Qual è il rapporto tra gli italiani e il caffè? I risultati svelati da una ricerca

20230929100948index-57636457

Nel 2022 il **mercato mondiale del caffè** torrefatto è stato valutato in circa 120 miliardi di dollari e rappresenta consumi pari a 170,8 milioni di sacchi da 60 kg, equivalenti a 3,1 miliardi di tazzine bevute ogni giorno su scala globale.

In questo quadro, **l'Italia riveste un ruolo di primo piano**, innanzitutto come Paese consumatore: è **il settimo al mondo con 5,2 milioni di sacchi annui**. Secondo gli ultimi dati, infatti, circa il 73,9% dei nostri connazionali lo beve regolarmente ogni giorno. Ma **nel 2023, come sono cambiate le nostre preferenze di consumo?** Dove lo compriamo, dove preferiamo acquistarlo e dove amiamo consumarlo? E soprattutto, quanti di noi lo bevono, e quanti invece sanno esattamente come degustarlo?

GLI ITALIANI E IL CAFFE': LA RICERCA ASTRA 2023

Su 100 caffè, circa 40 vengono consumati a casa, seguiti dal bar (circa 14 su 100). Macchina a cialde, moka e macchina da espresso automatica restano le modalità preferite con cui gli italiani preparano il caffè (rispettivamente il 42,7%, il 28,8% e il 17,1%). Quello che è interessante è anche ciò che è emerso sul rapporto personale che abbiamo con questa bevanda, specialmente quando la consumiamo al bar. **Per la maggior parte di noi il caffè è una ricarica di forza mentale ed energia fisica (42,2%), un rito personale (35,6%), e un catalizzatore di buonumore e socialità (33,7%) da condividere con gli altri**.

IL COFFEE TASTING E L'ARTE DELL'ESPRESSO

C'è ancora una buona fetta di appassionati che amano recarsi presso le torrefazioni e scegliere la propria miscela (12%). Questo perché questa bevanda **rappresenta anche un'esperienza sensoriale** e renderla tale è frutto di sapienza e arte. Come quella tramandata da **Andrej Godina**:

una delle voci più autorevoli della scienza del “coffee tasting”.
“L’espresso è un’invenzione tutta italiana che dall’inizio del 1900 accompagna le nostre pause e che è in grado di offrirci un ***vero e proprio viaggio sensoriale da gustare con gli occhi, il palato, l’olfatto*** *. Il caffè può essere erogato in tanti modi differenti, ma ogni tazza è un'opportunità per esplorare un mondo di aromi, sapori e profumi unici e valorizzare la sua qualità è un’avventura appassionante che aiuta ad apprezzare a pieno questa esperienza”* afferma il coffee specialist. *“Quando bevo il caffè, che sia estratto in espresso o moka, il mio pensiero va sempre al Paese di produzione, ai farmer che l’hanno coltivato e al torrefattore che l’ha tostato. Un viaggio che mi permette di godere di quello che noi coffee specialist chiamiamo “flavore”.*

La degustazione del caffè richiede infatti la capacità di riconoscere le sfumature sensoriali del Flavore, ovvero la contemporanea percezione dei gusti, degli aromi e delle sensazioni tattili quando introduciamo il caffè nel palato. Il caffè può avere **tre gusti suddivisi tra acido, dolce e amaro** che sono percepiti dalle papille gustative sulla lingua. Gli aromi del caffè sono moltissimi, più di 1500 e sono percepiti durante l’espirazione dai recettori olfattivi nel naso. Infine il caffè, soprattutto nella erogazione in espresso, riesce ad avere un corpo intenso e vellutato, caratteristiche che sono percepite dai recettori tattili al palato.

CONSUMATORI SEMPRE PIU' CONSAPEVOLI
I consumatori di oggi sono però anche attenti alla filiera e al suo impegno. "*La nostra indagine ha rivelato come quest’anno più che mai gli italiani apprezzino particolarmente il* ***gusto e il significato del caffè****, l’innovazione che caratterizza le diverse miscele disponibili sul mercato e le aziende che comunicano in modo chiaro, completo e trasparente"* afferma **Cosimo Finzi**, Presidente di AstraRicerche.
"Inoltre ciò che emerge è la crescente consapevolezza ambientale dei consumatori italiani: riconoscono ***l’impegno nella sostenibilità*** *sia delle nuove* ***confezioni*** *(61,7%) sia dei nuovi* ***processi produttivi e di trasporto*** *(58,3%) e desiderano che questo trend venga mantenuto e incrementato sempre di più (50,3%). È importante notare anche che oggi la* ***sostenibilità sociale****, intesa come garanzia dei diritti e della giusta retribuzione dei lavoratori, passa dal 43.4% come priorità degli impegni richiesti nel 2021, al 49.7%, nel 2023, quasi* ***pareggiando il valore di quella ambientale*** *che è del 50,3%, sempre nel 2023”.*