



I bevitori di caffè si orientano verso il caffè in grani mentre i prezzi aumentano, afferma Lavazza

Il Presidente del gruppo italiano a conduzione familiare sostiene che i consumatori scelgono di consumare “meno, ma meglio”

Il gruppo sta proteggendo la propria posizione nel segmento del caffè monoporzione

Lunedì 20 Luglio 2026 | Susannah Savage, Londra

Gli amanti del caffè stanno acquistando “meno, ma meglio” mentre i prezzi continuano a salire, secondo il torrefattore italiano Lavazza, alimentando la domanda di caffè in grani e di macchine bean-to-cup.

Giuseppe Lavazza, Presidente dell’azienda di famiglia, ha dichiarato che lo spostamento verso il caffè in grani rappresenta la “tendenza più importante del settore. Le persone cercano il caffè in grani e desiderano forse replicare a casa l’esperienza dei coffee shop”.

“Forse preferiscono consumare un po’ meno, ma meglio”, ha dichiarato al *Financial Times*.

Nel Regno Unito, le vendite di caffè in grani sono aumentate del 20,3% in volume nei dodici mesi terminati a maggio, superando nettamente la crescita del 2,8% registrata complessivamente dal mercato del caffè domestico, secondo i dati Nielsen. Le vendite di caffè in grani sono cresciute del 36,8% in valore, mentre le vendite in unità delle macchine bean-to-cup sono aumentate del 33,5%.

Questo cambiamento arriva dopo quattro anni di forti turbolenze sui mercati del caffè. Condizioni meteorologiche avverse e raccolti deludenti hanno portato nel

2025 sia i prezzi dell'arabica sia quelli della robusta a livelli record, costringendo i torrefattori ad aumentare ripetutamente i prezzi. Nel Regno Unito, i prezzi del caffè destinato al consumo domestico sono aumentati di un ulteriore 6,3% nei dodici mesi terminati a maggio, secondo Nielsen.

L'aumento simultaneo del prezzo di entrambe le varietà ha inoltre ridotto la capacità dei torrefattori di contenere i costi sostituendo parte della più costosa arabica con la robusta, tradizionalmente più economica e utilizzata soprattutto nel caffè solubile e nelle miscele per espresso.

La crescita del segmento del caffè in grani va oltre il Regno Unito. Secondo Nielsen, nei dodici mesi terminati a maggio le vendite sono aumentate in valore del 35% in Francia, del 33% in Italia e del 31,2% in Germania.

Lavazza ha evidenziato che la Germania, il più grande mercato europeo per il consumo di caffè, è il Paese più avanzato in questa evoluzione, con il caffè in grani che rappresenta ormai un segmento più ampio rispetto al tradizionale caffè macinato.

“Le persone cercano esperienze, anche a casa”, ha affermato, indicando la crescente domanda di macchine capaci di preparare cappuccini, flat white e caffè lunghi.

Questo fenomeno rappresenta la prosecuzione di una tendenza accelerata durante la pandemia di Covid-19, quando la chiusura delle caffetterie e il lavoro da remoto hanno spinto le famiglie a investire maggiormente in attrezzature per il caffè. La continua crescita sia del caffè in grani sia delle macchine dedicate suggerisce che questa abitudine sia rimasta anche dopo il ritorno dei consumatori negli uffici e nei locali.

I dati statunitensi indicano una direzione analoga, sebbene il fenomeno sia meno marcato. Secondo NielsenIQ, nelle 52 settimane terminate il 27 giugno le vendite in unità di caffè in grani sono aumentate del 3,2%, mentre quelle delle capsule sono diminuite del 4,9% e quelle del caffè macinato del 3,9%.

Sebbene i futures su arabica e robusta siano scesi rispetto ai picchi registrati lo scorso anno, Lavazza ritiene che il mercato rimanga ancora troppo instabile perché il gruppo possa iniziare a ridurre i prezzi al dettaglio.

“Non crediamo che sia ancora il momento di pensare a una possibile riduzione dei prezzi”, ha dichiarato Giuseppe Lavazza. “La possibilità di un ulteriore aumento dei listini non è del tutto esclusa”.

Secondo Lavazza, il settore avrebbe bisogno di almeno due raccolti particolarmente positivi in Brasile e Vietnam per ricostituire le scorte ridotte. Ha inoltre osservato che piogge inattese hanno rallentato l'attuale raccolta brasiliana, mentre gelate, il fenomeno El Niño e altri rischi climatici potrebbero continuare a compromettere l'offerta.

Ha aggiunto che, dopo diversi anni di prezzi elevati, gli agricoltori si trovano in una posizione finanziaria più solida e possono permettersi di trattenere il caffè invece di venderlo immediatamente. Nel frattempo, i torrefattori stanno acquistando con cautela, in attesa di capire se i prezzi continueranno a diminuire.

“Il mercato del caffè ha subito una trasformazione strutturale in termini di domanda e offerta”, ha affermato Lavazza. “La volatilità è diventata la nuova costante del nostro contesto operativo”.

Nel 2025 Lavazza ha registrato ricavi pari a 3,9 miliardi di euro, in crescita del 15,7%, mentre l'EBITDA è aumentato dell'8,8%, raggiungendo i 340 milioni di euro.

Il gruppo sta inoltre cercando di proteggere la propria posizione nel segmento del caffè monoporzione, mentre i consumatori si orientano sempre più verso il caffè in grani e i volumi delle capsule negli Stati Uniti diminuiscono.

A settembre Lavazza prevede di lanciare nel Regno Unito Tabli, un sistema che sostituisce l'involucro in plastica o alluminio delle capsule tradizionali con una piccola tab composta interamente da caffè compresso.

Si tratta comunque di un formato monoporzione che richiede l'acquisto di una macchina dedicata.

Lavazza sostiene tuttavia che l'eliminazione dell'involucro consenta di evitare i problemi legati ai rifiuti e al riciclo associati alle capsule tradizionali. “Non c'è più la capsula”, ha dichiarato Giuseppe Lavazza. “Tabli rappresenta un nuovo benchmark”.