COMUNICATO STAMPA

GIORNATA INTERNAZIONALE DEL CAFFÈ: UN PRODOTTO UNICO, UNA FILIERA IN CONTINUA EVOLUZIONE

Alla vigilia della Giornata Internazionale del Caffè, per il primo anno designata ufficialmente dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite, il Comitato Italiano del Caffè di Unione Italiana Food riunisce a Roma istituzioni, torrefattori e Paesi produttori non solo per celebrare la bevanda più amata ma anche per discutere il futuro di una filiera strategica per il Made in Italy.

Mercoledì 30 settembre 2026 - ore 10.30
Ambasciata della Repubblica Democratica Federale d'Etiopia
Via Andrea Vesalio 16/18 – Roma

Roma, 30 settembre 2026 – Il ruolo dell'Italia nella **cooperazione internazionale**; le **partnership pubblico-privato**; l'importanza di **diversificare** la **produzione**: sono solo alcuni dei temi al centro del dibattito che coinvolge tutti i principali attori del mondo del caffè, riuniti a Roma - grazie alla generosa ospitalità dell'Ambasciata della Repubblica Democratica Federale d'Etiopia - alla vigilia della Giornata Internazionale che celebra una delle bevande più amate, simbolo del saper fare italiano. All'ordine del giorno l'**evoluzione delle abitudini di consumo di caffè in Italia** e lo sviluppo dell'**ACT Coffee Programme**, che sostiene la trasformazione della filiera africana del caffè nella direzione della sostenibilità e della creazione di valore condiviso tra Paesi produttori e trasformatori.

Endaweke Tesfaye, Capo Missione con il titolo di Incaricato d'Affari presso l'Ambasciata della Repubblica Democratica Federale d'Etiopia, introduce la giornata e l'importanza delle relazioni commerciali tra Italia ed Etiopia in questo settore merceologico: *"Il caffè è uno dei doni più duraturi dell'Etiopia al mondo. Dalle terre dei nostri agricoltori alle tazze di tutto il mondo, porta con sé la nostra storia e la nostra ospitalità, dà sostentamento a milioni di persone e unisce culture diverse. Mentre portiamo sui mercati internazionali quantità crescenti del nostro eccezionale caffè Arabica, cerchiamo collaborazioni che vadano oltre gli scambi commerciali: investimenti, innovazione e una filiera più solida, capace di assicurare maggiori benefici agli agricoltori.* – il dott. Tesfaye conclude - *La Giornata Internazionale del Caffè è un'occasione per rafforzare la collaborazione tra Etiopia e Italia. Unendo le origini etiopi alle competenze italiane, possiamo migliorare la qualità, la tracciabilità e la resilienza climatica, costruendo per il caffè un futuro più sostenibile e vantaggioso per entrambi i Paesi".*

UNA FILIERA DA QUASI 6 MILIARDI DI EURO

Dietro uno dei gesti più semplici e riconoscibili della quotidianità italiana c'è un settore industriale di primo piano, con numeri da record, che sono stati svelati in occasione dell'evento "*Il caffè italiano: un prodotto unico, una filiera in continua evoluzione*", organizzato dal **Comitato Italiano del Caffè di Unione Italiana Food.**

Nel 2025, in Italia sono state prodotte **424.168 tonnellate di caffè tostato e solubile**: il nostro Paese si attesta quindi come **primo produttore di caffè tostato nell'Unione Europea**. Il comparto conta circa **1.000 torrefazioni** e sviluppa **un fatturato di 5,9 miliardi di euro**. **Il consumo complessivo annuo raggiunge 287.143 tonnellate, pari a 4,9 kg pro capite, equivalenti a circa 812 tazzine di espresso all'anno per persona**.

Sul mercato, il **macinato** rappresenta il **64% delle vendite, le cialde il 24%, il solubile l'8% e il caffè in grani il 4%.**

A monte della filiera**, l'Italia importa 641.234 tonnellate di caffè verde**, incluso il decaffeinato: circa due terzi Arabica e un terzo Robusta. Brasile e Vietnam, da soli, rappresentano il 57% dei volumi e il 54% del valore delle importazioni italiane di caffè verde. Sul fronte della **trasformazione** e dell'export, **l'Italia esporta quasi 280 mila tonnellate di caffè tostato**, incluso il decaffeinato, e 4.550 tonnellate di caffè solubile. Il settore italiano si inserisce in un mercato globale che conta una produzione mondiale di 179 milioni di sacchi di caffè, con Brasile, Vietnam, Uganda, Colombia e Indonesia ai primi cinque posti tra i Paesi produttori extra UE.

