moins visibles. Cette sélection reflète les rapports de pouvoir inscrits dans la matrice coloniale du pouvoir, qui déterminent quels acteurs, quels savoirs et quelles dimensions de la filière deviennent visibles dans la narration dominante du café.

La comparaison entre les cas italiens et français met en évidence une forte convergence concernant la fonction pédagogique du *cupping*, la place centrale du récit autour du café et l'objectif de sensibilisation des consommateurs.

Toutefois, plusieurs aspects spécifiques émergent davantage dans le contexte français, notamment les critiques adressées à la SCA et au CVA, ainsi que les discussions autour du tourisme dans les plantations, de l'influence de nouveaux facteurs extrinsèques, tels que le design du packaging du café, les récits autour des origines et la transparence économique. Ces éléments extrinsèques constituent l'une des principales innovations du CVA, puisque la reconnaissance de leur rôle dans la construction de la valeur du café ouvre un espace de réflexion critique.

Dès lors, plusieurs questions deviennent centrales : qui produit ces récits et depuis quel lieu d'énonciation ? Quels savoirs sont légitimés ? Quelles représentations des pays d'origine et des producteurs sont diffusées ? Dans cette perspective, le CVA constitue un terrain particulièrement pertinent pour analyser, à travers une approche décoloniale, les représentations produites et diffusées depuis le Nord global et les relations de pouvoir sous-jacentes aux processus de mise en valeur du café.

Ainsi, la contribution principale de cette recherche ne réside pas dans la proposition d'un « modèle décolonial des sessions de *cupping* », mais dans la mise en évidence du rôle joué par ces sessions dans la construction des savoirs, des définitions de qualité et de la valeur associée au café de spécialité.

Toutefois, le caractère situé du *corpus* empirique de cette recherche constitue une limite essentielle : celui-ci étant composé exclusivement de professionnel·les issu·es du contexte européen, l'analyse demeure ancrée dans un lieu d'énonciation du Nord global. L'absence des perspectives et des expériences directes des producteurs limite ainsi la portée des résultats à cette perspective située. Par conséquent, cette recherche ne prétend pas représenter les perspectives des producteurs, mais son objectif est d'analyser de manière critique les pratiques narratives du café de spécialité tout en évitant de reproduire l'extractivisme épistémique identifié par la pensée décoloniale.

Pour de futures recherches, une piste consisterait à élargir le champ d'analyse à d'autres contextes de consommation, afin d'observer comment les récits autour du café de spécialité se construisent dans différents espaces culturels et géographiques et comment les dynamiques de pouvoir héritées de la matrice coloniale s'y manifestent.

En définitive, les sessions de *cupping* apparaissent non seulement comme une pratique de dégustation et d'évaluation sensorielle du café, mais également comme un espace de construction des savoirs, des valeurs et des imaginaires associés au café, médiés par les professionnel·les qui les conduisent. En tant que lieu de production de connaissances, de valeur et de narration, il constitue ainsi un terrain particulièrement pertinent pour une lecture décoloniale du café de spécialité

Appendici

A.1: Questionario per le interviste semi-strutturate

A. Profilo e carriera
   1. Quanti anni hai?
   2. Dove sei nato/nata?
   3. Potresti raccontarmi il percorso formativo e lavorativo nel mondo dello *specialty* coffee?
   4. Di cosa ti occupi al momento?

B. Sessioni di *cupping*
   5. Puoi descrivere una sessione di *cupping* "tipica"?
      . Durata, struttura, ruolo dei partecipanti
   6. Come prepari e organizzi le sessioni di *cupping* per non professionisti?
   7. Quali criteri guidano la scelta dei caffè utilizzati per la sessione di *cupping*?
   8. Come presenti i caffè ai partecipanti? Come reagiscono?
   9. In che modo vengono descritte le caratteristiche del caffè scelto?
   10. Che termini utilizzi per descrivere il caffè a livello sensoriale?
      . Quali esempi culturali o riferimenti evochi?
   11. Durante le sessioni di *cupping*, emergono elementi legati alle origini, ai produttori o alla filiera?
      . Se sì, quali?
      . In che modo vengono raccontati?
      . Come reagiscono i partecipanti?
   12. Emergono elementi legati alle modalità di acquisto del caffè verde e relazioni con distributori o produttori?
      . Se sì, come vengono presentati?
      . Come reagiscono le persone?

