

Caffè & Giro d'Italia: due passioni – dal sapore tutto italiano – che uniscono (e riuniscono) il nostro paese

*Un mix sensazionale di piacere e tradizione, un'esperienza da condividere,
un "collante" appassionato capace di aggregare ovunque, soprattutto al bar.*

*In occasione del suo secondo anno di sponsorship, Gruppo Cimbali e Faema presentano i dati
della ricerca che svela l'incontro "su strada" tra il rito del caffè e l'amatissima competizione
ciclistica: passioni e valori in comune che raccontano le tante sfaccettature dell'Italia.*

MILANO, 27 APRILE 2023 – Ci sono passioni, abitudini e riti che uniscono e riuniscono gli italiani. Tradizioni che continuano di generazione in generazione e che fanno parte di quello che intendiamo (e sentiamo) oggi come "italianità". Una di queste è sicuramente il **Giro d'Italia**, l'amata corsa a tappe che attraversa il nostro Paese ogni maggio e che viene seguita **da 4 italiani su 5 (79,5%)**; la seconda è il **caffè**, bevuto **dall'83,1% degli italiani più volte a settimana**.

È da questo primo legame che prende il via la ricerca "*Caffè & Giro d'Italia, due passioni dal sapore tutto italiano*" commissionata da **Faema** (brand di Gruppo Cimbali) e realizzata da AstraRicerche su un campione di oltre 1.000 persone (18-65 anni, residenti in Italia), in occasione del **secondo anno di sponsorizzazione ufficiale del Giro d'Italia**. Una partnership triennale – lanciata nel 2022 – che ha riacceso gli animi degli appassionati e che oggi intende fornire un punto di vista dal sapore pop e innovativo su due passioni (il caffè e il Giro d'Italia) che rappresentano il concept della partnership quest'anno: **#TheWayWeLove**.

*"Insieme ad AstraRicerche abbiamo voluto indagare quali fossero gli elementi in comune tra la bevanda e la competizione più amata dagli italiani – ha dichiarato **Enrico Bracesco, Direttore Generale di Gruppo Cimbali** –. È stato interessante scoprire quanto i valori del Giro siano gli stessi condivisi dagli amanti del caffè e come le due passioni si intreccino in un mix sensazionale di piacere, tradizione, condivisione e aggregazione. La ricerca conferma, ancora una volta, il legame storico di Faema con il mondo del ciclismo e intende raccontare l'evoluzione di un brand innovativo, sempre in grado di regalare ai consumatori un'esperienza unica, così come continua a fare l'amatissima competizione da oltre 100 anni".*

*"Faema ha sempre fatto parte della grande famiglia del Giro d'Italia e dall'anno scorso è rientrata a pieno titolo come sponsor della Corsa Rosa grazie ad un'azienda di respiro internazionale come il Gruppo Cimbali. Il Giro d'Italia è una vetrina nazionale e internazionale oltre che una piattaforma di comunicazione multimediale in grado di garantire a tutti i nostri partner un'enorme visibilità grazie agli oltre 200 paesi del mondo in cui verrà trasmesso. Faema è legata a doppio filo con il mondo del ciclismo e la Corsa Rosa con la storica formazione che, tra gli anni 50 e 60, vinse il Giro nel 1956 con Charly Gaul e nel 1968 con Eddy Merckx oltre ad aggiudicarsi la classifica a squadre nel 1961, 1962 1968" ha commentato **Mauro Vegni, Direttore del Giro d'Italia**.*

Seguire il Giro... e bere un buon caffè

La ricerca, un vero e proprio incontro "su strada" tra le due passioni, evidenzia come gli italiani seguono il Giro d'Italia: lo fanno guardando una o più dirette (in televisione, in streaming on line o via radio: **46.7%**), o grazie agli aggiornamenti nei notiziari e nei programmi sportivi in TV o sul Web (**31.5%**) o alla radio (**11.2%**); quasi uno su sei ne legge sui giornali (cartacei o on line: **15.9%**).

Ma il Giro d'Italia è anche contatto diretto e condivisione delle emozioni là dove passa la corsa rosa: al **17.8%** degli italiani è capitato di seguirlo dal vivo, di persona. Può capitare di seguirlo a casa da soli

(48.5%), ma è più comune guardarlo tra le mura domestiche con altre persone (53.3% - vero per tutte le generazioni) o al bar/pub (per ben il 19.5% - soprattutto per la Gen Z: 30%).

