



AssoBirra®
Associazione dei Birrai e dei Maltatori

CENTRO INFORMAZIONE BIRRA

2023

II EDIZIONE



PREMESSA

Per l'estate 2023 si delinea uno scenario in cui il Bel Paese non solo rimane meta turistica privilegiata dagli stranieri, ma anche dagli italiani stessi, soprattutto per i più adulti, mentre i più giovani preferiscono viaggiare all'estero.

In questo scenario, la vacanza estiva rimane un momento da vivere all'insegna del relax e del divertimento ed è proprio in questo contesto che si inserisce la birra, in veste di bevanda preferita dagli italiani.

È rilevante poi il suo consumo cross-generazionale e il fatto che venga bevuta in diversi momenti della giornata, diventando più un simbolo legato al piacere che una mera bevanda da pasto. Cresce anche la voglia di sperimentare nuovi gusti e sapori della birra, tanto che vengono valorizzate quelle locali, meglio ancora se in abbinamento al cibo del luogo.

anno **20**
23

Nell'offrire una fotografia completa dello scenario attuale, abbiamo analizzato e raccontato la realtà italiana da più punti di vista, sempre intorno a un boccale di birra.

GLI ITALIANI

Come passano le vacanze quest'anno gli italiani? Quali sono le loro preferenze e stati d'animo?

LA RICERCA

A cura di BVA Doxa

ASSOBIRRA

Raccogliamo la voce dell'associazione che rappresenta il 90% dei produttori di Birra in Italia.

LA FILIERA

Il mondo della birra è un mondo fortemente connesso con tutta la realtà imprenditoriale italiana: raccogliamo la voce di chi con la birra ci lavora ogni giorno.

GLI ITALIANI



2023: UN'ESTATE DA RECORD

I pernottamenti e gli spostamenti previsti in Italia nel periodo estivo giugno-settembre del 2023 registrano numeri da record.

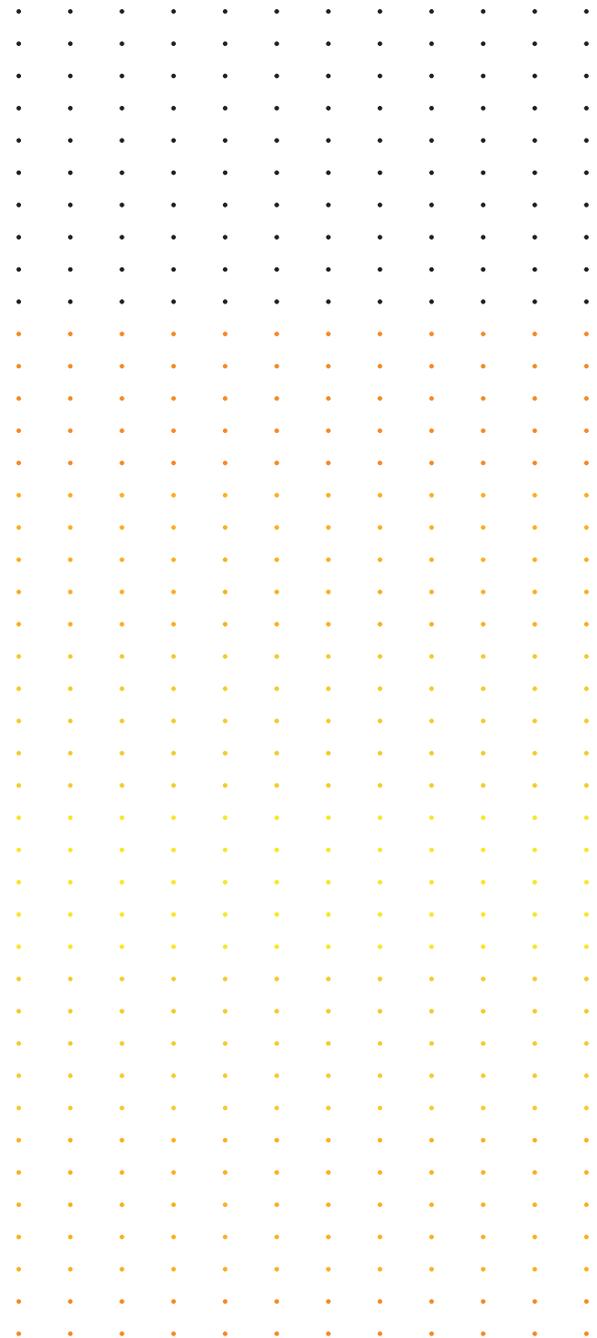
Secondo l'analisi storica dei flussi turistici in Italia, il turismo del Bel Paese quest'anno potrebbe registrare il valore più alto in termini di numero di arrivi e di presenze, sia rispetto al periodo pre-pandemico del 2019 e sia, addirittura, dal 2000.