C. Definizione e termini della qualità del caffè
   13. Cosa definisce, per te, la qualità di un caffè in quanto materia prima? Potresti fare un esempio concreto?
   14. Come vengono valutati e classificati i caffè nel tuo lavoro? Ti viene in mente un esempio per illustrare questo processo?
   15. Qual è la tua opinione sugli standard Specialty Coffee Association (SCA), sulle novità del Coffee Value Assesment (CVA)?

D. Riflessione critica
   16. Pensi che le pratiche di degustazione possano influenzare il modo in cui i consumatori percepiscono i paesi produttori? In che modo?

17. Secondo te, le degustazioni riescono effettivamente a mettere in discussione stereotipi o immagini semplificate sui paesi produttori di caffè o tendono a riprodurli? Hai in mente un esempio di esperienza vissuta?
18. Ci sono aspetti del mondo dello *specialty* coffee che ritieni problematici o controversi? Ci sono esempi concreti, recenti che vorresti citare?
19. Secondo te, ci sono aspetti della filiera o della produzione del caffè che rimangono poco visibili o che non vengono raccontati durante le degustazioni? Perché secondo te? Qualche esempio emblematico?
20. Ti è mai capitato di percepire una differenza tra il modo in cui il caffè viene raccontato e la realtà della produzione del caffè? Se sì, potresti fare un esempio?
21. Secondo te, lo *specialty* coffee sta cambiando la distribuzione di valore economico lungo la catena di produzione? Ti andrebbe di condividere un esempio di vita reale?

A.2 : Questionnaire de recherche pour les entretiens semi-dirigés

A. Profil et carrière

1. Quel âge avez-vous ?
2. Où êtes-vous né(e) ?
3. Pourriez-vous parler de votre parcours de formation et de votre parcours professionnel dans le domaine du café de spécialité ?
4. Quelle est votre fonction actuelle ?

B. Sessions de *cupping*

5. Pourriez-vous décrire une session de *cupping* « typique » ?
    - Durée, structure, rôle des participants
6. Comment préparez-vous et organisez-vous les sessions de *cupping* dédiées aux non professionnels ?
7. Selon quels critères choisissez-vous les cafés utilisés lors des sessions de *cupping* ?
8. Comment présentez-vous les cafés aux participants ?
9. De quelle manière les caractéristiques du café sélectionné sont-elles décrites ?
10. Quels mots employez-vous dans la description du café au niveau sensoriel ?
    - Quels exemples culturels ou références évoquez-vous ?
11. Est-ce que des éléments liés aux origines, aux producteurs ou à la filière du café émergent lors des sessions de *cupping* ?
    - Si oui, lesquels ?
    - De quelle manière sont-ils présentés ?
    - Comment réagissent les participants ?
12. Est-ce que des éléments liés aux modalités d'achat du café vert et aux relations avec les distributeurs ou les producteurs émergent lors des sessions de *cupping* ?
    - Si oui, de quelle manière sont-ils présentés ?
    - Quelle est la réaction des participants ?

C. Définition et lexique de la qualité du café

13. Qu'est-ce que, d'après vous, définit la qualité d'un café en tant que matière première ? Pouvez-vous donner un exemple concret ?
14. Comment évaluez et classifiez-vous les cafés dans le cadre de votre travail ? Auriez-vous un exemple ?
15. Quel est votre avis sur les standards de la Specialty Coffee Association (SCA), ainsi que sur les évolutions récentes comme le Coffee Value Assessment (CVA) ?

