

# Gli Italiani e l'amore reale (e virtuale) per il caffè

Maggio 21, 2018 · admin



Se è vero lo stereotipo “Pizza, spaghetti e mandolino” che caratterizza ogni italiano all'estero, è pur vero che in tale luogo comune manca un elemento imprescindibile: Il **Caffè**, e nello specifico **l'espresso**. Esso rappresenta di sicuro la bevanda di maggior consumo in Italia, infatti ogni anno la spesa sfiora i **260€ pro-capite**. Bere caffè travalica la tradizione, rivestendo un vero e proprio rituale che accompagna gli italiani giorno dopo giorno sia nella vita reale che nel mondo virtuale.

**COFFEE MONITOR** è il primo focus realizzato dal neonato Osservatorio **SOCIAL MONITORING**. Il Progetto nasce da **Nomisma**, società indipendente che realizza attività di ricerca e consulenza economica, sviluppato in collaborazione con **Datalytics**. La survey condotta, ha restituito particolari interessanti sulle abitudini di consumo degli italiani di tale bevanda.



## **L'analisi**

Concentrando l'analisi sugli ultimi 12 mesi, su un campione di 1000 persone, emerge un consumo abituale della bevanda (95% del target di riferimento). L'espresso viene scelto dal 93% dei consumatori di caffè. Solo il 7%, quindi, predilige il caffè americano, orzo o altre tipologie di.

I consumatori di caffè espresso, inoltre, beve principalmente 1 o 2 tazzine al giorno, e viene preferita la mattina come momento di consumo (77% degli intervistati).

Per quanto riguarda i motivi, i consumatori hanno rivelato che assumono caffè espresso:

- Per trovare la carica necessaria per affrontare la giornata (58%)
- Per il gusto (51%)
- Per abitudine (30%)
- Perché è un momento di relax (53%)
- Perché è un rito (37%)

Il consumo non è relegabile in un solo luogo, prevale piuttosto una modalità di consumo "multi-luogo". Il 92% di chi lo beve lo fa tra le mura domestiche. Tra gli altri luoghi, i bar, scelti dal 72% del target di riferimento, e il posto di lavoro (il 48%).

## **Il Caffè nel mondo virtuale**

Secondo la ricerca, Il caffè è un’abitudine che accompagna gli italiani oltre i luoghi di consumo “reali” ed approda anche nelle “piazze virtuali”. Negli ultimi 3 mesi, Datalytics ha rilevato sulle principali piattaforme di sharing (Facebook, Instagram, Twitter, ...) oltre 30.000 post dedicati, permettendo di individuare trend, peculiarità e modalità di interazione tipiche dei principali brand di caffè italiani: centinaia di mentions, condivisioni e crescita dei fan. Tra i trend topics si distinguono poi argomenti come capsule compatibili, cialde e veri e propri contenuti virali sui social

Il caffè rappresenta dunque per gli italiani un’abitudine dal forte contenuto emozionale a cui non riescono a rinunciare neanche sui social. Una duplice visione, razionale ed emotiva, che lega gli italiani ad esso, vedendolo non solo come indispensabile per affrontare la giornata, ma anche come momento di relax e sviluppando senso di appartenenza.

---

*Fonte:*

<http://www.nomisma.it/index.php/it/component/k2/item/1726/1726>

---

Fonte: <https://www.ruralhack.org/gli-italiani-e-amore-reale-e-virtuale-per-il-caffe/>