

## Italiani a tutta birra: 9 su 10 hanno acquistato la “bionda” più amata

*Il legame indissolubile tra gli italiani e la birra al centro dell'indagine di BVA Doxa per la seconda edizione del Centro Informazione Birra - CIB di AssoBirra.*

*Il CIB, lanciato in estate, è la fotografia sempre aggiornata del mondo birra, resa possibile grazie all'ascolto di tutte le voci della filiera. Consumatori in primis.*

Milano, 12 novembre 2020 – **Nove italiani su 10 hanno acquistato birra nell'ultimo mese**, attestandone il ruolo di bevanda principalmente da pasto, sempre più versatile e adatta a una molteplicità di occasioni di consumo. Sono queste le principali evidenze della seconda edizione del **Centro Informazione Birra**, la fotografia trimestrale del mondo birra targata **AssoBirra** che ha come obiettivo quello di offrire una panoramica aggiornata e completa del settore birrario italiano attraverso l'ascolto di più voci: quella degli italiani, dei brand, della filiera e di AssoBirra, in collaborazione con la società di ricerche BVA Doxa.

**Il legame tra gli italiani e la birra rimane dunque indissolubile. E anzi, in epoca Covid-19, si rafforza.** Nonostante il drastico cambiamento delle abitudini di consumo imposto dall'emergenza sanitaria in corso. E così è stato anche durante il periodo estivo che, dopo mesi di duro *lockdown*, sembrava aver regalato una boccata d'ossigeno ai player della filiera birraria e agli italiani stessi che, per una finestra di tempo, si sono potuti riconnettere alle abitudini che caratterizzavano la vita prima della pandemia.

Un parziale “ritorno al passato” che ha subito una brusca frenata nel mese di ottobre per via dei segnali di crescita preoccupati che la pandemia sta mostrando nel nostro Paese e che ha proiettato tutti verso un nuovo scenario caratterizzato da misure sempre più restrittive, seppur diversificate su base territoriale. Ma con una certezza su tutte: anche nel **next normal**, **la birra rimane una costante** nelle scelte di acquisto e nei consumi degli italiani.

**VERSO IL NEXT NORMAL** – In casa o fuori casa, alla birra non si rinuncia. A dirlo è l'indagine di BVA Doxa per AssoBirra, appunto. E, seppur l'abbinamento con la **pizza** vada per la maggiore (è così per il 94% degli intervistati), la “bionda” più amata è sempre più al centro anche di **degustazioni** in abbinamento a cibi come formaggi (69%), **aperitivi prima di pranzo o cena** (66%) o in accompagnamento a piatti tra i più diversi della **cucina mediterranea** (66%).

Non solo. Ancora una volta, la birra si conferma **sinonimo di convivialità**. Infatti, più di 8 italiani su 10 non hanno dubbi: la birra è adatta a **qualsiasi occasione** (86%) e favorisce la **socializzazione** (86%). Il **gusto rimane il principale driver di scelta** (38%) in particolare per la metà dei giovani dai 25 ai 34 anni (48%), seguito dal legame della birra con la **tradizione** (22%) e dalla connessione che ha con il **territorio** (16%).

**I CANALI DI ACQUISTO: GDO PREFERITA, CRESCE L'E-COMMERCE** – La birra si compra prevalentemente al supermercato. La **GDO**, infatti, **si conferma il canale elettivo per gli italiani** che ritengono importante vedere fisicamente il prodotto prima di comprarlo. A maggior ragione alla luce delle ultime restrizioni sulla chiusura anticipata o totale dei punti di consumo *out of home*, a seconda del colore della zona così come stabilito dall'ultimo DPCM del 3 novembre.

Di fronte allo scaffale, **crescono consapevolezza e attenzione nella scelta**: la metà degli intervistati sceglie la birra in base al **colore** (55%), alla **provenienza** (47%), alle **caratteristiche** (37%) e allo **stile** (30%).

In uno scenario in cui il ricorso al digitale si fa sempre più forte anche alla luce dell'evoluzione della crisi sanitaria, cresce il numero di **italiani che acquistano birra online (19%)**: di questi, 1 su 4

dichiara di aver iniziato ad utilizzare il canale e-commerce proprio durante il primo *lockdown*. Tra i vantaggi dell'acquisto in rete, la possibilità di **informarsi più approfonditamente** (69%) e di **lasciarsi ispirare** da più varietà di birra presenti nelle vetrine virtuali (43%).