D. Réflexion critique

16. Pensez-vous que les pratiques de dégustation puissent influencer la façon dont les consommateurs perçoivent les pays producteurs ? De quelle manière ?
17. D'après vous, les dégustations parviennent-elles réellement à remettre en question les stéréotypes ou les images simplifiées des pays producteurs ou est-ce qu'ils ont tendance à les reproduire ? Pourriez-vous illustrer cela par une situation précise ?
18. Y a-t-il des aspects du domaine du café de spécialité que vous considérez problématiques ou controversés ? Avez-vous des exemples concrets, récents ?
19. Selon vous, y a-t-il des aspects de la filière ou de la production caféière qui restent peu visibles ou qui ne sont pas évoqués lors des dégustations (*cupping*) ?
    Pourquoi, selon vous ? Pouvez-vous donner un exemple ?
20. Vous est-il déjà arrivé de percevoir une différence entre la façon dont le café est présenté et la réalité de la production du café ? Si oui, auriez-vous un exemple concret ?
21. D'après vous, le café de spécialité contribue-t-il à la distribution de la valeur économique tout au long de la chaîne de production ? Pourriez-vous partager une expérience concrète ?

A.3.1: Modulo di consenso informato

MODULO DI CONSENSO INFORMATO

per la partecipazione alla ricerca relativa alla tesi de «Il *cupping* e la narrazione del caffè *specialty* sotto una lente decoloniale e intersezionale» del Corso di studi triennale in Mediazione Linguistica (classe di laurea L-12) di Unicollege SSML (Istituto a Ordinamento Universitario D.M. 30/04/2018, G.U. n. 138 16/06/2018)

RESPONSABILI DELLA RICERCA

Tesista: Miki Takagi
E-mail: miki.takagi@student.unicollegessml.it; telefono: 3407279667
Relatore: prof. Domenico Volpicella; co-relatrice: prof.ssa Tania Bendoni

OBIETTIVO DELLA RICERCA

La ricerca ha lo scopo di indagare attraverso una lente decoloniale e intersezionale, la narrazione delle origini geografiche e della filiera di produzione del caffè nelle degustazioni di caffè (in particolare con metodo *cupping*) rivolte ad un pubblico di non professionisti. La tesi si propone di rispondere anche alle seguenti domande secondarie di ricerca: 1) quali attori della filiera vengono resi visibili? 2) Quali sono il lessico e i riferimenti sensoriali adottati per descrivere il caffè?
Per il perseguimento delle finalità di studio e ricerca, si rende necessario ricorrere a interviste semi-strutturate di soggetti operanti nel settore i cui dati resteranno anonimi.

STRUMENTI UTILIZZATI PER LA RACCOLTA DATI

La raccolta dei dati viene effettuata tramite interviste semi-strutturate con raccolta dei dati su supporto cartaceo e/o tramite registrazioni audio delle interviste senza videoriprese.

RISERVATEZZA

I dati saranno trattati ai sensi dell'articolo 13 del Regolamento (UE) n. 679/2016 e dal D.L. 196/2003, così come adeguato al D.L. 101/2018 in tema di protezione dei dati personali.
I dati saranno raccolti in forma anonima e utilizzati esclusivamente per scopi di ricerca accademica e studio.

LIBERO RITIRO DALLA RICERCA

Partecipando a questa ricerca non incorrerà in alcun rischio. La partecipazione alla ricerca è volontaria. È suo diritto non rispondere e/o non procedere con la ricerca e ritirarsi in qualunque momento.

MODALITÀ DI RESTITUZIONE DEI RISULTATI DELLA RICERCA

I risultati della ricerca saranno divulgati tramite elaborazione di una tesi di ricerca conclusiva del percorso di studio e relativa discussione orale davanti ai docenti del corso di laurea ed eventuali partecipanti.

Presa visione del seguente consenso informato ed eventualmente chieste ulteriori delucidazioni sull'oggetto e modalità della ricerca,

Dichiaro:

- di aver letto attentamente il presente documento;
- di essere stato/a informato/a riguardo alle finalità e agli obiettivi della presente ricerca;
- di aver avuto la possibilità di porre domande a proposito di qualsiasi aspetto della ricerca e di aver ricevuto spiegazioni chiare;
- di aver ricevuto soddisfacenti assicurazioni sulla riservatezza delle informazioni raccolte durante la ricerca
- di essere consapevole di potersi ritirare in qualsiasi fase della ricerca;
- di aver liberamente dato il consenso alla partecipazione a questa ricerca.

Data _____

Firma del partecipante: _____

Nel caso di consenso informato cartaceo, la consegna del presente modulo firmato costituisce esplicito consenso alla sua partecipazione anonima allo studio e al trattamento dei dati.