68
milioni

I turisti previsti
nell'estate 2023

+5,4%

È l'aumento della spesa
turistica stimata nel
2023 rispetto al 2022



FONDAMENTALI GLI ARRIVI DALL'ESTERO

L'Italia, subito dopo la Spagna, è la seconda destinazione europea più popolare al mondo secondo le intenzioni di viaggio degli stranieri.

Da Aprile 2023, il Bel Paese registra un aumento costante delle prenotazioni rispetto agli stessi mesi del 2022 e anche le ricerche di voli verso l'Italia sono aumentate complessivamente del 22% rispetto ai livelli di pre-pandemia.

17%

È la percentuale di preferenza dell'Italia come meta di viaggio per i turisti del Nord America

+84%

Sono le ricerche di viaggio verso l'Italia fatte da viaggiatori internazionali fuori dell'Emea

ITALIANI SEMPRE PIÙ IMPAZIENTI DI VIAGGIARE

Aumenta la voglia di tornare a viaggiare anche per gli italiani e, uno dei motivi più evidenti di questo desiderio, è la crescita registrata nella propensione a prenotare le vacanze in anticipo, non vedendo l'ora di goderselo appieno.

Tra i giovani tornano a crescere i viaggi all'estero ma, nonostante questo, si è anche propensi a rimanere all'interno dei confini nazionali, visitando le località di mare e le città d'arte.

83%

Degli italiani dichiara
di essere molto felice di partire
(+9% rispetto al 2022)

26%

È la propensione a visitare
le città d'arte
(+5% rispetto al 2022)

L'INFLAZIONE NON FERMA LA VOGLIA DI PARTIRE

Non mancano però le ansie e le preoccupazioni per l'inflazione e l'aumento dei prezzi, anche se questi sentimenti non sembrano sferzare l'entusiasmo e la voglia di partire.

Questo emerge da una crescita, seppur minima, del budget medio destinato alle vacanze, dall'attenzione al risparmio nella scelta della destinazione, del mezzo di trasporto e dalla ricerca di offerte last minute.

75%

Degli italiani
è preoccupato
dall'impatto
dell'inflazione
sui propri viaggi

+2%

La crescita
del budget medio
destinato alla vacanza
rispetto al 2022

CON UN'ESTATE ALL'INSEGNA DI RELAX E SOCIALITÀ

L'obiettivo principale durante le vacanze rimane dunque quello di vivere all'insegna del relax, del riposo e del divertimento.

Poco più della metà degli italiani vuole trascorrere il tempo dedicato ai viaggi estivi in compagnia di famiglia e amici, esplorando nuove culture e stringendo nuove amicizie. E questo offre l'opportunità non solo di arricchire le proprie esperienze, ma anche di conoscere persone nuove.

73%

Dà come motivazione di viaggio il desiderio di rilassarsi

54%

Degli italiani vuole stare insieme a familiari e amici

LA RICERCA

ABITUDINI DI CONSUMO DELLA BIRRA

W2/2023



WWW.BVA-DOXA.COM
Copyright © BVA-Doxa

LUGLIO 2023



CENTRO INFORMAZIONE BIRRA

2023

II EDIZIONE

METODOLOGIA

APPROCCIO

Interviste **CAWI**

STRUMENTO

Interviste **on line** (sistema CAWI)
su questionario strutturato
della durata di 10-12 minuti