DALL'AFRICA ALL'ESPRESSO ITALIANO: L'ACT COFFEE PROGRAMME

Quella del caffè è una filiera che lega in maniera strutturale l'Italia ai Paesi produttori e che oggi si confronta con uno **scenario internazionale in profonda trasformazione**, che tocca vari aspetti: concentrazione geografica della produzione, tensioni sul lato dell'offerta, cambiamento climatico, necessità di incrementare produttività e qualità nei Paesi d'origine, sostenibilità ambientale e sociale, nuovi modelli di cooperazione e partnership pubblico-private. È in questo scenario che il settore italiano punta a giocare un ruolo sempre più attivo, mettendo a disposizione dei Paesi produttori competenze, tecnologia, know-how industriale e capacità di trasformazione, con l'obiettivo di rafforzare la resilienza della filiera e contribuire a creare maggiore valore nei territori di origine.

Particolare attenzione, durante il dibattito, sarà dedicata **all'Africa**, continente con un enorme potenziale produttivo e strategico. In un mercato mondiale fortemente concentrato, ampliare e diversificare le aree di produzione significa contribuire alla sicurezza degli approvvigionamenti e, allo stesso tempo, creare nuove opportunità di sviluppo economico e sociale per le comunità produttrici.

È qui che entra in gioco **l'ACT Coffee Programme**, iniziativa di punta del Piano Mattei per l'Africa e del Global Gateway dell'Unione Europea, **che sostiene i Paesi africani produttori di caffè in una trasformazione strutturale della filiera.**

Lanciato nel marzo 2025 dall'**Organizzazione delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Industriale (UNIDO)** con il finanziamento della Cooperazione Italiana, l'ACT Coffee Programme (Advancing Climate-Resilience and Transformation in African Coffee) è un programma internazionale che nasce con l'obiettivo di rafforzare la resilienza climatica dei Paesi produttori, sviluppare competenze locali, aumentare il valore generato nei territori di origine e promuovere nuove partnership tra istituzioni, organizzazioni internazionali e settore privato. Il programma è attivo in cinque Paesi prioritari, Etiopia, Kenya, Malawi, Tanzania e Uganda, con un modello pensato per estendersi a tutto il Continente.

Attraverso la creazione e il potenziamento dei **Coffee Training Centres**, il programma punta a costruire infrastrutture permanenti dedicate alla formazione, all'innovazione e alla diffusione delle migliori pratiche nel settore, creando nuove professionalità capaci di affrontare le sfide climatiche e di mercato. Accanto alla formazione, il programma lavora sull'**accesso alla finanza**, uno dei nodi più critici per il settore: sostiene i governi dei Paesi produttori nel mobilitare risorse per l'adattamento climatico, e sviluppa con partner privati strumenti innovativi per lo sviluppo della filiera e la gestione del rischio.

"*Ogni espresso servito in Italia comincia con un agricoltore all'origine. Attraverso l'ACT Coffee Programme, finanziato dalla Cooperazione Italiana, lavoriamo con governi, settore privato e istituzioni finanziarie perché i Paesi produttori di caffè possano proteggere i raccolti dagli shock climatici e accedere ai finanziamenti necessari per investire nel proprio futuro. In occasione della Giornata Internazionale del Caffè, il nostro messaggio è semplice: il futuro del caffè che amiamo dipende da una filiera resiliente e sostenibile, dall'origine alla tazzina*", dichiara **Andrea De Marco, Programme Manager e Partnership Advisor di UNIDO**.

ALTROCONSUMO: MOKA E CAPSULE TESTA A TESTA NELLE CASE DEGLI ITALIANI

Gli italiani amano il caffè, lo considerano parte della propria identità e difficilmente immaginano di rinunciarvi. Eppure, conoscono ancora molto poco il lungo viaggio che porta il chicco dalle aree di produzione alla tazzina.

È uno dei dati più significativi della nuova indagine "***Evoluzione delle abitudini di consumo del caffè in Italia",*** realizzata dal **Comitato Italiano del Caffè di Unione Italiana Food** e svolta da **Altroconsumo** su un **campione di oltre 1.200 consumatori.** Secondo la ricerca, **tre italiani su quattro bevono regolarmente caffè** e circa un italiano su due (49,5%) lo indica tra gli elementi che meglio rappresentano lo stile di vita e la cultura del Paese, praticamente alla pari con la pasta. **Tra chi beve espresso, l'83% lo consuma ogni giorno**.

