

coordinamento dell'azione di tutte le categorie interessate al commercio ed all'industria del caffè.

Questa di oggi è una delle manifestazioni promosse dal Comitato Italiano Caffè, per richiamare sempre più l'attenzione del pubblico sul nostro prodotto e per cementare i rapporti di cordiale amicizia tra i produttori e consumatori.

Siamo convinti che i risultati prefissi saranno raggiunti se, in concorde, armonica collaborazione, tutte le categorie operanti nel settore continueranno a marciare unite sulla via intrapresa.

Noi vogliamo veramente operare perchè il consumo del caffè in Italia si adegui al livello raggiunto da altri paesi, convinti che ciò — oltre che coincidere con i nostri interessi — contribuirà largamente al consolidamento dei nostri rapporti di interscambio coi paesi produttori e costituirà una dimostrazione di solidale contributo alla loro politica tendente a ridare stabilità economica alla produzione del caffè e, di conseguenza, a tutti gli interessati nel mondo.

Il rag. Franco Magnelli, vice Presidente del Comitato Italiano Caffè, ha parlato sul tema « Il caffè nella famiglia italiana ».

« Quando si parla di caffè in Italia l'attenzione si posa principalmente sul caffè espresso. Sia le autorità che l'uomo della strada, la stampa, i turisti tendono a limitare il campo di azione del caffè in Italia all'espresso.

« Senza dubbio l'espresso è una caratteristica essenziale del consumo italiano e contribuisce largamente al consumo totale, ma di questo rappresenta solo una parte e non la maggiore che è invece rappresentata dal consumo familiare. Si calcola infatti, sia pure con calcoli indiretti, che il caffè assorba dal 35 al 40 % del consumo, mentre il 60-65 % è assorbito da altre forme di preparazione.

« In Italia il caffè non trovò al suo inizio un facile cammino come bevanda, in quanto l'antico e divulgato uso del vino impediva la sua introduzione fra le consuete abitudini, diversamente da quanto verificatosi in altri Paesi. D'altra parte la

posizione così atavicamente radicata del consumo del vino non consentiva in alcun modo la speranza del caffè di affermarsi come sostituto o concorrente del vino dal quale lo differenziano anche caratteristiche nettamente opposte, caratteristiche che tendono forse ad integrare i reciproci consumi, che non a sostituire un uso all'altro (bevanda calda l'una, fredda l'altra; alcoolica l'una, analcoolica l'altra, ecc.).

« Da ciò è naturale che il caffè abbia cercato di introdursi nelle abitudini nazionali affermando le sue spiccate caratteristiche in forme nuove, creando cioè usi nuovi corrispondenti da una parte alle necessità del carattere, del clima e delle abitudini italiane e dall'altra al potenziale economico della popolazione.

« La conseguenza di ciò è la nascita non solo del caffè espresso ma anche della macchinetta alla napoletana, della tazzina offerta agli ospiti in visita, del caffè-latte del mattino e via via l'inserimento in numerose altre abitudini tanto da poter dire che oggi quella parte di italiani che beve caffè lo beve a tutte