CAMPIONE

602 individui di età compresa tra i **18 e i 65 anni**, consumatori di birra, a casa e fuori casa, almeno 2/3 volte al mese (+150 casi boost)
Lettura per i seguenti target:
Generazione Z - dai 18 ai 27 anni = 149 casi
Millennials - dai 28 ai 42 anni = 272 casi
Generazione X - dai 43 ai 57 anni = 255 casi

FIELDWORK

26 Giugno - 5 Luglio 2023

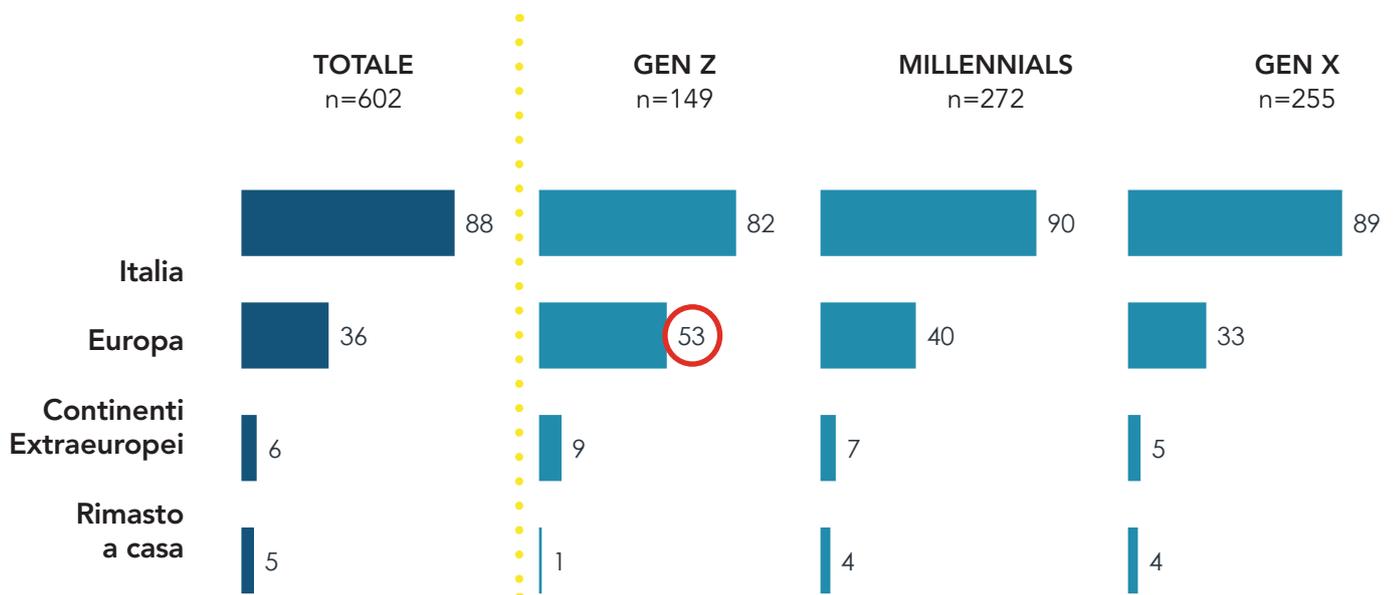
LE METE DELLE VACANZE



LE METE DELLE VACANZE ESTIVE DEGLI ULTIMI DUE ANNI

Quasi la totalità degli intervistati ha usufruito di almeno un periodo di vacanza estiva nel corso degli ultimi due anni e la meta preferita è stata l'Italia (88%), seguita, a grande distanza, dall'Europa (36%).

La Gen Z, più delle altre generazioni, ama visitare l'Europa, 53%, vs il 40% dei Millennials e il 33% della Gen X.



