

COMUNICATO STAMPA

ITALIANI, PASSIONE BIRRA: SCELTA PER I SUOI INGREDIENTI NATURALI E PER LA VARIETÀ DI TIPOLOGIE

Gli italiani, sempre più attenti al binomio tra alimentazione sana e piacere per il cibo e per le bevande, scelgono la birra per la naturalità e la varietà che offre, oltre che per il forte legame con la sfera della socialità. È questo il focus dell'ultimo Centro Informazione Birra targato AssoBirra, la fotografia aggiornata dei cambiamenti in atto nel mondo birrario italiano.

Riflettori accesi anche sulla rilevanza della filiera dell'orzo da birra per l'agricoltura italiana e le misure in ottica di ripartenza post Covid-19 con l'intervento di Confagricoltura.

Milano, 12 maggio 2021 – Per 8 italiani su 10, il binomio alimentazione sana e piacere per il cibo e per le bevande è fondamentale. Di conseguenza, cresce sempre più anche l'attenzione nei confronti della qualità: **1 connazionale su 2 si informa su ciò che mangia e beve** e predilige **cibi e bevande genuini** (54%) e di cui si conoscono le **proprietà nutrizionali** (49%). Uno su tutti: la **birra**. E infatti, non è solo il sapore inconfondibile a guidare la passione degli italiani per la "bionda più amata": **1 su 2 la sceglie per i suoi ingredienti semplici e naturali** e per la **varietà di tipologie e gusti** che offre. La birra per gli italiani è anche sinonimo di momenti di **relax, condivisione e gioia**.

Sono queste, in sintesi, alcune delle evidenze dell'indagine condotta da **BVA Doxa** per il **Centro Informazione Birra** di **AssoBirra**, la fotografia periodica sul mondo birrario italiano attraverso lo sguardo dei consumatori, dei principali player della filiera birraria e della stessa AssoBirra. Un appuntamento fisso che, in questa edizione, accende i riflettori **sulle virtù più apprezzate della birra** e sulle nuove abitudini ed esigenze del *beer lover* italiano, sempre più appassionato del buon mangiare e bere e con un occhio di riguardo alla sostenibilità sotto più punti di vista. Un dato su tutti: **1 italiano su 2 predilige aziende impegnate nella salvaguardia del pianeta**. E a farlo sono soprattutto i **giovani**, precisamente la fascia di età tra i 25 e i 34 anni (ben il 54%).

"Negli ultimi anni, si sono affermati stili di vita all'insegna del benessere che vedono gli italiani sempre più informati, attenti alla qualità e ad un'alimentazione sana ed equilibrata, senza però rinunciare al gusto. Di questo contesto la birra è parte integrante e risponde perfettamente ai bisogni del consumatore italiano" commenta Andrea Bagnolini, Direttore Generale di AssoBirra. E prosegue: "Quella degli italiani per la birra è una passione che cresce e si rafforza, legandosi a doppio filo a un insieme di valori in cui la birra è percepita – oltre che versatile e bevanda da pasto – autentica, genuina e irrinunciabile durante i momenti di relax e condivisione".

PAROLE D'ORDINE: FRESCHEZZA E GUSTO, MA ANCHE RELAX E GIOIA DI STARE INSIEME

Fresca e gustosa: la birra agli italiani piace così. Rispettivamente nel 47% e nel 30% dei casi. Un amore che, però, va oltre le caratteristiche funzionali e si lega a un intero mondo di valori e associazioni che confermano, nella totalità dei casi, una percezione positiva. BVA Doxa, infatti, ha chiesto agli italiani di **evocare alcune immagini legate alla birra** e i risultati emersi toccano le sfere più individuali, focalizzate sullo stato d'animo e il mood che la birra può creare. A dirlo, le evidenze: per gli italiani, **"il lato naturale della birra" è l'immagine più evocata**. In altre parole, birra vuol dire "sole, campo di grano, giornata, montagna, brezza". Per altri, la birra è "una vacanza in una sorsata" e dunque ricorda "la riva, il mare, la spiaggia e il tramonto". La birra è inoltre, descritta come **"l'ingrediente per stare bene in compagnia"** con parole come "serata, amico, insieme, tavola".

LE PREFERENZE DEI BEER LOVER – Di birra ce n'è per tutti i gusti, come le **preferenze** degli italiani che, infatti, spaziano tra le varie caratteristiche, in particolare quando si parla di **gusto**: il 52%

degli intervistati lo preferisce leggero, soprattutto le donne (56%) e i giovani nella fascia di età tra i 25 e i 34 anni (60%), mentre il restante 48% predilige un gusto intenso.

