



## **DALLA BIRRA ALLE BIRRE: 7 ITALIANI SU 10 BEVONO BIRRE SPECIALI PER L'82% DEGLI ITALIANI QUESTA BEVANDA È ADATTA A PIATTI DELLA DIETA MEDITERRANEA**

*In 10 anni cresce del 34% la base dei consumatori di birra in Italia. E accanto alla classica chiara si affermano sempre di più le cosiddette birre speciali, ormai amate dal 70% dei nostri connazionali, che le scelgono per il loro gusto alternativo e amano abbinarle ai piatti e alle ricette della dieta mediterranea.*  
Alfredo Pratolongo, Presidente di Fondazione Birra Moretti: *“Birre speciali, un mercato maturo che guarda ai foodies, che stimolano la ricerca di abbinamenti appropriati della birra a tavola”.*

Cresce e si evolve la tendenza birra in Italia, come fotografato da una ricerca realizzata da DOXA per l'Osservatorio Birra Moretti. Primo indizio: aumentano gli estimatori di birra, ma sempre nel segno di un consumo moderato e responsabile. E infatti negli ultimi 10 anni la base dei consumatori di birra è cresciuta del 34% – oggi bevono birra 8 italiani su 10, erano 6 su 10 nel 2008\* – mentre resta sostanzialmente invariato il consumo pro capite, 30 litri allora e 31 oggi, molto al di sotto della media europea.

Seconda prova: la voglia di birra cresce di pari passo con la curiosità di esplorarla in tutte le sue sfaccettature. Ormai il 70% degli italiani beve anche birre speciali, e cioè tutto l'universo di sapori, profumi, colori e ingredienti (dalle Ale alle Blanche, dalle Bock alle IPA e così via) che va oltre la classica birra chiara. Va detto che gli italiani non vedono questa novità in antagonismo con le Lager, ma al contrario come evoluzione di un più ampio percorso di curiosità verso il mondo della birra. E infatti, solo il 9% beve esclusivamente birre speciali, mentre il 61% del campione beve entrambe le tipologie, alternandole anche in base all'occasione di consumo.

### **Pratolongo: grazie alle speciali, 8 italiani su 10 hanno iniziato ad abbinare la birra con la dieta mediterranea**

Secondo Alfredo Pratolongo, Presidente di Fondazione Birra Moretti, *“Le birre speciali non sono più una nicchia di consumo ma uno stimolo alla crescita. Sono le birre adatte alle degustazioni con gli amici, agli abbinamenti con determinate ricette, che rispondono al meglio alle esigenze dei foodies. E i produttori hanno risposto a questa domanda proponendo sempre più variazioni sul tema birra, migliorando gli stili classici, inventando birre nuove, utilizzando gli ingredienti del territorio. Complice l'aumento delle tipologie a disposizione, ormai l'82% degli italiani pensa che le birre siano perfettamente adatte al cibo e alle ricette tipiche della dieta mediterranea. È una rivoluzione solida, basata sulla tradizionale freschezza al palato della birra a cui si sono aggiunti gusti nuovi di cui le birre speciali sono portatrici.”*

### **Italiani sperimentatori del gusto. Le birre diventano perfette per le cene speciali con gli amici**

A cosa si deve questo fenomeno? Secondo la Ricerca DOXA/Osservatorio Birra, realizzata su un campione di 1.000 adulti italiani rappresentativi della popolazione maggiorenne 18-70 anni. Forse propri perché non vantiamo una cultura birraria paragonabile a quella di altri Paesi dalla tradizione brassicola più consolidata, **il 77% degli intervistati si dichiara favorevole (o molto favorevole) alle sperimentazioni di nuovi ingredienti e sapori nella birra**, mentre solo il 15% ritiene che il gusto della birra non dovrebbe cambiare.

Il profilo tipico dell'estimatore delle birre speciali è quello di un uomo (74%), tra i 35 e i 54 anni. **Il 36% degli italiani le consuma almeno una volta a settimana**, il 38% 2 o 3 volte al mese, il 15% una volta al mese. A confermare il posizionamento di birre adatte all'assaggio, **le birre speciali vengono acquistate per via del sapore particolare**, perché più **adatte ad essere condivise con gli amici** e ideali per un momenti di degustazione o sperimentazione di nuovi gusti o sapori.