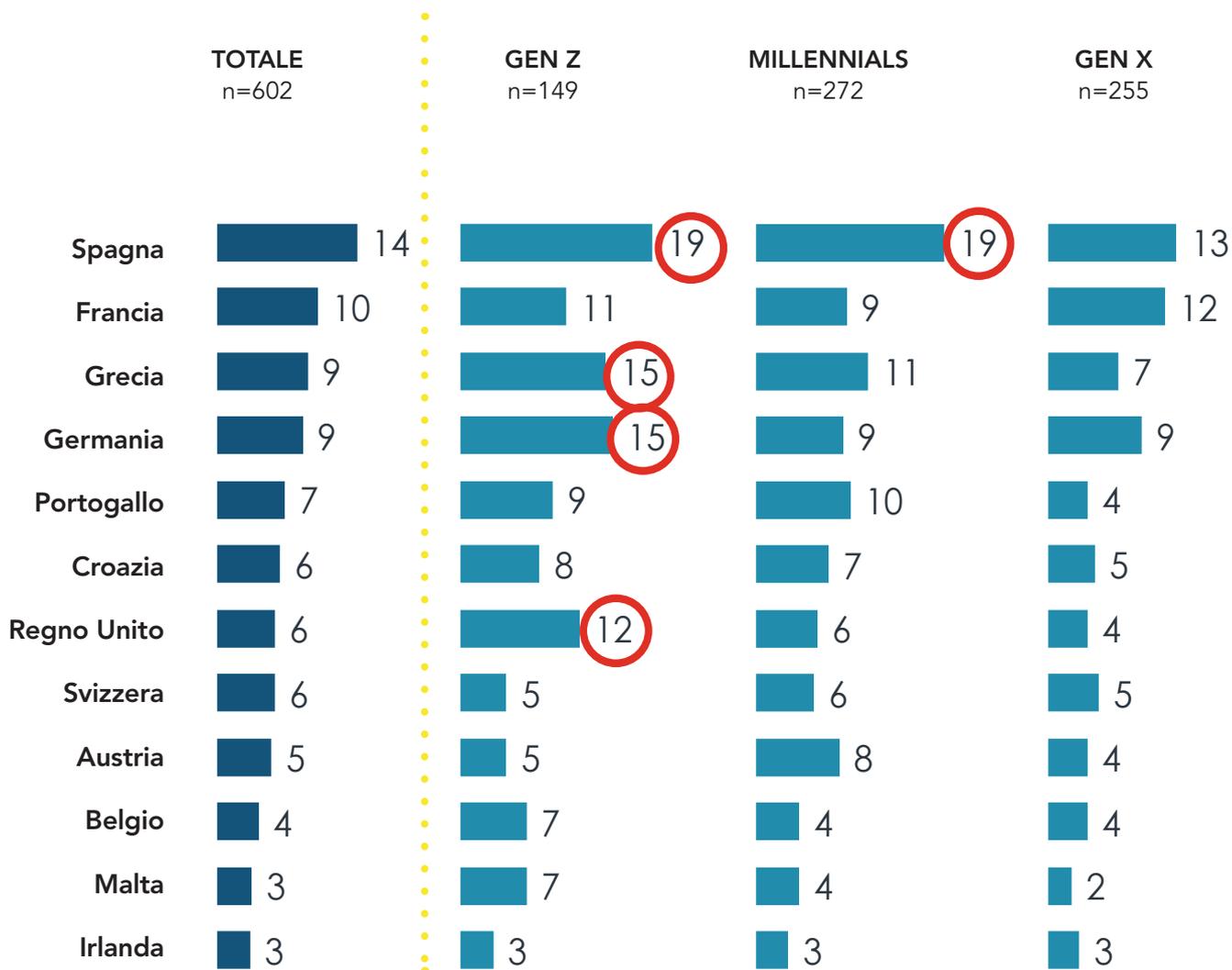
Q1 Per favore indica dove sei andato in vacanza d'estate negli ultimi 2 anni

Base: Totale intervistati

Valori percentuali

LE METE DELLE VACANZE ESTIVE IN EUROPA DEGLI ULTIMI DUE ANNI

La Spagna è stata la meta in cima alla classifica delle destinazioni europee, per la Gen Z oltre alla Spagna sono state scelte in misura maggiore anche Grecia e Germania e Regno Unito.



Q2 Quali paesi europei hai visitato durante le tue vacanze estive negli ultimi 2 anni?

