Valori condivisi | Agroalimentare

La birra fa bene al sistema agroalimentare italiano

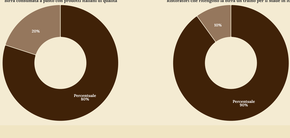
Milano | 8 Giugno 2023

PDF | Comunicato stampa | Infografiche | Presentazione | Video

Per 9 ristoratori su 10 il suo consumo traina il cibo made in Italy Vince il modello conviviale, 8 volte su 10 la si beve a pasto

- Birra volano per la filiera dell'agroalimentare Made in Italy: la rivela una ricerca condotta da Nomisma per Osservatorio Birra e Agronetwork.
- 8 volte su 10 la birra nel ristorano viene sempre consumata a pasto con prodotti italiani di qualità: dalla pizza, che diventa volano per ponendosi perfetta, alla extra vergine di oliva, mozzarella e torte salate eccellenze locali, in pieno dalla tradizione (che vanno dalla pasta, verdure, formaggi, insaccati etc), ai secondi ai contorni, fino alle eccellenze locali e nazionali dei formaggi di lunga stagionatura.
- Osservatorio Birra: il consumo a pasto, con produttori locali e di qualità, rende la birra virtuosa anche sul fronte della moderazione e del consumo responsabile.

L'impatto della birra sull'agroalimentare Made in Italy



Fonte: Osservatorio Birra

Sapevamo che per gli italiani il lo bevanda simbolo della socialità e della stare insieme. Ora un nuovo studio dimostra che la birra consumata nei bar e ristoranti è anche un valore fondamentale per la filiera agroalimentare italiana e le eccellenze del made in Italy.

A rivelare per la prima volta l'impatto finora invisibile della birra sul nostro agroalimentare è una ricerca realizzata da **Nomisma** per **Osservatorio Birra e Agronetwork** che raccoglie i consumi di birra nel Bar/Ristoranti, attraverso il punto di vista di un campione di 1000 consumatori tornati nei luoghi della socialità ed 100 professionisti del Fuorigrotta.

Il nuovo fuoricasa batte la crisi puntando su tradizione made in italy e sulla birra

Non solo l'anno scorso fuoricasa e birra sono cresciuti insieme (ai +39% dei consumi agroalimentari fa eco il +27% di quelli della birra). Ma **quando si ristorante, in pizzeria, al pub o in trattoria si ordina una birra, 8 volte su 10 viene sempre accompagnata dal buon cibo** della tradizione agroalimentare italiana: con una pizza (o quindi pomodoro patate), alle extravergine d'oliva, mozzarelle, grano duro, verdure, formaggi, insaccati, torte salate e dolci, eccellenze locali e nazionali del territorio, con un primo della tradizione (che rappresenta pasta, formaggi, verdure e insaccati) o un secondo di carne o di pesce.

La birra si conferma quindi un trainer decisivo per le fetta di **consumi agroalimentari nel fuoricasa** che, stima Nomisma/Istat, nel 2022 vale **89,7 miliardi di euro**. Un fuoricasa che, rivela lo studio Osservatorio Birra/Agronetwork, è sempre più legato a materie prime e prodotti di eccellenza nazionali e locali: **il 90% dei ristoratori ritiene che la birra sia un traino per il Made in Italy** dell'Ho.Re.Ca., **negli ultimi due anni il consumo di prodotti agroalimentari di alto qualità nei locali italiani è aumentato (44%). Quello della bevanda invece registra addirittura il 53%.**

Immagini sulle tendenze del momento del fuoricasa, i ristoratori italiani hanno risposto: "I ritorni della tradizione, ma di qualità" (**+27%**) e "Ritorno alle materie prime legate al territorio" (+7%). "Interessante notare il calo rispetto a due anni addietro" (12%). Ci anche "I ristoratore su 10 (8 9%) che sostiene che lo vero rivoluzio di questo **nuovo trend** bevanda-cibo elementi della tradizione siano proprio "lo tornarsi tra o zero-alcol" , come la birra.