**PAROLA ALLA FILIERA** – A dispetto dell'amore degli italiani per la birra, l'intera filiera sta subendo un contraccolpo pesantissimo a causa della crisi sanitaria da Covid-19 in corso. Tanto più che le recenti restrizioni decise a livello nazionale e territoriale hanno di fatto azzerato (o quasi) le possibilità di consumo fuori casa. Mettendo seriamente a rischio gli oltre **5,7 miliardi di euro di valore condiviso generato dalla birra e che sono da ricondursi all'Ho.Re.Ca.** - su un totale di 8 miliardi di euro al 2018. Sul piatto anche 144.000 posti di lavoro da proteggere.

Ma non c'è solo l'Ho.Re.Ca. a soffrire, lo fa anche **l'intera rete distributiva**; una categoria fondamentale che svolge un compito decisivo per la filiera agroalimentare italiana. E per questo è assolutamente da proteggere. *“L'allentamento delle misure imposte dall'emergenza Covid-19 in estate sembrava aver regalato una boccata d'ossigeno al settore, ma non è stato così per tutti. I distributori, ad esempio, hanno continuato ad accumulare perdite nelle grandi città”* afferma **Dino Di Marino, Direttore Generale di Italgrob**, tra le pagine del Centro Informazione Birra. E prosegue: *“temo che la seconda ondata andrà a debilitare del tutto il sistema Ho.Re.Ca. Un'analisi di TradeLab che prende in considerazione questo secondo semi lockdown con l'Italia divisa in fasce, stima una perdita del mercato Ho.Re.Ca. di circa 35 miliardi. In questo scenario, la birra gioca un ruolo vitale perché per i distributori del beverage vale circa il 40% del fatturato. Parafrasando il dato di TradeLab, quindi, anche il mercato della birra nella distribuzione nel comparto Ho.Re.Ca. potrebbe sprofondare del 45%. Se poi il lockdown dovesse diventare nazionale, il tracollo sarebbe totale”*.

E sull'importanza di un'azione congiunta di sistema, **Di Marino** non ha dubbi: *“La ripartenza non sarà semplice: occorrono piani di rilancio eccezionali e interventi strutturali. In altre parole: un grande sforzo collettivo, con le istituzioni in prima linea. Come Italgrob, auspichiamo un coinvolgimento di tutti gli attori della filiera, anche perché soltanto con piani e progetti comuni potremmo intercettare le risorse del Recovery Fund e indirizzarle laddove servono realmente. Ad esempio, condividiamo pienamente il lavoro portato avanti da AssoBirra per richiedere una riduzione delle accise sulla birra: siamo convinti che potrebbe senz'altro essere uno degli strumenti da mettere in campo per sostenere il canale Ho.Re.Ca. e incentivare, al contempo, anche il consumatore finale”*, conclude.

**L'IMPEGNO DI ASSOBIIRRA** – E a proposito di AssoBirra, vale la pena sottolineare le richieste avanzate alle istituzioni e volte a proteggere l'intera filiera. Misure che devono muoversi su due principali direttive: **una riduzione delle accise** da un lato già a partire dal 2021, e **un sostegno immediato al canale Ho.Re.Ca.** dall'altro.

*“I risultati della ricerca condotta da BVA Doxa in occasione della seconda edizione del Centro Informazione Birra testimoniano, ancora una volta, il solido legame tra gli italiani e la birra che, anche a fronte di un mutamento continuo e significativo delle abitudini di consumo, non cambia e anzi si rafforza”* afferma **Andrea Bagnolini, Direttore Generale di AssoBirra**. E continua: *“Non a caso, negli anni, la birra ha assunto un ruolo sempre più di rilievo nel panorama del beverage italiano e così anche nell'economia nazionale. Oggi, però, questo immenso patrimonio è messo a repentaglio dall'emergenza Covid-19 che sta minando la sopravvivenza di migliaia di realtà e posti di lavoro. Per questo, occorre agire in maniera immediata con iniziative che siano di supporto concreto per fronteggiare in tempi rapidi la situazione di crisi che stiamo attraversando. Come AssoBirra, stiamo promuovendo già da diversi mesi un forte confronto con tutta la filiera e le associazioni di categoria del comparto beverage. E, nel dettaglio, chiediamo un intervento strutturale di riduzione delle accise che possa assicurare una boccata d'ossigeno a produttori, distributori, pubblici esercizi e persino consumatori. Oltre a interventi straordinari specifici ed immediati per il canale Ho.Re.Ca.”*

**Per ulteriori informazioni, contattare:**

**CONNEXIA**

Ufficio stampa AssoBirra

[Assobirra-pr@connexia.com](mailto: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](http://www.assobirra.it).*