

Intramontabile tazzina il caffè si rilancia al bar e scommette sull'export

VENDITE IN LIEVE RECUPERO
 SIA NEI PUBBLICI ESERCIZI
 CHE NEI SUPERMERCATI.
 L'OPPORTUNITÀ ARRIVA PERÒ
 DAGLI AFFARI OLTRE CONFINE
 CHE CONTINUANO A SALIRE.
 "ADESSO LE AZIENDE PUNTINO
 SU USA, ASIA E EMIRATI ARABI"

Monica Zunino

Milano

Gli italiani sono tornati a fare colazione al bar e a comprare più caffè in supermercati e ipermercati. Piccoli segnali positivi che si leggono nelle rilevazioni di Fipe, la Federazione italiana pubblici esercizi e in quelle di Nielsen che sottolineano per le vendite di caffè macinato nella grande distribuzione, un lieve aumento nei primi otto mesi del 2016 in termini di valore, anche se non di volumi — trainate dal boom delle capsule — che fanno ipotizzare a fine anno un incremento dello 0,7% per arrivare a oltre un miliardo e 154 mila euro. Piccoli segnali positivi in un mercato domestico che segna però ancora il passo, mentre è con le esportazioni che si gioca la vera scommessa del caffè. «In Italia il caffè ha difficoltà a crescere come tutti i consumi che con la crisi si sono fermati, ma gli italiani sono stati bravissimi a far sì che il loro modo di consumare il caffè, espresso e cappuccino, diventasse oggi riferimento nel mondo e le esportazioni continuano ad aumentare» commenta Patrick Hoffer, presidente del Consorzio promozione caffè. Una lettura che conferma anche Remo Ottolina, presidente di Altoga, l'Associazione lombarda torrefattori, importatori di caffè e grossisti alimentari: «Per evolversi — dice — le aziende devono innanzitutto puntare su nuovi mercati esteri, quali Sud est asiatico, Emirati Arabi e gli stessi Stati Uniti».

I numeri non raccontano per intero il mondo del caffè, fatto di sug-

gestioni e tendenze. Ma serve sapere come dato di partenza che le 700 torrefazioni che operano in Italia nel 2015 hanno registrato un fatturato vendite complessivo di 3,3 miliardi di euro, di cui 1,2 miliardi, l'11% in più rispetto all'anno precedente, legato alle esportazioni, cresciute in volume del 6%. Ci sono aziende che negli ultimi quattro anni hanno visto aumentare a doppia cifra l'incidenza dell'estero sul fatturato e non prevedono battute d'arresto.

Siamo il quarto Paese al mondo per volumi di esportazione di caffè in tutte le forme, verde e trasformato. E prende la strada dell'estero la maggior parte delle macchine per il caffè prodotte in Italia, settore in cui siamo leader mondiali. Nel 2015 il valore della produzione di macchine per espresso per uso professionale è arrivato a 425 milioni di euro, in crescita del 7,9% rispetto al 2014 e per il 2016 si stima un ulteriore incremento del 2,4%. Con il mercato Asia-Pacifico ad assorbirne il 41%, seguita dall'Europa con il 38%.

Non significa che sul fronte interno sia tutto fermo. «Crescita, fermento, novità: il mondo del caffè italiano è finalmente in fermento positivo perché sono in aumento i baristi formati, così come l'aumento della proposta di caffè specialty o comunque caffè di qualità. C'è una maggiore presa di coscienza da parte del barista e dell'esercente che la qualità è la strada per uscire dalla crisi» dice Dario Ciarlantini, di Scae Italia, Speciality coffee association, che sta lavorando alla ricerca del "profilo aromatico" del tipico espresso italiano.

Il mondo delle piccole torrefazioni, dello specialty, del consumo alternativo del caffè sta prendendo sempre più piede e livello di seguito fra gli appassionati e comincia a essere significativo. Una tendenza che vede microtorrefattori, all'estero e in Italia, che hanno iniziato a scegliere caffè monorigine controllando la filiera e si sono attrezzati con locali accatti-

vanti: sono l'altra faccia delle grandi catene e sono più di una nicchia, un trend per il futuro, assicurano gli esperti. «Iniziano ad affacciarsi anche in Italia sistemi di estrazione che derivano dall'estero e ci permettono la degustazione del caffè in una maniera diversa, con contaminazioni da altre culture. È il caso del "cold brew", ad esempio, con l'estrazione a freddo che deriva dal Giappone, Paese dove continuiamo a crescere, come in tutta l'Asia, con la Cina che si sta avvicinando sempre più al caffè che è percepito, come la moda e il cibo, testimonial dell'italian way of life» spiega Hoffer.