Il caffè (o bevande che lo contengono, come il cappuccino), invece, è bevuto dal **83.1%** degli italiani più volte a settimana e **ben il 68.6% lo fa tutti i giorni**. A casa o fuori casa? Per moltissimi è un "sia...sia" e complessivamente siamo quasi alla pari: **l'80.0%** beve caffè tra le **mura domestiche** (76.2% a casa propria, 36.2% a casa di altri), il **74.4% fuori casa** (il 56.7% al bar, il 30.5% nel luogo di lavoro o studio, il 24.3% al ristorante, il 13.0% nei locali serali/pub).

I valori del Giro... e quelli del caffè

Seguire il Giro d'Italia è certamente un piacere per il **39.9%** degli italiani, ma anche un bel mix di relax e di esperienza da condividere con altre persone. Al Giro d'Italia sono associate idee e valori positivi, e l'attribuzione è molto ampia: è una gara che **unisce tutti gli italiani (74.2%)**, è la condivisione di una passione di altre persone (**69.0%**), è piacevole argomento di cui parlare con altri (**58.8%**); ma il Giro è anche storia personale (ricordi di infanzia: **64.2%**) e una tradizione di famiglia (**56.9%**).

Il **caffè** condivide molti aspetti con il Giro d'Italia: è prima di tutto un **piacere (64.9%)** e poi – proprio come seguire la corsa a tappe – un momento di **relax (52.3%)** e uno dei migliori modi per fare **pausa** nella giornata (**40.6%**); ma è anche un prodotto legato alla **condivisione**: una scusa per fare due chiacchiere con altre persone (**27.2%**), una vera esperienza da condividere (**22.8%**). **E se per i ciclisti serve energia, potenza, carica, il caffè è per gli italiani l'alleato perfetto per concentrarsi o per svegliarsi meglio (34.2%)**.

Il Giro e il caffè come "collante" degli italiani

Per il 30.1% degli intervistati la corsa a tappe si associa all'idea di socialità e di condivisione. Un'aggregazione che ritroviamo certamente anche al **bar**: per il 54.0% è il posto in cui incontrare gli amici, per il 31.9% rappresenta **"il social network degli italiani prima di Facebook"**. È al bar che conosciamo persone nuove (**22.5%**), si ascoltano i discorsi degli sconosciuti (**14.2%**), si discute di attualità (**25.0%**) ma anche di sport (**20.3%**): è qui che ci si riunisce per i grandi eventi sportivi, così come il calcio, anche per le grandi tappe del Giro d'Italia (**23.7%**).

Il successo è un lavoro di squadra, al Giro come al bar

La ricerca Faema ci offre anche un interessante parallelismo sui ruoli di ciascuno all'interno di una squadra per ottenere il successo, in corsa per il Giro d'Italia come anche al bar. Secondo gli italiani, durante la gara sono quattro le figure principali che determinano il successo di un team: il **velocista (70.2%)** che batte persino lo **scalatore (60.9%)**, il **capitano (60.8%)** che supera – non di molto, come è tipico dello spirito del ciclismo – il **gregario (53.7%)**.

Al bar, invece, per ottenere un buon caffè serve scegliere con cura la miscela giusta (79.7%), ma non basta. È necessario anche qui un lavoro di squadra: la **macchina usata** ha ampia rilevanza (**44.8%**) ma conta molto anche la **'mano'** di chi prepara il caffè, l'abilità nel farlo con attenzione alle quantità, ai tempi (**39.6%**). In fondo al gruppo troviamo la qualità dell'**acqua (31.7%)**.

E se i baristi fossero una squadra che partecipa al Giro d'Italia? Secondo la ricerca, l'addetto al caffè potrebbe svolgere ruoli diversi: per il **39.8%** è uno scalatore, per affrontare i picchi di clienti, per il **33.0%** un passista, resistente nel preparare tanti caffè – uno dopo l'altro – senza sosta, e per il **27.2%** un velocista, preparando la bevanda in tempi rapidissimi.

