

Birra regina di un fuori casa che sta cambiando

Milano 17 Giugno 2022

[PDF](#)
[Comunicato stampa](#)
[Infografiche](#)

[Presentazione](#)
[Video](#)



Tra 5 anni raddoppieranno i locali dove la birra rappresenta oltre il 50% del business

- Uno studio Piepoli/Osservatorio Birra mostra come si stanno preparando al futuro i 300mila pubblici esercizi italiani: menù più snelli, più delivery e flessibilità delle fasce orarie, con investimenti medi di 20mila euro per 6 locali su 10 che stanno adeguando la loro offerta – e tornano ad assumere.
- Uno spuntino con la sua birra... ma quando voglio: nel nuovo fuori casa "alla spagnola", la birra batte vino e cocktail come bevanda simbolo dello stare insieme. Il binomio tra birra e luoghi della socialità vale oltre 4 miliardi.

Menù più snelli (ma sempre di qualità), più delivery e asporto, attenzione al fattore prezzo, orari più flessibili e all-day-dining: fotografia di un fuori casa all'italiana che sta cambiando – tra strutture, modalità di lavoro, competenze richieste – e investe (in media 20mila euro, per 6 locali su 10) per rialzarsi e intercettare nuove occasioni di consumo. E al centro di questo rinnovamento una certezza, confermata anche dagli addetti ai lavori: **non solo la birra resterà la costante del nostro stare insieme, ma la ripresa dei locali italiani ruota attorno a questa bevanda.** E infatti, che sia chiara (56,2%) o artigianale (45,3%), la birra la fa da padrona pensando al futuro dell'Ho.Re.Ca.. Vino (bianco e rosso) finiscono al terzo posto (43,8%), cocktail e spirits al quarto (42,7%), lo spumante al quinto (19,8%). E un ruolo sempre crescente per le birre low-alcohol e analcoliche (10,4%).

Sono i principali risultati di uno studio commissionato dall'**Osservatorio Birra** all'**Istituto Piepoli**, che ha intervistato 200 gestori e proprietari di ristoranti, pizzerie, bar, pub, hotel e locali del Paese, mostrando attese, investimenti e speranze per il futuro degli addetti ai lavori di un settore che conta oltre 300mila pubblici esercizi.

Lo studio, realizzato in collaborazione con **Partesa**, la più grande azienda di distribuzione food&beverage in Italia, mostra quanto il Covid abbia lasciato il segno sul fuori casa. **Negli ultimi 2 anni, la metà dei locali (53,1%) ha avuto un calo di fatturato.** E 1 su 5 (22,9%) è stato costretto a ridurre il personale.

Il 60,4% dei locali – dopo la pandemia – hanno cambiato profondamente il loro business, rivedendo prezzi e offerta (34,4%), aprendosi al delivery e all'asporto (21,9%), immaginando menù con meno portate (19,8%) e ampliando le fasce orarie di apertura, per intercettare nuove occasioni di consumo (16,1%).

Ma per andare avanti occorre investire: il 58,3% dei locali, nonostante le difficoltà, sta facendo investimenti (in media entro i 20 mila euro) per adeguarsi alle nuove esigenze di oggi e, soprattutto, di domani. Un Fuori casa che riparte ricomincerà a essere rilevante per i giovani, come luogo di lavoro e destinazione professionale. E infatti, per il 44% delle aziende ci sono già oggi richieste per i giovani.

Ruolo della birra nel futuro del fuori casa

Bevande che domineranno il fuori casa secondo gli operatori

Flourish chart

Nuovi trend nel fuori casa

Fattori chiave di trasformazione del settore Ho.Re.Ca.

Flourish chart

I nuovi trend: tradizione, sostenibilità e flessibilità

Per un fuori casa che sta cambiando, il primo trend attivo è quello di un ritorno alla tradizione, all'insegna della qualità (58,3%), di cui parla anche il boom delle trattorie moderne, quelle del "cibo come una volta" (12,5%). Seconda tendenza emergente, quella che parla di più sostenibilità nel piatto e nel bicchiere (12,5%). Terzo asse del cambiamento è la flessibilità, che si traduce in ampliamento delle fasce orarie di aperture e servizio e nella formula dell'all-day dining (17,7%).



Un fuori casa sempre più "spagnolo" (con la birra al centro)

Le risposte degli addetti ai lavori delineano un futuro più "liquido" rispetto alle vecchie coordinate del fuori casa, momenti e finestre temporali finora definite e sequenziali (colazione-spuntino-pranzo-aperitivo-cena) domani si dilateranno sempre di più. Simbolo di questo cambiamento è la transizione dall'aperitivo all'italiano al taopeo tipico della tradizione spagnola, che prevede l'assaggio di cibo e bevande per tutto il pomeriggio.

"Queste nuove occasioni di consumo, sempre nel segno della convivialità e della cultura di prodotto, premiano la birra, afferma Massimo Reggiani, AD di Partesa. Parliamo di una bevanda poco o per nulla alcolica, leggera e trasversale, già amatissima dagli italiani e perfetta per conquistare queste nuove occasioni di consumo."

Un futuro con più birra per il 60,6% dei locali

Già oggi la birra è un ingrediente strategico per la ripresa dei luoghi del fuori casa, dove questa bevanda ha un peso strategico sempre più rilevante, con un valore condiviso di 4,385 milioni di euro.

In generale, gli addetti ai lavori del fuori casa apprezzano la dimensione socializzante della birra nei locali. Se per il 35,9% dei locali italiani la birra è già oggi centrale nella propria offerta (e per questo non crescerà in futuro), il 60,6% dei rispondenti dice che ci sarà sempre più birra domani nei loro locali, principalmente per 3 ragioni: è sempre più richiesta; è poco o per nulla alcolica (e questo chiedono molti giovani); infine, permette una buona marginalità, elemento vitale in un periodo di grandi difficoltà economiche per un settore reduce da due anni neri...

Tra 5 anni raddoppieranno i locali per i quali la birra rappresenta oltre il 50% del business

Fatta sta che se oggi per il 64,5% dei locali la birra rappresenta più del 25% del proprio business, colpisce vedere che nelle previsioni a 5 anni la quota di chi dipenderà per metà degli incassi dalla birra passerà dall'attuale 16,7% al previsto 30,2%.

Reggiani (partesa): più sostegno per il fuori casa, settore trainante della ripresa del paese

"Dalla ricerca di Osservatorio Birra emerge molto chiaramente il grande sforzo umano e imprenditoriale che i gestori dei punti di consumo hanno dovuto affrontare in questi ultimi anni, commenta Massimo Reggiani. Uno sforzo che Partesa, così come tutti i distributori, ha sostenuto durante la pandemia e che continua a sostenere oggi, garantendo flessibilità, maggiori servizi e consulenza, il tutto con il prezioso supporto dei birrifici. Ora, in questo scenario senza precedenti nella storia recente, è indispensabile lavorare uniti."

E arriva anche dai consumatori la conferma che la birra potrebbe essere considerata una leva per la ripresa del fuori casa. Tra i consumatori di birra, 1 consumatore su 2 ipotizza di aumentare le occasioni di consumo negli esercizi pubblici anche soprattutto con l'allentamento delle restrizioni dovute alla pandemia.



[PDF](#)
[Comunicato stampa](#)
[Infografiche](#)
[Presentazione](#)
[Video](#)