Gli alter ego del caffè: decaffeinato, d’orzo e al ginseng

img2138-a5244100

Caffè o “non caffè”? Questo è il dilemma. Per gli italiani che optano per un sostituto/surrogato quali sono le opzioni più papabili? Quali le più diffuse e apprezzate? Per dare una risposta a questi interrogativi abbiamo intercettato i mood del web, “ascoltando” sia quelli presenti su Blog e Forum 36%, sia quelli sui Social 48%. Ed ecco le principali evidenze emerse, a partire dalle macro categorie di prodotti in cui si sono aggregati i pareri (multipli):

Caffè decaffeinato* 91% Caffè d’orzo 88% Caffè al ginseng 86% Cappuccino decaffeinato 79% Thè 74% Thè deteinato 72% Tisane (vari tipi) 56% Latte** 47% Caffè al malto 31% Karkadè 14% Altri 5%
**Abbiamo considerato il caffè decaffeinato alternativa al caffè “vero” perché è in tale senso che viene citato nel web da chi ne scrive liberamente; nelle voci “Cappuccino decaffeinato”, “Thè” e “Thè deteinato”, così come per “Tisane” abbiamo accorpato varie altre voci come ad es capuccino deca con cannella, cacao ecc. oppure Thè verde, Thè Nero, Thè oolong ecc.; non abbiamo inoltre fatto distinzioni tra caffè decaffeinato lungo, corto, macchiato, corretto ecc.*

***Precisiamo di avere considerato quanto i netsurfer considerano in alternativa al caffè e non ciò che lo è strettamente, ci spieghiamo con un esempio: il latte non è un’alternativa vera e propria al caffè, ma in molti pareri lo abbiamo trovato citato con tale accezione.*

Notiamo che in 5 punti percentuali tra l’86% ed il 91% troviamo il Caffè decaffeinato – prima alterativa al Caffè –, il Caffè d’orzo e il Caffè al ginseng; mentre il Caffè al malto è terzultimo. Cappuccino decaffeinato, Tè e Tè deteinato si piazzano quarto, quinto e sesto. Le Tisane nel complesso sono comunque menzionate con frequenza superiore al 50%. Il 79% del consumo avviene presso i bar, il restante 21% è segmentato tra ristoranti, pasticcerie, chioschi...

I TEMI DIBATTUTI

Ma su quali argomenti si dibatte di più? Tre le tematiche sul podio (pareri multipli): salute 98% preparazione / ricetta 31% provenienza bio 10%

LE REASON WHY

Vengono menzionati un'infinità di benefici legati al consumo di Caffè d'orzo, Caffè di Ginseng, Caffè di Malto, di alcuni tipi di Tè e delle varie Tisane: l'elenco sarebbe lunghissimo. Alla luce di quanto emerso, si capisce bene come la principale reason why di acquisto sia proprio la salute. Ad ogni modo anche "gusto/piacere" e "abitudine/tradizione" sono ben presidiati, evidentemente i consumatori che ne scrivono nel web trasferiscono questi attributi del Caffè alle bevande sostitutive:

salute 98% gusto / piacere 66% abitudine / tradizione 55%

I GIUDIZI

Vediamo ora come vengono giudicate la bevande alternative al caffè in base al prezzo ed alla qualità.

La % di giudizi positivi riguardanti il prezzo riguardanti la qualità

Caffè decaffeinato 47% 53% Caffè d'orzo 75% 88% Caffè al ginseng 76% 89% Cappuccino decaffeinato 45% 51% Thè 50% 56% Thè deteinato 8% 56% Tisane (vari tipi) 68% 79% Latte 51% 37% Caffè al malto 74% 87% Karkadè 73% 86% Altri 61% 55%

Per quanto riguarda il prezzo sembrerebbe che i netsurfer nazionali siano disposti a spendere di più per Caffè d'orzo, Caffè al ginseng, Caffè al malto, Karkadè soprattutto, quindi per le Tisane. Anche per quanto riguarda la qualità a primeggiare sono Caffè d'orzo, Caffè al ginseng, Caffè al malto, Karkadè in primis, seguiti dalle Tisane.

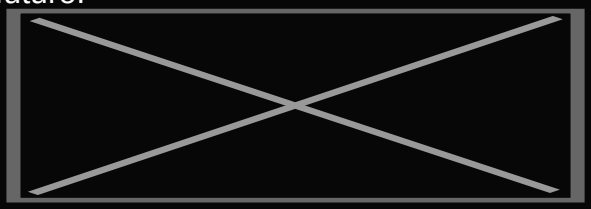
L'IDENTIKIT DEI CONSUMATORI

Se l'interesse relativo ai sostituti del caffè è maggioritario al Nord e al Centro (rispettivamente 51% e 43%) e più diffuso tra i consumatori con formazione culturale medio alta, per quanto riguarda i generi, invece, esso è pressoché equamente distribuito (53% uomini, 47% donne). Sul fronte anagrafico, notiamo infine come la fascia compresa tra i 18 e i 40 anni, con il 77%, sia quella più rappresentativa. Ergo, Le bevande alternative al caffè, nell'Ho.Re.Ca. hanno futuro.

ETÀ

fascia 30-40 anni 48% fascia 18-29 29% fascia 41-50 20% oltre 50 anni 3%

La fascia 18 – 40 anni rappresenta il 77%. Le bevande alternative al caffè, nell'Ho.Re.Ca. hanno futuro.



CONCLUSIONI

Il Caffè decaffeinato è considerato la prima alternativa al Caffè. A distinguersi per qualità elevata e prezzo congruo sono: Caffè d'orzo, Caffè al ginseng, Caffè al malto, Karkadè, seguiti dalle Tisane. Gli item "gusto/piacere" e "abitudine/tradizione" sono ben presidiati, i consumatori trasferiscono questi attributi del Caffè alle bevande sostitutive. Le alternative al caffè sono apprezzate maggiormente dalla fascia 18-40 anni. Il Sud resta un feudo del caffè tradizionale.

WWW.WEB-RESEARCH.IT Srl è un istituto di ricerche di mercato e consulenze di marketing che offre servizi rivolti ad aziende e multinazionali presenti nel mercato domestico. Ha portato tra i primi in Italia una nuova metodologia di ricerche ed analisi di mercato: Web listening – Web research – Web monitoring. Utilizzando software di intelligenza artificiale che emulano il funzionamento delle reti neurali effettua un'analisi semantica e psicometrica dei testi presenti nel Web attribuendo loro personalità e punteggi. www.web-research.it ascolta il Web per scoprire, analizzare, razionalizzare cosa i clienti reali e potenziali pensano e dicono oggi e indietro nel tempo fino agli ultimi tre anni. È il partner ideale di aziende, marchi, prodotti, servizi e personaggi pubblici con esposizione mediatica significativa.

www.web-research.it
Tel. 02.89367297 - Fax 02.89367298
P.zza Castello 26
20121 Milano
info@web-research.it
gianmarco.stefanini@web-research.it