A.3.2 : Formulaire de consentement éclairé

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT ÉCLAIRÉ

Pour participer à la recherche dans le cadre du mémoire sur « Le *cupping* et le récit du café de spécialité dans une perspective décoloniale et intersectionnelle » de Licence en Médiation Linguistique (classe de licence italienne L-12) auprès de l'Ecole d'Etudes Supérieurs pour Médiateurs Linguistiques Unicollege SSML (Etablissement à Statut Universitaire D. M. italien du 30/04/2018, J. O. italien n° 138 du 16/06/2018)

RESPONSABLES DE RECHERCHE

Candidat au mémoire : Miki Takagi

Courriel : miki.takagi@student.unicollegessml.it ; téléphone : (+39) 3407279667

Directeur de mémoire : M. Pr Domenico Volpicella ; Directrice de mémoire adjointe : Mme Pr Tania Bendoni

OBJECTIF DE RECHERCHE

Cette recherche vise à explorer, dans une perspective décoloniale et intersectionnelle le récit autour des origines géographiques et de la filière caféière dans le cadre des ateliers de dégustation de café (notamment de *cupping*) dédiés aux non professionnels. Le mémoire envisage de répondre aussi aux suivantes questions de recherche : 1) quels acteurs de la filière sont-ils mis en lumière ? 2) Quel lexique et quels renvois sensoriels sont-ils adoptés pour décrire le café ? À fins d'étude et de recherche, il s'avère nécessaire de poursuivre des entretiens semi-dirigés avec des acteurs du secteurs dont les données resteront anonymes.

OUTILS EMPLOYÉS POUR LA COLLECTE DE DONNÉES

La collecte de données s'effectue via d'entretiens semi-dirigés avec collecte de données sur papier et/ou par enregistrement audio des entretiens sans enregistrement vidéo.

CONFIDENTIALITÉ

Le traitement des données se fera au titre de l'article 13 du Règlement (UE) n° 679/2016 et au titre du décret-loi italien 196/2003, tel que modifié par le décret-loi italien 101/2018 en matière de protection des données personnelles. La collecte de données se fera e manière anonyme et les données seront utilisées uniquement à fins de recherche académique et d'étude.

LIBERTÉ DE SE RÉTIRER DE LA RECHERCHE

Votre participation à cette recherche ne comportera aucun risque. La participation à la recherche est volontaire. Vous avez le droit de ne pas répondre et/ou de ne pas poursuivre la recherche et de vous retirer à tout moment.

MODALITÉ DE RESTITUTION DES RÉSULTATS DE LA RECHERCHE

Les résultats de la recherche seront divulgués dans le mémoire de recherche rédigé en conclusion du cursus d'études, ainsi que lors de la soutenance de mémoire afférente devant un jury académique et des éventuels participants.

Après avoir pris connaissance du présent formulaire de consentement éclairé et, le cas échéant, demandés des explications supplémentaires sur le sujet et les modalités de recherche,

Je déclare :

- Avoir lu attentivement le présent dossier ;
- Avoir été éclairé sur les finalités et objectifs de la présente recherche ;
- Avoir eu la possibilité de poser de questions concernant tout aspect éventuel de la recherche et avoir reçu des explications claires ;
- Avoir reçu des assurances satisfaisantes au sujet de la confidentialité des informations collectées pendant la recherche ;
- Être conscient de la possibilité de me retirer à tout moment pendant la recherche ;
- Avoir librement donné le consentement à la participation à la présente recherche.

Date _____

Signature de la participante/du participant :_____

Dans le cas d'un consentement éclairé sur papier, la remise du présent formulaire signé constitue consentement explicite à la participation anonyme à l'étude et au traitement des données.