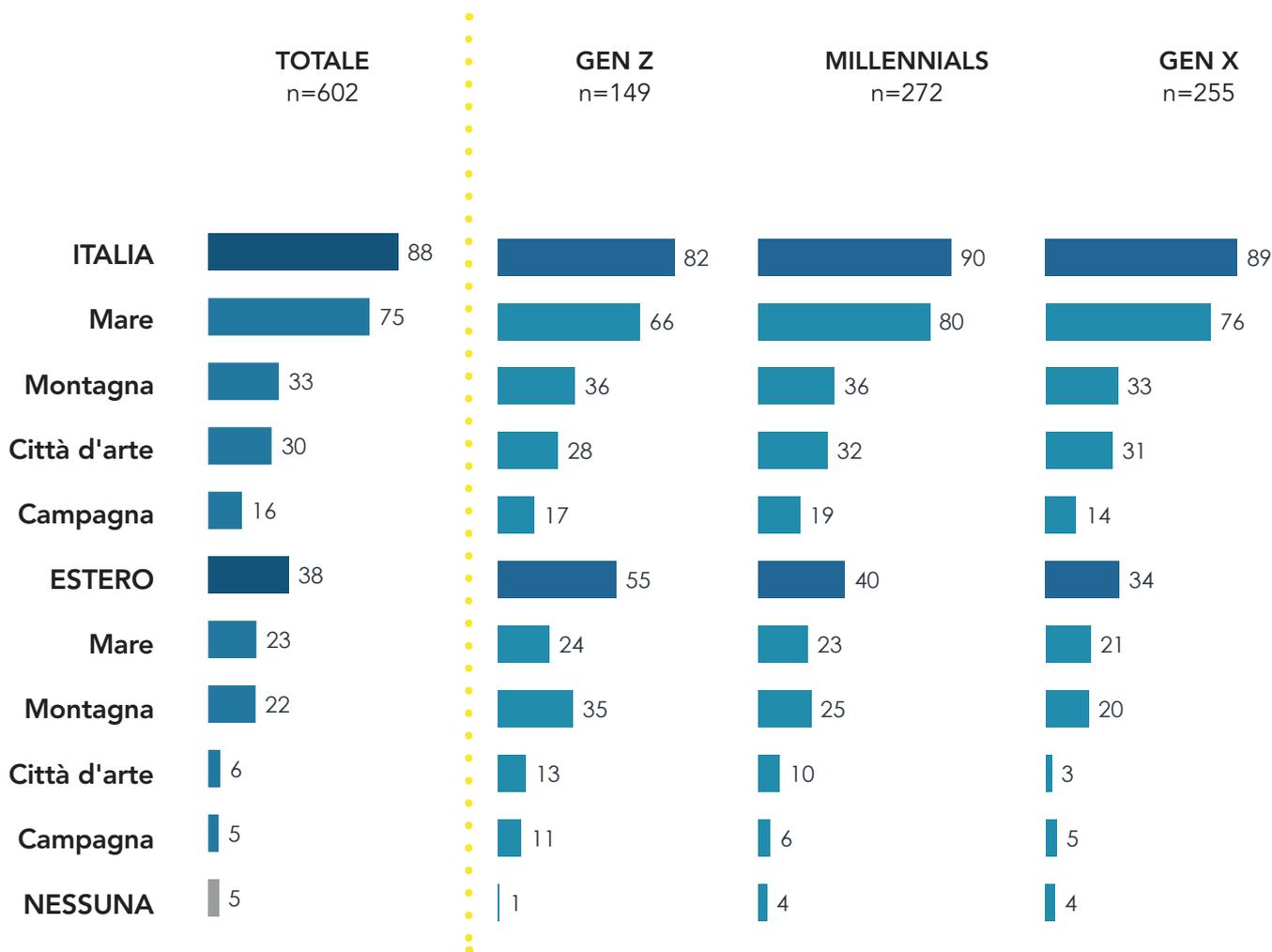
Base: Totale intervistati

Valori percentuali



LE TIPOLOGIE DI VACANZE ESTIVE EFFETTUATE NEGLI ULTIMI DUE ANNI

La scelta della destinazione Italia è stata fatta principalmente per il mare (75%), un intervistato su 3 sceglie la montagna o le città d'arte, pochi coloro che scelgono come meta la campagna; chi va all'estero lo fa per il mare e per le città d'arte.