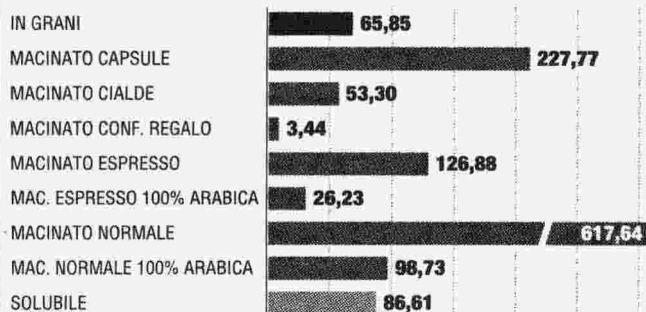
Il futuro con i grandi numeri si gioca all'estero, per le grandi aziende che si dividono il mercato del caffè e quello della produzione delle macchine per prepararlo. Principi della cultura dell'espresso, che ci apre la strada in nuovi mercati, nel consumo siamo in coda. Con i nostri 5,6 kg di caffè pro capite annuali, secondo le statistiche di ECF European coffee federation, siamo quartultimi (proprio perché preferiamo l'espresso ai caffè più "lunghi" amati in altri paesi) nella classifica europea dominata dai consumatori finlandesi con circa 12 chili.

Tornando al mercato italiano, prosegue la scalata del caffè in capsule che soprattutto nelle grandi città in casa ha iniziato a sostituire la classica caffettiera. Nel 2016 le vendite di caffè macinato in capsule in termini di valore si stima cresceranno del 19,3% nella grande distribuzione in termini di valore, anche se il caffè macinato per la moka rappresenta ancora oggi la parte preponderante dei consumi nonostante gli anni di decrescita accompagnati negli ultimi tempi però da timidi segnali di risalita. Il boom del "porzionato", come lo chiamano gli esperti, sta intanto contagiando altri ambiti dopo aver conquistato una parte del mercato domestico. I sistemi macchina-capsula hanno iniziato ad allargarsi anche agli esercizi con

volumi di vendita inferiori a quelli dei bar (che fra espresso e cappuccino servono in media 175 tazzine al giorno ciascuno), quindi hotel, ristoranti gourmet, pasticcerie, gelaterie ed enoteche. Una crescita stimata in volumi del 23,3%.

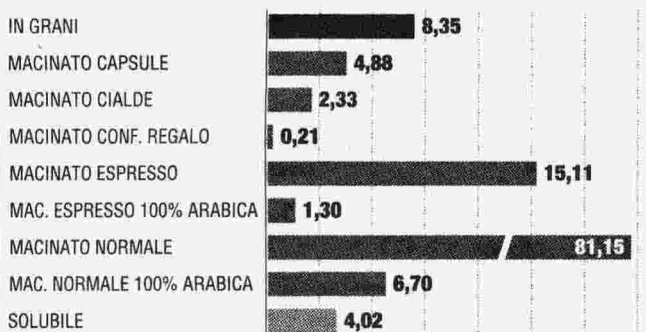
CAFFÈ, LE VENDITE A VALORE

Valori in milioni di euro anno terminante corrente agosto 2016; Totale Italia (Iper+Super+lib. servizi+discount+tradizionali)



LE VENDITE A VOLUME

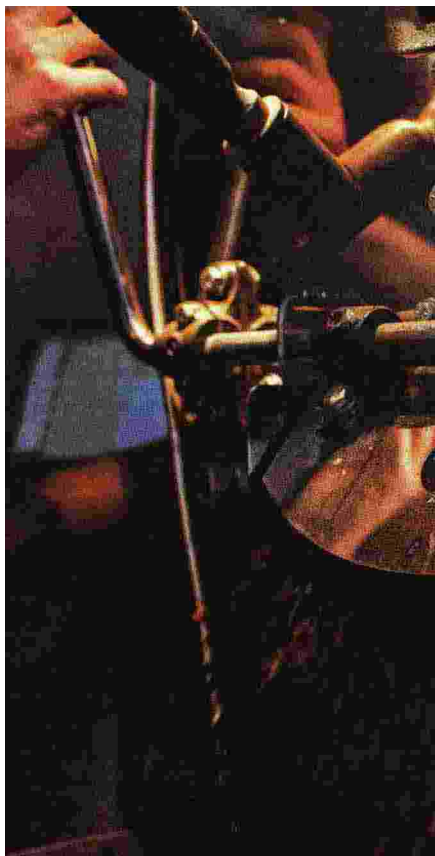
Valori in migliaia di Kg anno terminante corrente agosto 2016; Totale Italia (Iper+Super+lib. servizi+discount+tradizionali)



IL SONDAGGIO

Una passione per il 96,5% degli italiani

Espresso passione italiana: lo conferma anche un sondaggio condotto da Astra Ricerche, secondo cui beve il caffè il 96,5% degli italiani. Soltanto una sparuta minoranza si sottrae al rito. Un po' più di un terzo, il 36%, dei bevitori ne consuma da 1 a 2 tazze al giorno, un altro 36% sale da 2 a 3, mentre il 28% supera la soglia delle tre tazzine. Ancora, l'89% beve il caffè a casa e il 78% anche fuori, dividendo le tazzine fra la quiete domestica e il bar. Gusti differenti per uomini e donne. Tra gli uomini il consumo è più elevato e aumenta con l'avanzare dell'età fino ai 54 anni. Preferiscono il caffè amaro e nero, mentre le donne prediligono il macchiato.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.