Bibliografia

Banti M., Abraham E. (2021), *Coffee Processing Methods, Coffee Quality and Related Environmental Issues*, "Journal of Food and Nutrition Sciences", 9(6), 144–152. https://doi.org/10.11648/j.jfns.20210906.12

Bantman-Masum E. (2020), *Les coffee shops : nouvelle scène culinaire parisienne et modes de vie mobiles*, "Anthropologie et Sociétés", 44(2), 127–145. https://doi.org/10.7202/1075682ar

Cano-González, K., Quiñones-Ruiz, X. F. (2025), *Brewing resistance: Indigenous knowledge and the contestation of colonial powers through value chains for coffee—a literature review,* "DIE ERDE", 156(1-2), 41–56. https://orcid.org/0009-0003-7948-3227

Chan K. L. (2024), *The Global Coffee Industry: Legacy of Exploitation and Paths to Reform*, "International Journal of Global Economics and Management", 5(2), 39–46. https://doi.org/10.62051/ijgem.v5n2.05

Clarence-Smith W. G., Topik, S., (2003), *Introduction*, in Clarence-Smith W. G., Topik, S. (eds.), *The global coffee economy in Africa, Asia, and Latin America, 1500–1989*, Cambridge University Press, Cambridge, 1-20.

Combrink T. (2021), *Slave-based coffee in the eighteenth century and the role of the Dutch in global commodity chains,* "Slavery & Abolition", 42(1), 15-42. https://doi.org/10.1080/0144039X.2020.1860465

Crenshaw, K. (1995), *Mapping the margins: Intersectionality, identity politics, and violence against women of color. In Critical race theory*, K. Crenshaw, N. Gotanda, G. Peller, K. Thomas (Eds.), New York: The New Press.

Fischer E. F. (2017), *Quality and inequality: Taste, value, and power in the third wave coffee market*, MPIfG Discussion Paper, No. 17/4, Max Planck Institute for the Study of Societies, Cologne, https://hdl.handle.net/11858/00-001M-0000-002C-AA63-2

Garvin D. (2021), *The Italian coffee triangle: From Brazilian colonos to Ethiopian colonialist,* "Modern Italy", 26(3), 291-312. https://doi.org/10.1017/mit.2021.26

Gurmessa N. E., Agwanda C., Oduor G., Musebe R. O., Akiri M., Romney, D. (2022), *Sustainability and Gender Dynamics of Coffee Value-Chain Development Intervention: Lessons from Ethiopia,* "Sustainability", 14(19), 11928. https://doi.org/10.3390/su141911928

Hallam, D. (2003), *Falling Commodity Prices and Industry Responses: Some Lessons from the International Coffee Crisis*, in *Commodity Market Review 2003–2004*, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), Rome. https://www.fao.org/4/y5117e/y5117e03.htm#fn1

International Coffee Organization (2018), *Gender Equality in the Coffee Sector,* International Coffee Organization, London. https://www.ico.org/documents/cy2017-18/icc-122-11e-gender-equality.pdf

International Coffee Organisation (2020), *The Value of Coffee: Sustainability, Inclusiveness, and Resilience of the Coffee Global Value Chain,* International Coffee Organization, London. https://www.icocoffee.org/wp-content/uploads/2022/11/CDR2020.pdf

International Coffee Organization (2025), *Existing Definitions of Specialty Coffee*, FGSC 03/24 Rev.1, International Coffee Organization, London. https://ico.org/documents/cy2024-25/fgsc-3-r1e-definitions-specialty-coffee.pdf

International Labour Organization (2020), *Wages and working conditions in the coffee sector: The case of Costa Rica, Ethiopia, India, Indonesia and Viet Nam: Background note*, International Labour Office, Geneva.

International Labour Organization (2025), *Child Labour in the Americas - Regional Technical Brief*, International Labour Office, Geneva. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@ed_protect/@protrav/@travail/documents/projectdocumentation/wcms_765134.pdf

Kangile J. R., Kadigi R. M. J., Mgeni C. P., Munishi B. P., Kashaigili J., Munishi P. K. T. (2021), *The Role of Coffee Production and Trade on Gender Equity and Livelihood Improvement in Tanzania*, "Sustainability", 13(18), 10191. https://doi.org/10.3390/su131810191

Lingle T. R. (1984), *The Coffee Cupper's Handbook: Systematic Guide to the Sensory Evaluation of Coffee's Flavor*, Specialty Coffee Association of America, Long Beach.