Conoscere le bellezze italiane tra il bar e il Giro

Uno degli aspetti meno noti del **Giro d'Italia** è il suo ruolo di **"guida turistica"** per gli italiani: per il **43.5%** la corsa a tappe è occasione per conoscere paesi, luoghi d'Italia non ancora visitati o in cui si vuole tornare. Ma anche **il bar unisce le persone e racconta l'Italia**: un italiano su quattro (**25.4%**)

concorda con l'affermazione secondo cui il bar "è un luogo in cui scoprire le differenze locali in Italia: entri in un caffè e capisci lo 'spirito' di quella città"; d'altra parte, più di metà degli intervistati afferma che "il bar è un simbolo dell'italianità, di un certo modo di intendere la colazione, la pausa, l'incontro con altre persone" (53.0%).

E sul caffè c'è molto da raccontare, 'tappa per tappa', paese per paese: solo il 9.4% degli italiani è convinto che il caffè sia uguale in tutta Italia; il 52.6% afferma che, invece, ci sono riti e abitudini locali che rendono l'esperienza del caffè diversa in ogni regione, mentre il 38.1% sa che ci sono regioni con specialità di caffè che si bevono solo lì (per esempio il Bicerin in Piemonte, caffè padovano, eccetera).

Faema al Giro d'Italia 2023

Anche quest'anno protagoniste di tutte le tappe, saranno le tre macchine per caffè espresso simbolo di Faema oggi: l'iconica E61, la e71Ee la [Faemina](#) - in versione **Limited Edition Giro d'Italia** - la macchina per caffè espresso pensata per l'ambiente domestico e gli small business.

Tutti gli amanti del ciclismo e di Faema potranno quindi gustare, nei village e nelle aree hospitality, un ottimo caffè preparato con le diverse macchine del brand e sfidarsi con gli amici in una gara di freccette, il tipico gioco da bar recentemente tornato di moda. Giocando e facendo centro sarà possibile contribuire al sostegno che Gruppo Cimbali offre ogni anno alle comunità dei paesi in via di sviluppo attraverso l'associazione no-profit **World Bicycle Relief**. La onlus è specializzata in programmi di distribuzione di biciclette su larga scala e completi per aiutare la riduzione della povertà là dove mancano anche i più basilari mezzi di collegamento.

Inoltre, grazie alla collaborazione con la community di **Strava**, gli appassionati potranno partecipare alla challenge e, al raggiungimento dei 120.000 km pedalati dalla community, verrà fatta una donazione economica: più si pedala e più si contribuisce alla causa.

E per finire, è possibile seguire sul canale [Instagram di Faema](#) con l'#FaemaOnTheRoad il racconto del Giro d'Italia, legato ai rituali del caffè e del ciclismo attraverso gli scatti fotografici Faema e il video Manifesto che raccoglierà le testimonianze delle persone in alcune tappe del Giro tra cui quella finale di Roma.

GRUPPO CIMBALI

Gruppo Cimbali è tra i principali produttori di macchine professionali per caffè e bevande a base di latte e di attrezzature dedicate alla caffetteria. Il Gruppo, di cui fanno parte i brand La Cimbali, Faema, Slayer e Casadio, opera attraverso tre stabilimenti produttivi in Italia e uno negli Stati Uniti (a Seattle, dove vengono prodotte le macchine a marchio Slayer), impiegando complessivamente oltre 750 addetti. L'impegno del Gruppo per la diffusione della cultura del caffè espresso e per la valorizzazione del territorio si è concretizzato nel 2012 con la fondazione del MUMAC - Museo della Macchina per Caffè, la prima e più grande esposizione permanente dedicata alla storia, al mondo e alla cultura delle macchine per il caffè espresso situata all'interno dell'headquarter di Gruppo Cimbali a Binasco. MUMAC ospita MUMAC Academy, l'accademia della macchina per caffè di Gruppo Cimbali, centro di formazione, divulgazione e ricerca.

Ufficio Stampa Gruppo Cimbali - Omnicom PR Group

Emanuela dell'Isola - emanuela.dellisola@omnicomprgroup.com / 3484848014

Flavia Perricone - flavia.perricone@omnicomprgroup.com / 380 2686467

Valentina Rizzotti - valentina.rizzotti@omnicomprgroup.com / 3385713982