# Verso Host: il domani del caffè. Gusti raffinati, business globale

evid4-af17f2ef

Solo nel primo mese, sono oltre un milione le presenze al Cluster del Caffè in Expo (1.043.000 al 31 maggio, per l'esattezza), rilevate da illycaffè in qualità di Official Coffee Partner. Una media di 33 mila presenze al giorno, il 45% in più rispetto alle previsioni della vigilia. Numeri che registrano fedelmente il crescente interesse che circonda il caffè: oggi i consumatori non si limitano a bere la "tazzina", ma vogliono sapere dove e come nasce e cresce la pianta di caffè, quali varietà compongono una miscela, quali aromi particolari caratterizzano un mono-origine o una miscela pregiata. In una parola vogliono, come per i vini, conoscere il *terroir* da cui deriva un caffè e apprezzano sempre di più gli *speciality coffee*.

**Uno scenario di ripresa**

Host 1È forse ancora presto per dire se questo interesse si tradurrà in un aumento dei consumi. Ma la fotografia che emerge da alcuni dei più recenti dati macroeconomici sembra descrivere gli italiani come un po' più fiduciosi. E, forse, un po' più pronti a tornare a uscire di casa. Nel primo trimestre di quest'anno l'indice Nielsen di fiducia dei consumatori ha guadagnato 11 punti risalendo a quota 57. Siamo ancora lontani dai più ottimisti del Vecchio Continente, Germania (100) e Regno Unito (97), ma ci stiamo avvicinando ad alcuni dei nostri partner-concorrenti più diretti come Spagna (61) e Francia (59). Anche se 93 italiani su 100 continuano a pensare che il Paese sia ancora in crisi (ma erano 95 un anno fa), sale la percentuale di chi ritiene che ne usciremo entro 12 mesi (16% oggi contro 12% l'anno scorso). Tornerà anche più voglia di uscire fuori casa? Per il periodo dal 15 maggio al 31 luglio, la previsione elaborata da Formind a completamento della rilevazione dei consumi fuoricasa Mindforhoreca registra un balzo dell'indice della propensione dei consumatori ad acquisti beverage da 0,98 a maggio a 1,52 in giugno, per poi stabilizzarsi a 1,51 in luglio. Un'analoga impennata si registra nell'indice che misura la propensione d'acquisto degli operatori rispetto al sistema industriale, che sale da 2,06 per maggio a 3,29 in giugno, mantenendosi a 3,15 in luglio. Segnali che forse preludono a un

aumento di consumi anche per le bevande coffee-based. Sempre secondo Nielsen (marzo 2015) il leggero calo nelle vendite di caffè e biscotti registrato nella GDO potrebbe essere associato a un ritorno alla mitica “colazione al bar”, che sembrava avere risentito in modo particolare della crisi. Uno scenario complesso che affronteremo in due puntate, partendo dalle tendenze nelle origini, i modi di estrazione e le abitudini di degustazione per poi esplorare nel prossimo numero come le proposte innovative dell’industria stanno affrontando questa evoluzione.

**Caffè, interpretare i trend per cavalcare la ripresa**

**Il caffè italiano vola verso il mondo**