

Home » Analisi di mercato » Quali sono i...

ANALISI DI MERCATO AZIENDE CAPSULE ONLINE CAFFÈ TORREFATTORI

## Quali sono i marchi di caffè più ricercati sul Web: ecco le preferenze degli internauti

1 febbraio 2017

CONDIVIDI Facebook Twitter



MILANO – L'industria del caffè è uno dei settori tipici del comparto Food & Beverage del nostro Paese. Il caffè rappresenta la bevanda nazionale per eccellenza, un tema di grande interesse ed un elemento essenziale di tradizione e aggregazione. Per esplorare questo argomento Tote Next ha analizzato 38 milioni di query inerenti il termine "caffè" digitate dagli Italiani sui motori di ricerca nel periodo luglio 2014 – giugno 2016.

I dati, provenienti dai database Google, sono stati codificati mediante un algoritmo ideato dall'Istituto e organizzati in categorie come "marca", "tipologia di prodotto", "macchine e accessori", etc..

in Milano

**FAEMA E71**

La migliore interprete del caffè d'istesa



**RITO**  
L'innovazione  
venera la qualità

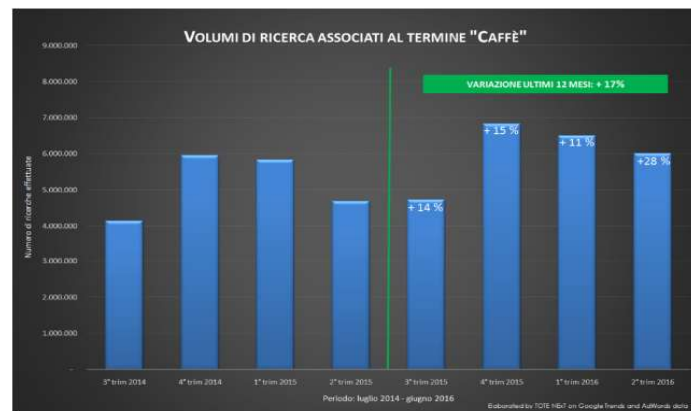
Scopri subito.





### Il volume complessivo delle ricerche

L'elaborazione dati su base longitudinale mostra un aumento del 17% annuo delle interrogazioni associate al termine "caffè" confermando la vivacità dell'interesse dei consumatori per l'argomento (Fig.1).



### Il volume di ricerca per marca

I grafici "Alluvial", di seguito riportati, permettono di visualizzare rapidamente la presenza di variazioni rilevanti all'interno di serie storiche: le marche con una frequenza maggiore di interrogazioni si posizionano nella parte alta del grafico e vengono rappresentate da aree colorate più ampie, l'altezza complessiva dei flussi colorati corrisponde al volume totale delle interrogazioni.

L'intrecciarsi dei flussi colorati mostra con immediatezza l'evolversi dei "rapporti di forza" tra i diversi brand.

Le marche di caffè che risultano più ricercate sul web in Italia sono rappresentate nei due grafici seguenti: il primo (Fig.2) raffigura le marche con i volumi di ricerca trimestrale superiori alle 100.000 ricerche, il secondo (Fig.3) quelle con volumi inferiori.

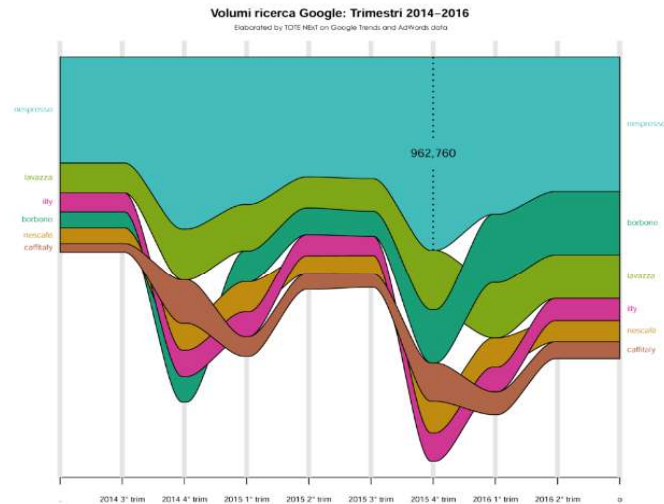


Figura 2 – Principali marche di caffè in ordine di frequenza (a).

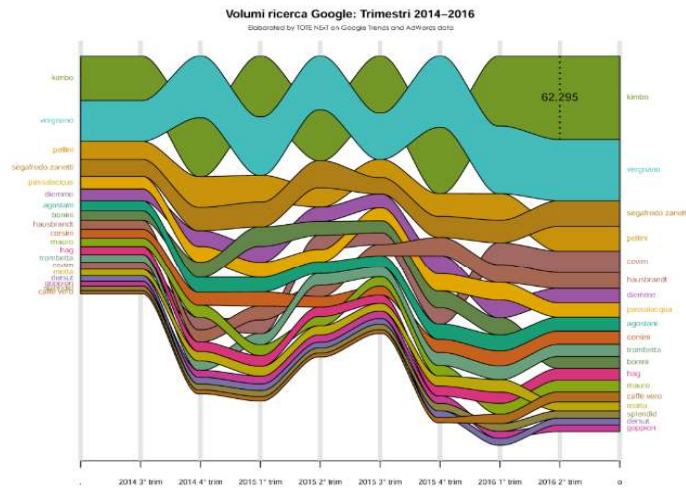


Figura 3 – Principali marche di caffè in ordine di frequenza (b).