Lingle T. R., Menon S. N. (2017), *Cupping and grading—Discovering character and quality*, in Folmer B. (ed.), *The Craft and Science of Coffee*, Academic Press, London, 181–203.

Lugones M. (2023), *Colonialità e genere: verso un femminismo decoloniale*, in M. Lugones, I. Jiménez-Lucena, M. Tlostanova, *Genere e decolonialità*, Ombre Corte, Verona, 13-51.

Manfrin Artêncio, M., Cassago, A. L. L., da Silva, R. K., Carvalho, F. M., Da Costa, F. B., Rocha, M. T. L., de Moura Engracia Giraldi, J. (2023), *The impact of coffee origin information on sensory*

*and hedonic judgment of fine Amazonian robusta coffee, "*Journal of Sensory Studies", 38(3), e12827. https://doi.org/10.1111/joss.12827

Memmi, A. (1957), *Portrait du colonisé*, Esprit, 250(5), pp. 790-810.

Mignolo, W. D., Walsh, C. E. (2024), a cura di T. Visone, *Decolonialità. Concetti, analisi, prassi*, Castelvecchi, Roma.

Morris, J. (2018), *Coffee: A global history,* Reaktion Books, London.

Organisation Internationale du Café (2025), *Ouvrir la voie à un avenir durable grâce à la diplomatie du café : Revue annuelle 2023/24*, Organisation Internationale du Café, Londres. https://www.ico.org/documents/cy2024-25/annual-review-2023-2024-f.pdf

Parrish S., Begueria A., Bevan I., Choi T., Kelly T.M., Mejia López J., Pozzi S., Reid M., Thornton J.L., Fontefrancesco M.F. (2025), *Anthropology of Food: History, Topics, and Trajectories to Understand a Discipline*, "Encyclopedia", 5(1), pp. 1-23. https://doi.org/10.3390/encyclopedia5010022

Quiñones-Ruiz X. F. (2020), *The Diverging Understandings of Quality by Coffee Chain Actors—Insights from Colombian Producers and Austrian Roasters*, "Sustainability", 12(15), 6137. https://doi.org/10.3390/su12156137

Quiñones-Ruiz X. F., Giraldo-Liévano T. (2022), *Quality and Value Appropriation by Colombian Coffee Producers: Starting to Fill the Gap from a Gender Perspective*, in Larcher M., Schmid E. (eds.), "Alpine Landgesellschaften zwischen Urbanisierung und Globalisierung", Wiesbaden: Springer Fachmedien Wiesbaden, 173-192. https://doi.org/10.1007/978-3-658-36562-2_10

Rivera Cusicanqui, S. (2012), *Ch'ixinakax Utxiwa: A Reflection on the Practices and Discourses of Decolonization*, Trad. B. Baletti, "South Atlantic Quarterly", 111 (1), 95–109. https://doi.org/10.1215/00382876-1472612

Ruben R. (2023), *Why do coffee farmers stay poor?,* "Journal of Fair Trade", 4(2), 11-30. https://doi.org/10.13169/jfairtrade.4.2.0002

Said, E. W. (1978), *Orientalism*, Pantheon Books, New York.

Sera G. H., Volsi B., Mariucci Júnior V., Pereira C. T. M., Telles T. S. (2025), *Production and trade of specialty coffee in Brazil*, "Scientific Reports", 15(1), 42403. https://doi.org/10.1038/s41598-025-26620-x

Sinnott K. (1994), *The Queen of Green: Erna Knutsen of Knutsen Coffee Inc*., "Tea and Coffee Trade Journal", 166, 28.

Specialty Coffee Association (2021), *Coffee Sensory and Cupping Handbook: Edition No. 01*, Specialty Coffee Association.

Specialty Coffee Association (2024), *A System to Assess Coffee Value: Understanding the Specialty Coffee Association's Coffee Value Assessment*, Specialty Coffee Association.

