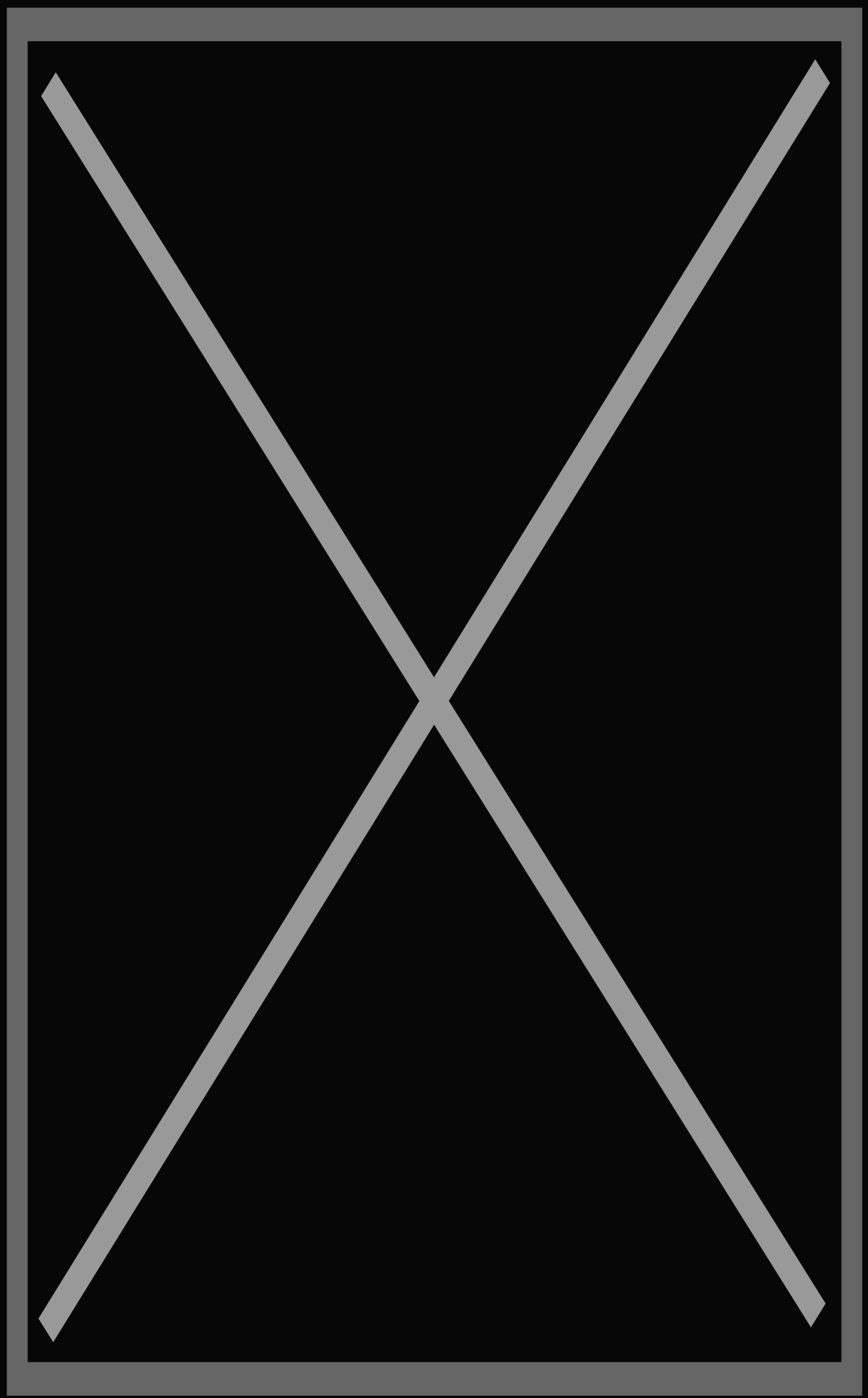
Caffè: chi dove, quando, come e quanto? Lungo, espresso o moka?

coffee-cup-2317201-1920-f39aadfa

Se si dovesse scegliere una bevanda nazionale italiana, fortissima sarebbe la tentazione di indicare il caffè. Non a caso, infatti, a berlo abitualmente è il 95% dei nostri connazionali (Fonte: Coffee Monitor Nomisma, 2018).

Ma dove vanno, per l'esattezza, le preferenze degli italiani? Ha cercato di mappare le macro tendenze in fatto di espressi, macchiati, cappuccini, moka e macchinette automatiche, **idealo**, il portale internazionale di comparazione prezzi per gli acquisti digitali.

Il primo dato intressante è il crescente bisogno di "conoscere": emerge infatti che l’attenzione dei consumatori digitali italiani alla ricerca di informazioni, prezzi e opinioni a tema caffè ha registrato nel 2017 un picco del **+124,3%** rispetto all’anno precedente, segnando una tendenza del +64% nel corso del 2018 (idealo ha analizzato la macro-categoria "preparazione del caffè" sul portale idealo.it nel periodo compreso da Gennaio 2017 a Maggio 2018). Sintomo che la tematica coinvolge massimamente anche il settore online, a testimonianza del fatto che l’e-commerce è ormai uno specchio della quotidianità.



Moka o macchina per l'espresso?

Pare proprio stia vincendo la seconda con un 35,8% di preferenze rispetto alla moka, che però gode ancora di una nutrita schiera di sostenitori e si attesta attorno al 10,8%. Le performance migliori sono quelle delle macchine da caffè in capsule che nel corso del 2017 hanno registrato una crescita di interesse del **310,8%** rispetto all'anno precedente. Trainando con sé anche l'intero comparto delle capsule che, nel 2017, ha generato un aumento di interesse superiore del 150% rispetto al 2016.

Lungo o espresso?

In questo caso, non c'è storia. Secondo idealo, infatti, in Italia c'è un appassionato di caffè lungo ogni 78 amanti di caffè espresso. Dato schiacciante, in contro tendenza rispetto al resto d'Europa, dove in media il rapporto è di 1:4.

Le ricerche on line

I tre prodotti più desiderati dagli internauti italiani sono le macchine per caffè espresso (35,8%), le macchine per caffè a capsule (35,5%) e le caffettiere moka (10,4%). Ossia, nel loro ordine di ricerca, i prodotti più costosi relativi alla categoria, sintomo che l'e-consumer usa il canale online per verificare le offerte e valutare se c'è la possibilità di ottenere un risparmio.

A tale riguardo, l'e-commerce viene in aiuto degli amanti di caffè anche quando si parla di risparmio, basti pensare che i prodotti più costosi della categoria – le macchine per caffè espresso da 1000€ in su - possono costare in media fino al 25,8% in meno se acquistate online.

La geografia degli appassionati

La ricerca di idealo mostra come si tratti di un settore che interessa quasi in egual misura uomini e donne (52,6% vs. 47,4%) e che coinvolge principalmente gli under-44 (quasi il 60%). I consumatori digitali appassionati di caffè si concentrano tra Lazio, Lombardia e Toscana. Ma ciò che stupisce è probabilmente il quarto posto che premia la Campania, tendenzialmente lontana dal podio quando si parla di e-commerce ed, invece, ben rappresentata quando si parla del "suo" caffè (Dati: Google Analytics. Periodo: Febbraio 2017 – Maggio 2018. Paese: Italia)