Numeri che raccontano un legame profondissimo e che, tuttavia, non impediscono il paradosso: più della metà dei consumatori dichiara di non essere informato sulle diverse fasi di produzione del caffè e **appena il 27% sa che in Italia non vengono coltivate quantità significative di caffè verde.**

L'indagine fotografa un Paese in cui il caffè continua a essere fortemente radicato nelle abitudini quotidiane, ma nel quale stanno cambiando modalità di preparazione e acquisto. **Il 95% dei consumatori beve abitualmente caffè a casa, mentre il bar rimane un punto di riferimento per il 79%.** E proprio tra le mura domestiche emerge uno dei dati più interessanti: **moka e capsule sono ormai praticamente alla pari**, rispettivamente modalità prevalente di preparazione per il 32,5% e il 31,2% dei consumatori; **seguono le cialde con il 16,7% e le macchine espresso con caffè in grani con il 15,2%.** Anche i canali di acquisto raccontano un mercato in evoluzione: **il 78% compra il caffè al supermercato, ma il 29% acquista anche online.**

E quando si sceglie quale caffè acquistare, **a guidare è soprattutto il gusto**: per circa il 76% dei consumatori è un elemento molto importante o fondamentale, davanti a offerte e prezzo, marca e tipologia di caffè. Ma il caffè rimane soprattutto un'esperienza: il 72% lo considera un'occasione per fare una pausa o stare in compagnia e l'87% lo associa al piacere personale. Un legame tanto forte che per il 72% dei consumatori rinunciare completamente al caffè sarebbe decisamente difficile.

«IL FUTURO DEL CAFFÈ ITALIANO SI COSTRUISCE LUNGO TUTTA LA FILIERA»

"*L'espresso italiano è rimasto fedele alla propria identità perché la filiera non ha mai smesso di evolvere. Oggi la sfida non riguarda soltanto ciò che accade nella tazzina, ma tutto ciò che viene prima e dopo: produzione, qualità, sostenibilità, ricerca, cooperazione internazionale e capacità di creare valore nei Paesi d'origine. L'Italia ha competenze e know-how che possono contribuire a guidare questa trasformazione. Raccontare il futuro del caffè italiano significa, quindi, raccontare una filiera sempre più internazionale, resiliente e capace di innovare senza perdere le proprie radici*", commenta **Giuseppe Lavazza, Presidente del Comitato Italiano del Caffè di Unione Italiana Food,** secondo cui **"***essere un Paese leader nel settore del caffè non significa soltanto saper fare un espresso riconosciuto nel mondo, ma avere la capacità di assumere un ruolo guida nel confronto internazionale e contribuire attivamente all'evoluzione dell'intera filiera".*

IL COMITATO ITALIANO DEL CAFFÈ DI UNIONE ITALIANA FOOD

*Il **Comitato Italiano del Caffè** è parte di Unione Italiana Food ed è il portavoce delle principali aziende di torrefazione e delle imprese dei servizi collegati, con un'attività di rappresentanza presso le Istituzioni nazionali, europee e internazionali e la Federazione Europea del Caffè. Il Comitato rappresenta circa 70 aziende, di cui oltre 50 torrefazioni, per un fatturato complessivo di 4,5 miliardi di euro, oltre il 75% dell'intero mercato italiano del caffè.*

***Unione Italiana Food (Unionfood), aderente a Confindustria**, è la maggiore Associazione italiana per rappresentanza diretta di categorie merceologiche alimentari e una delle più rilevanti a livello europeo. L'Associazione promuove e tutela le imprese, i prodotti e i settori che costituiscono l'eccellenza della nostra industria alimentare, supportandole nell'affrontare le sfide dei mercati globali. Oggi Unionfood rappresenta oltre 530 aziende appartenenti a 26 categorie merceologiche, per un totale di oltre 100.000 addetti e un fatturato complessivo di 62 miliardi di euro, di cui 25 miliardi generati dall'export.*

UNIDO

***L'Organizzazione delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Industriale (UNIDO)** è l'agenzia specializzata delle Nazioni Unite che promuove lo sviluppo industriale inclusivo e sostenibile. UNIDO sostiene catene di approvvigionamento sostenibili, contrasta la crisi climatica attraverso le energie rinnovabili e l'efficienza energetica e rafforza l'agribusiness per porre fine alla fame. Il suo lavoro crea nuovi posti di lavoro e favorisce la trasformazione economica, promuovendo al contempo il trasferimento tecnologico, la digitalizzazione, la promozione degli investimenti, lo sviluppo delle competenze, l'economia circolare e l'empowerment economico delle donne. Per ulteriori informazioni: www.unido.org*

CONTATTI

Roberta Russo, Responsabile Comunicazione Unione Italiana Food - roberta.russo@unionfood.it
Valentina Tagliamacco, Communications Lead, ACT Coffee Programme, UNIDO: v.tagliamacco@unido.org
Eskinder Teshome – Secondo Segretario per gli Affari economici presso l'Ambasciata d'Etiopia a Roma: eskinder.teshome@mfa.gov.et

UFFICIO STAMPA

Gloria Amato – gloria.amato@grapho.it
Ilaria Scenna – ilaria.scenna@grapho.it