**SCOPRI DI PIÙ**

**ACCADEMIA ITALIANA MAESTRI DEL CAFFÈ**

**ICC**  
ITALIAN COFFEE CERTIFICATE academy

**ACCADEMIA ITALIANA MAESTRI DEL CAFFÈ**

Analisi, R&S, consulenza e formazione sul caffè

**L'arte del decaffeinare**  
made in Italy

Nespresso mantiene il primato per tutto il periodo (Fig.2), registrando picchi che sfiorano il milione di ricerche in corrispondenza del quarto trimestre 2014 e 2015. Di seguito, troviamo Borbone, Lavazza, Illy, Nescafé e Caffitaly. Proseguendo con il secondo grafico, rilevanti sono anche Kimbo e Vergnano (Fig.3) che si alternano per frequenza di ricerche durante i 24 mesi.

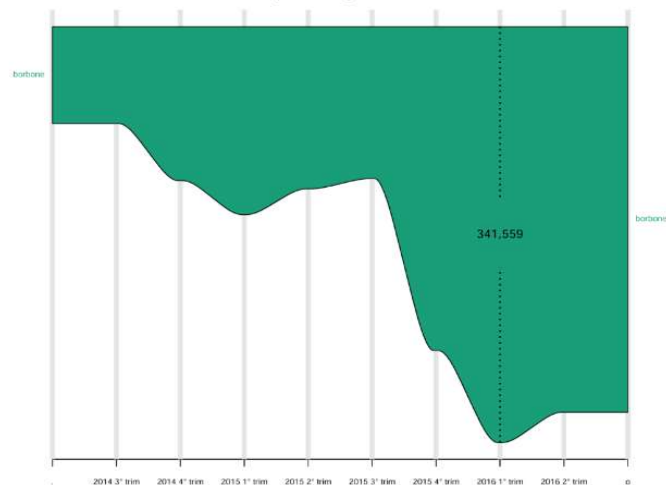
Da rilevare l'importanza del quarto trimestre nel determinare l'andamento complessivo delle ricerche: per numerose marche in questo periodo si osserva un sensibile aumento delle query di ricerca, riconducibile sia all'incremento di interesse nei confronti delle macchine per il caffè come idea-regalo, sia alle campagne pubblicitarie natalizie di supporto.

L'andamento delle ricerche relative a Caffitaly è esemplificativo in tal senso: gli spot televisivi di novembre 2014 e 2015 con protagonista Luca Argentero contribuiscono presumibilmente a determinare il momentaneo "sorpasso" alle concorrenti Nescafé e Illy.

Interessante infine constatare la progressione impetuosa delle ricerche on line associate al brand Caffè Borbone (Fig.4). L'aumento (113% su base annua) è riconducibile, con molta probabilità, alla sponsorizzazione di trasmissioni televisive ad alto audience quali "Uomini & Donne" e "Made In Sud".

**Volimi ricerca Google: Caffè Borbone Trimestri 2014-2016**

Elaborato da TOTE H&M su Google Trends and AdWords data



**demus**

in Milano

host

Equipment, Coffee and Food  
40<sup>th</sup> International Hospitality Exhibition  
October 20-24, 2017 fieramilano



ICC

ITALIAN  
COFFEE CERTIFICATE  
academy

**ACCADEMIA ITALIANA  
MAESTRI DEL CAFFÈ**

**demuslab**



Analisi, R&S, consulenza e formazione sul caffè

**L'arte del decaffeinare**  
made in Italy



**demus**

A seguire la tabella delle variazioni percentuali su base annua per i principali brand.

Marca	Lug 2014 Giu 2015	Lug 2015 Giu 2016	Δ
Nespresso	2.713.580	3.019.810	11%
Borbone	<b>493.620</b>	<b>1.049.065</b>	<b>113%</b>
Lavazza	790.740	957.150	21%
Nescafé	452.400	499.945	11%
Illy	456.340	471.175	3%
Caffitaly	441.480	458.390	4%
Kimbo	160.230	206.485	29%
Vergnano	160.880	184.710	15%
Pellini	71.060	69.310	-2%
Segafredo Zanetti	69.390	64.490	-7%
Covim	35.350	53.690	52%
Hausbrandt	34.740	48.020	38%
Passalacqua	42.020	47.045	12%
Diemme	43.400	47.970	11%
Agostani	39.000	42.460	9%
Bonini	43.890	43.470	-1%
Corsini	35.290	37.675	7%
Trombetta	29.950	36.690	23%
Hag	28.380	30.850	9%
Mauro	30.580	31.760	4%
Motta	26.200	29.535	13%
Caffè Vero	<b>11.540</b>	<b>21.415</b>	<b>86%</b>
Splendid	16.100	21.005	30%
Dersut	18.560	19.480	5%
Goppion	20.310	21.280	5%
Altre Marche	124.570	145.945	17%
<b>Totale</b>	<b>6.389.600</b>	<b>7.658.820</b>	<b>20%</b>

Elaborated by TOTE NEXt on Google Trends and AdWords data

Analoghe analisi potranno essere effettuate su richiesta anche per le altre categorie di query ("tipologia di prodotto", "macchine e accessori").

FONTE [HTTP://WWW.TOTENEXT.IT/WEB-SEARCH-INSIGHT/CAFFE-ITALIA-INDAGINE-ANALITICA-SULLE-PREFERENZE-DEGLI-INTERNAUTI/](http://www.totenext.it/web-search-insight/caffe-italia-indagine-analitica-sulle-preferenze-degli-internauti/)  
TAGS [INDAGINE](#) [INTERNET](#) [MARCHE](#) [MOTORI DI RICERCA](#) [QUERY](#)



RITO



SCOPRI DI PIÙ



ACCADEMIA ITALIANA  
MAESTRI DEL CAFFÈ



Analisi, R&S, consulenza e formazione sul caffè

L'arte del decaffeinare