SOSTENIBILITÀ E SICUREZZA ALIMENTARE: MUST-HAVE PER I CONSUMATORI DI BIRRA

Continua a crescere l'interesse degli italiani per la sostenibilità a tutto tondo. Un'attenzione che non può mancare anche nei confronti della birra. Secondo il parere degli intervistati da BVA Doxa, infatti, il processo produttivo avviene in modo controllato e sicuro, attraverso l'impiego di **materie prime di alta qualità** e nel **rispetto della tradizione** di ciascuna tipologia di birra.

PAROLA ALLA FILIERA – Una fiducia importante quella degli italiani verso la birra che mette la firma sull'impegno costante, da monte a valle, in ogni fase di produzione, a partire dalla coltivazione dell'orzo: una filiera che genera un valore compreso **tra i 240 e i 270 milioni di euro** e coinvolge **tra le 32 e le 35 mila aziende agricole** in tutto il Paese ed è dunque un asset strategico per l'agricoltura italiana che deve essere oggi più che mai valorizzato e tutelato attraverso misure che ne incentivino la produzione.

Lo ha confermato **Francesco Postorino, Direttore Generale di Confagricoltura**, che, ospite del CIB, ha dichiarato: *“Le prospettive di sviluppo della filiera dell'orzo da birra sono positive, e lo saranno ancor di più, se si riuscirà a strutturare delle filiere anche a declinazione geografica ben definita. L'orzo può essere una coltura molto interessante e da reddito nelle aree interne, senza entrare necessariamente in competizione con altri cereali, in particolare quello duro e quello tenero. Il bilancio di autosufficienza registra una crescita rilevante dal 60 al 70% negli ultimi 10 anni”*.

Con lo sguardo ai prossimi mesi, in chiave di ripartenza, Postorino ha ricordato l'importanza di ragionare in **ottica di filiera** e di sviluppare **interconnessioni settoriali e intersettoriali**, ed ha aggiunto: *“Sicuramente andrebbe sviluppato un percorso mirato di valorizzazione delle filiere, ancor meglio se localizzato geograficamente. Si potrebbe utilizzare un supporto economico finalizzato alla realizzazione di contratti di filiera tra produttori di orzo, birrifici e malterie, nonché specifiche misure nei singoli piani di sviluppo rurale delle Regioni. A partire da queste si potrebbero poi individuare le singole realtà più competitive e definire modalità di sostegno di progettualità di distretto agroindustriale vero e proprio”*.

In linea, infine, con quanto emerso dalla ricerca di BVA Doxa per AssoBirra, che evidenzia un'attenzione particolare degli italiani verso l'origine degli ingredienti e le produzioni locali, il Direttore Generale di Confagricoltura auspica una **connessione tra la produzione birraria e quella agricola** che vede come una preziosa opportunità di mercato *“a condizione - ha aggiunto - che agli imprenditori agricoli venga riconosciuta una parte del valore aggiunto creato dalla provenienza nazionale delle materie prime”*.

Concorda **AssoBirra** che, come sostenuto da sempre, ritiene importante ragionare in ottica di filiera: *“Come AssoBirra da tempo abbiamo instaurato un dialogo proattivo con tutti i player perché siamo convinti che, in un momento come quello attuale che vede il Paese alle prese con la gestione dell'uscita da un'emergenza sociale ed economica senza precedenti, diventi imprescindibile mettere a punto le azioni di sistema che consentano di promuovere e valorizzare le filiere, per non correre il rischio di disperdere l'enorme patrimonio costruito insieme negli anni”* – conclude **Andrea Bagnolini**.

Nota metodologica: l'indagine è stata condotta da BVA Doxa per AssoBirra tramite interviste CAWI dal 26/03/21 al 06/04/21 su un campione rappresentativo della popolazione italiana di 515 individui.

Per ulteriori informazioni, contattare:

CONNEXIA

Ufficio stampa AssoBirra

Assobirra-pr@connexia.com

Tel. +39 02 8135541

***AssoBirra** dal 1907 riunisce le maggiori aziende che producono e commercializzano birra e malto in Italia che complessivamente coprono più del 90% della produzione di birra nazionale, rappresentano il 71% di birra immessa al consumo nel nostro Paese, dando lavoro direttamente e con l'indotto a circa 144.000 persone. Rappresenta la casa della birra italiana all'interno di Confindustria e riunisce oltre 40 associati tra grandi, medi e piccoli birrifici, insieme con le 2 malterie. AssoBirra svolge per il settore birrario compiti di rappresentanza istituzionale, promozionale e di sviluppo. AssoBirra è anche l'organismo incaricato di valorizzare l'immagine della birra e a questo scopo, oltre a promuovere studi e ricerche su tutti gli aspetti legati al mondo birrario, promuove anche campagne di relazioni pubbliche finalizzate alla crescita della cultura della birra e alla sensibilizzazione ad un consumo responsabile. Per ulteriori informazioni: www.assobirra.it.*