Dalla birra alle birre (di territorio). Regina del fuoricasa ancora più di vino e bollicine

È il boccale, come e forse più del calice o della flûte, l'immagine simbolo dello spreco dell'Ho.Re.Ca. La **birra è infatti la bevanda di qualità più richiesta nel locali (75%), davanti alle bollicine (70%) al vino bianco (38%) e al vino rosso (34%).** Secondo i **ristoratori intervistati** da Nomisma/Osservatorio Birra/Agronetwork, **la birra è adatta a sostenere anche il consumo di prodotti agroalimentari di qualità**, al pari delle altre bevande. Lo confermano consumatori, che nell'ultimo anno hanno preferito la birra per il suo gusto (62%), per la sua leggerezza (52%) e perché si abbina bene con tutte le portate (43%). Addirittura, per **il consumatore su 10, la qualità dell'offerta delle birre è fondamentale per la scelta del locale**. Preferiscono (60%) birra prodotta nel nostro Paese e in una regione specifica. Per abbinarla, magari, ad una pietanza prodotta con ingredienti dello stesso territorio.

I prodotti più abbinati alla birra nei locali italiani

Fonte: Nomisma

La birra come scelta principale nei locali

Fonte: Nomisma

La birra a pasto fa bene al made in italy alimentare e al consumo responsabile

A prevalenza di abbinamenti, per i ristoratori i prodotti per i quali i clienti richiedono con maggior frequenza una qualità elevata sono proprio quelli con cui la birra viene servita più spesso: antipasti e stuzzichini, primi e secondi di terra, pizze... Il refrain per i **professionisti dell'Ho.Re.Ca. (96%) la birra è adatta a sostenere anche il consumo di prodotti agroalimentari di qualità.**

La conferma arriva dagli stessi consumatori: per il 70% pizza+birra è conferma il mix evergreen, ma questa bevanda ormai viene ordinata a tutto pasto e con pietanze in cui mettere prime agroalimentari di qualità fanno la differenza. E infatti, molto gettonato anche il connubio con stuzzichini e finger food per l'aperitivo (51%), con antipasti di terra o di mare (43%) e primi piatti (27%).

Secondo Osservatorio Birra, la birra, come il vino, **è una bevanda a tutto pasto che nel suo matrimonio con l'agroalimentare made in Italy di qualità fa bene alla filiera**. Naturale, leggera, **poco o per nulla alcoolica**, è il perfetto complemento delle culture alimentari mediterranee e italiane, che ha al centro cibo, socialità e convivialità. In Italia **si esce e si è incontra per stare insieme con gli amici** e i familiari davanti a del buon cibo e a una buona birra in luoghi dove questa bevanda viene servita a regola d'arte, abbinata con il cibo, proposta a pasto o a ridosso del pasto, nel segno di un **consumo moderato**.

L'approccio alla qualità, nel bicchiere e nell'abbinamento, è confermato dall'identità del consumatore di birra agli occhi di chi lo osserva tutti i giorni dalla cucina, dalla sala o dietro al bancone. **Millennial, curioso e attento a qualità del servizio e dell'abbinamento col cibo**: ha tra i 30-44 anni (ha fascia di età con maggior disponibilità economiche), è attento alla stile/tipologia di birra (51%) e al suo corretto servizio (23%), appassio ta variété dell'offerta, chiedendo, indifferentemente la classica lager (che resta la preferita per 2 consumatori su 3) o birre speciali e di territorio.

Il profilo del consumatore di birra nel fuori casa

Target principale: Millennial (30–44 anni)

Caratteristica

Fonte: Nomisma

Il peso della birra nella ristorazione italiana è destinato a crescere ancora.

La birra al centro del nuovo fuoricasa? Lo era anche prima della pandemia. Se 3 ristoranti ai lavori su 10 hanno notato un aumento, anche marcato, dei consumi di birra nel locale, il 4 su 10 dichiarano che il consumo di birra sia stabile rispetto al 2019. Per il 55% il vino bevanda che non può mancare nell'offerta del locale, per il 58% lo era già prima della pandemia.