Le occasioni di consumo ideali per le birre speciali ruotano attorno alla tavola: sinonimo di pranzo o cena speciale con qualcuno a cui si tiene (44%, con punte del 52% tra i 25 o i 34 anni), adatte ad abbinamenti



specifici con alcuni cibi (35%) o da mettere al centro di una degustazione dopo cena (soprattutto per gli under 34).

### **Aumentano le occasioni di consumo casalingo di birra**

Per gli italiani ogni occasione è perfetta per mangiare (o bere) bene e le birre speciali non sfuggono alla regola: il 65% le beve a casa, il 52% del campione sia a casa che fuori, il 35% solo fuori casa e il 13% solo a casa. Fuori casa è bevuta al pub (48%, soprattutto dai giovani under 34), in pizzeria (42%, soprattutto dagli over '55) e al ristorante (28%, soprattutto over 45). Ma le birre stanno diventando una realtà tipica anche del consumo domestico (soprattutto per gli over 55), una sfiziosa alternativa al vino da proporre alle cene con parenti o amici.

Se l'Ho.Re.Ca. ha avuto (e ha tuttora) un ruolo fondamentale nell'alfabetizzazione berraria degli italiani, è sempre più in crescita l'importanza della GDO nell'esperienza della Beer revolution. **L'85% del campione ha notato che negli ultimi anni le birre speciali hanno acquisito sempre più spazio sugli scaffali dei supermercati e il 58% è molto felice di questo.**

Nello scegliere una birra speciale, 1 italiano su 2 presta attenzione soprattutto al paese di provenienza (soprattutto gli over 55), alle caratteristiche della birra e al colore (specie gli under 35). Meno rilevanti sono lo stile e la gradazione alcolica (per entrambi il 34%).

---

[www.osservatoriobirra.it](http://www.osservatoriobirra.it)

[www.fondazionebirramoretti.it](http://www.fondazionebirramoretti.it)

---

L'**Osservatorio Birra** nasce come punto di osservazione sul mondo della birra, con l'obiettivo di analizzare il ruolo e l'impatto della filiera sul panorama economico e culturale italiano. Promosso dalla Fondazione Birra Moretti, produce analisi, studi e ricerche sul mercato, l'industria, il consumo e il futuro della bevanda più diffusa al mondo.

La **Fondazione Birra Moretti**, costituita nel 2015 da HEINEKEN Italia e Partesa, opera senza fine di lucro e ha lo scopo di migliorare la conoscenza della birra in Italia, diffondendone la cultura e abbinamenti gastronomici, coerenti con lo stile alimentare italiano e con un consumo di birra intelligente e moderato. La Fondazione Birra Moretti è una Fondazione di Partecipazione. Porta avanti il suo lavoro con il contributo di operatori del settore, sommelier, ristoratori, chef e di quanti condividono la passione per la birra o nutrono interesse per le opportunità che essa può offrire per sostenere la crescita e il benessere del Paese, e decideranno di diventarne sostenitori.

**Althesys Strategic Consultants** è una società professionale indipendente specializzata nella consulenza strategica e nello sviluppo di conoscenze. Guidata dal professor Alessandro Marangoni, è attiva nelle aree dell'analisi strategica, della ricerca economico-finanziaria e della sostenibilità. Ha una profonda conoscenza dei settori ambientali, energetici, delle public utilities e agro-alimentari. I think tank IREX nel settore dell'energia, Top Utility nel comparto delle public utility e WAS in quello della gestione ambientale e del riciclo sono punti di riferimento e occasioni di confronto per gli operatori dei rispettivi settori. Althesys realizza studi e ricerche a livello nazionale e internazionale per conto di primarie imprese e istituzioni.

#### **Per informazioni:**

##### **Ufficio Stampa Fondazione Birra Moretti**

**INC** – Istituto Nazionale per la Comunicazione  
Matteo De Angelis - Tel. 334 6788708  
[m.deangelis@inc-comunicazione.it](mailto:m.deangelis@inc-comunicazione.it)

##### **Fondazione Birra Moretti**

Presidente: Alfredo Pratolongo - @AAPratolongo  
Paolo Merlin  
Savino Dicorato

(\*): elaborazioni Osservatorio Birra Moretti su dati Doxa "gli italiani e le birre speciali 2018" e ricerca Makno/AssoBirra "Gli italiani e la birra 2008"