Topik S. (2004), *The World Coffee Market in the Eighteenth And Nineteenth Centuries, from Colonial To National Regimes* (GEHN Working Paper No. 04/04), London School of Economics and Political Science. https://www.lse.ac.uk/Economic-History/Assets/Documents/Research/GEHN/GEHNWP04ST.pdf

Utrilla-Catalan R., Rodríguez-Rivero R., Narvaez V., Díaz-Barcos V., Blanco M., Galeano J. (2022), *Growing Inequality in the Coffee Global Value Chain: A Complex Network Assessment*, "Sustainability", 14(2), 672. https://doi.org/10.3390/su14020672

Wienhold K., Roberts P. W. (2025), *Is the rising tide of specialty coffee lifting all boats?,* "World Development", 195. https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2025.107103

Sitografia

https://data.grandlyon.com/portail/fr/jeux-de-donnees/arrondissements-lyon/donnees (30/07/2026)

https://italian*specialty*coffeeguide.com/ (30/07/2026)

https://perfectdailygrind.com/2025/11/*specialty*-coffee-changing-in-france/, (07/07/2026).

https://responsable.lyon-france.com/actualites/lyon-s-empare-de-la-1ere-place-francaise-du-classement-gds-index-2025-et-du-8e-rang-mondial (30/07/2026)

https://roasters.app/guides/countries/france/, (07/07/2026).

https://sca.coffee/about, (26/06/2026).

https://sca.coffee/research/what-is-specialty-coffee, (26/06/2026).

https://specialtycoffee.paris/ (30/07/2026)

https://sprudge.com/remembering-erna-knutsen-coffees-feminist-pioneer-135417.html, (26/06/2026)

Ringraziamenti

I debiti di gratitudine nei confronti di ogni persona che mi ha accompagnata nella mia vita sono infiniti e mi impegnerò a vivere la mia vita con coraggio per tentare di ripagarli.

Ringrazio il mio relatore e la mia correlatrice per avermi pazientemente seguita e supportata, nonostante le varie difficoltà incontrate lungo il percorso.

Ringrazio anche il Team Accademia per il prezioso supporto nella ricerca.

Dedico questa tesi a mio padre, accompagnato dal caffè fino all'ultimo istante della sua vita, che mi ha permesso di proseguire i miei studi universitari e che mi ha insegnato quanto è buono il caffè e quanto è bello passare l'estate in biblioteca a studiare ciò che mi incuriosisce e mi appassiona.

Ringrazio mia madre per avermi permesso con tanti sforzi e tanta pazienza di studiare e cercare la mia strada. Ringrazio mia sorella per esserci nel momento del bisogno nonostante la distanza, il fusorario e i tanti impegni. Ringrazio nonna Sachiko e zia Mari per avermi sempre accolta così come sono.

Ringrazio le amiche-sorelle che mi hanno costantemente incoraggiata, rassicurata, aiutata e abbracciata nei momenti più difficili.

Ringrazio tutte le compagne e amiche dell'università che mi sono state accanto e che hanno reso divertenti anche le sessioni di studio più impegnative.

Ringrazio le persone preziose, ormai famiglia scelta e ritrovata, che mi hanno accolta e mi hanno dato l'opportunità di crescere, anche quando non pensavo di essere pronta – avrò sempre bisogno di *du' sveglie*.

Ringrazio Ikeda *Sensei* e la famiglia Soka, porto sicuro, per avermi insegnato che lo scopo dello studio, come quello del Buddismo, è essere felici.

Infine, un grazie a me stessa, per aver deciso di ricominciare da zero e di buttarmi in un nuovo percorso universitario che mi ha fatta sentire al posto giusto nel momento giusto, per essermi impegnata e aver perseverato anche in uno dei momenti più dolorosi della mia vita.

Con la gioia nel cuore di aver regalato, e di continuare a regalare, le mie vittorie al *mio babbino caro.*

DICHIARAZIONE DI CONSULTABILITÀ

Il/La sottoscritto/a Miki Takagi

Matricola n° 811/FI

Corso di Laurea Triennale

Mediazione Linguistica, indirizzo Management per Turismo, Arte e Cultura

---

Titolo della tesi:

"La costruzione della narrazione del caffè *specialty* attraverso le sessioni di *cupping*: una lettura decoloniale e intersezionale"

Dichiara che la sua tesi:

☐ *è consultabile da subito*	☒ *potrà essere consultata a partire dal giorno 23/09/2026*	☐ *non è consultabile*

Firenze, 05/08/2026 *Firma dello Studente* 