Il caffè a casa cresce, il bar resta il luogo dell'incontro: indagine AstraRicerche per La Pavoni

d2571a23-3b64-4789-a730-737d1a21525c

Il caffè resta uno dei riti più radicati nella vita quotidiana degli italiani, anche se cambiano i luoghi, i momenti e il significato attribuito a ogni tazzina. Secondo un'indagine condotta da AstraRicerche per La Pavoni il 95,6% delle persone tra i 18 e i 60 anni lo consuma quotidianamente (dato leggermente superiore tra Millennials e GenX, rispettivamente al 97,2% e al 96,5%, mentre la GenZ si ferma al 91,7%) e quasi sei su dieci (59,9%) ne bevono due o tre al giorno, con il 23,9% che arriva ad almeno quattro e più dell'8% che ne consuma cinque o più.

A scandire la giornata è soprattutto il **caffè del mattino**, scelto dall'**84,8%**, ma il rito prosegue nelle **pause** di metà mattina o del pomeriggio (64,8%) e a **fine pasto** (59,4%). Numeri che confermano la centralità della bevanda, ma anche la pluralità dei momenti e dei significati che oggi le vengono attribuiti. È quanto emerge da , storica azienda che dal 1905 accompagna l'evoluzione dell'espresso, contribuendo a trasformarlo in un gesto quotidiano capace di unire tecnologia, cultura del bar e design italiano.

Aumenta il consumo domestico

Negli ultimi tre anni il **consumo domestico è aumentato per il 25,2%** degli intervistati ed è rimasto stabile per il 62,2%. La crescita non dipende soltanto da ragioni economiche: la motivazione più citata è il desiderio di concedersi una **pausa personale**, indicato dal **40,7%** degli intervistati e ancora più rilevante tra le donne (46%) e i consumatori più maturi (**47%**). Seguono la **comodità** (**32,1%**), l' **abitudine** (**31,4%**) e, soltanto dopo, il **risparmio rispetto al bar** (**23,7%**). La casa diventa così il luogo in cui scegliere tempi, intensità e modalità di preparazione, dedicando maggiore attenzione al gesto.

Anche le parole utilizzate per descriverlo restituiscono questa dimensione. Per un italiano su due il caffè è innanzitutto un piacere (49%), prima ancora che un’abitudine (42%) o una fonte di energia (39,2%). Il 32,4% lo considera una pausa mentale utile a decomprimere e il 26,9% un vero rituale. Il consumo domestico risponde quindi al bisogno di trasformare un'abitudine frequente in uno spazio personale, nel quale qualità e controllo della preparazione acquistano un peso crescente.

La prima colazione fuori casa come rito sociale

Fuori casa il quadro è più selettivo: negli ultimi tre anni il 28,4% ha ridotto le occasioni di consumo al bar, mentre l’11,6% le ha aumentate. La Gen Z si distingue, con il 19% che dichiara di frequentare il bancone più di prima. Il bar conserva infatti una funzione difficile da replicare: il 38,6% lo sceglie soprattutto per incontrare altre persone, il 33,4% perché si trova già fuori casa e il 33,1% per concedersi una pausa nella giornata. Contano anche la qualità del caffè, indicata dal 23,8%, e la ricerca di un’esperienza piacevole e curata, rilevante per un italiano su cinque (20%).

La colazione è il momento che meglio esprime questa vocazione sociale. Quasi due italiani su tre (64,8%) ritengono che oggi **la colazione fuori casa abbia una maggiore capacità di creare occasioni di incontro**: per il 43% è già un vero momento di socialità, mentre un ulteriore 21,9% la vive così in circostanze specifiche, come il weekend, gli appuntamenti di lavoro o gli incontri informali. Solo il 9,9% la considera un momento prevalentemente individuale.

Casa e bar, dunque, non si sostituiscono ma assumono funzioni differenti. Lo conferma il 48,5% degli italiani, secondo cui il significato del caffè cambia a seconda dell'occasione. Per il 40,1% resta soprattutto un gesto di condivisione; per l’11,4% è un’esperienza intima. È proprio questa elasticità a mantenerlo centrale nella vita quotidiana, tra pausa per sé e relazione con gli altri.