Di certo, il peso della birra nella ristorazione italiana è destinato a crescere ancora. Per gli addetti ai lavori, le 4 facce su 10 questa bevanda rende oggi tra il 10% e il 15% del fatturato. E ne possono 5 vanti questa percentuale è destinata a crescere fino al 20-25%, con punte del 30%. A tutto vantaggio della filiera agroalimentare italiana.

FOCUS

La birra a pasto che fa bene all'agroalimentare italiano e al consumo responsabile

Per la prima volta con Osservatorio Birra abbiamo voluto indagare la relazione tra le filiere dell'agroalimentare italiano e la birra, andando oltre le materie prime che servono per produrla, con l'aiuto di un partner autorevole come Agronetwork e di una ricerca che ha testato il polso di chi consuma birra fuoricasa e di quanto la sommministrano nei locali di tutto Italia. Abbiamo così scoperto che la birra, oltre ad essere apprezzata come bevanda simbolo della socialità è anche un valore fondamentale per le eccellenze del made in Italy agroalimentare. Ma non solo: la birra è anche un valore per la ristorazione italiana, che la ritiene un traino per il Made in Italy agroalimentare (90%) e che il perfetto abbinamento con il cibo della tradizione italiana sia destinato a crescere ancora. Pazze per il gusto e le versatilità, si confermano che per gli italiani la birra, come il vino, è una bevanda a tutto pasto e quindi nel suo matrimonio con l'agroalimentare made in Italy di qualità fa bene anche al consumo responsabile. Naturale, leggera e poco o per nulla alcoolica, è il perfetto complemento delle culture alimentari "bagnate" mediterranee e italiane, che ha al centro cibo, socialità e convivialità. L'opposto di quella "lacustre" tipica del Nordeuropa."

Alfredo Pratolongo | Presidente di Fondazione Birra Moretti

Quando si ordina una birra, 8 volte su 10 vogliamo che questa sotto venga accompagnata dal buon cibo della tradizione agroalimentare italiana. Sono ben noti ed anche gli aspetti funzionali della birra: la fermentazione controllata e la presenza del luppolo arricchiscono, unite alla sua bassa alcolicità, le danno un notevole vantaggio nutrizionale. Il luppolo è lo sostanza peculiare e funzionale della birra, una pianta ricca di flavonoidi, tra cui la xantumolo, dalle note proprietà antiossidanti ed antinfiammatorie. La birra contiene poco sodio, quindi facilita il lavoro del rene e ha vanto una bevanda adatta alle diete speciali, che, il supporto fra potassio e sodio nella birra è di 15:1, simile a quello dell'acqua potabile.

Sara Fornetti | Presidente di Agronetwork

Il nostro Paese ha poca terra destinata alle produzioni agricole per il comparto brassicolo, ma la birra ha il vantaggio di essere uno dei prodotti alimentari che più incorpora e utilizzano l'impronta di carbonio, il tra quale con la tra cacciabili più precisa, a potendole sono più del bilancio 1761. In particolare, l'uso diretto da birra è più tracciato su piattaforme web che permettono da un lato di indirizzare l'agricoltore verso le pratiche più sostenibili, dal lato del consumatore di premiare le aziende più virtuose. Le piattaforme web rendono inoltre autosufficiente rimane un obiettivo ancora lontano, nonostante tutti gli sforzi profusi in questi anni da produttori ed Associazioni di categoria. In termini di evaluzione del comparto, possiamo pensare anche all'ingegnerizzazione nella coltivazione dell'orzo da birra: la ricerca di nuove varietà ha portato da un lato a una rigorosamente sostoppuale negli ultimi 15-20 anni, dall'altro ha permesso al birraio di avere performance che consentono di aumentare la produzione giornaliera con una migliore stabilità del prodotto.

Giovanni Toffoli | CEO di 6 Adriatico

PDF | Comunicato stampa | Infografiche | Presentazione | Video

Precedente
Birra, + 50% dei costi di produzione: probl...

Successivo
Birra, soffre una filiera