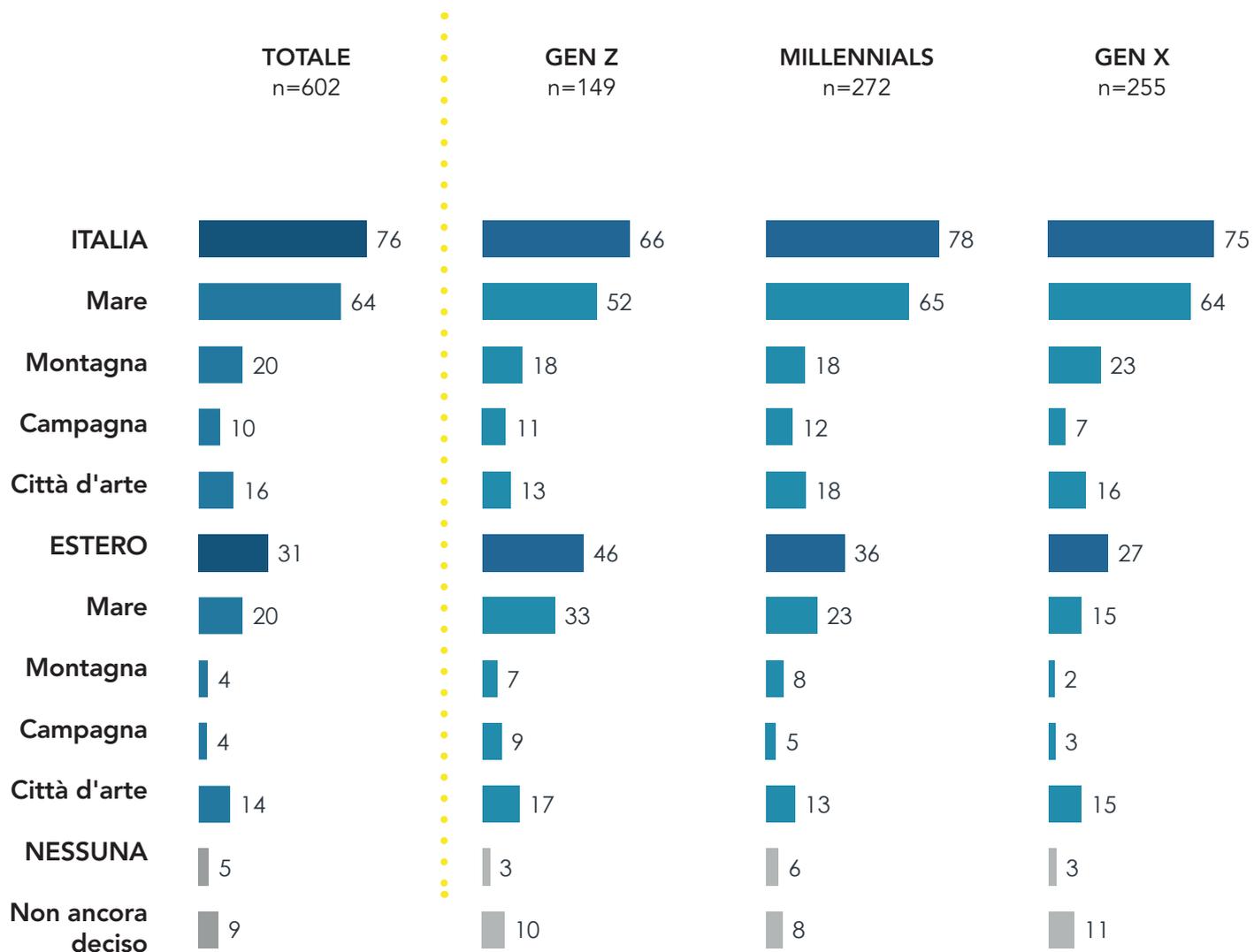
Q4 Che tipo di vacanze estive hai fatto negli ultimi 2 anni??

Basato su 16 totale intervistati

Valori percentuali

LA DESTINAZIONE PREVISTA PER LE PROSSIME VACANZE ESTIVE

La destinazione delle prossime vacanze estive è per 2 intervistati su 3 l'Italia e solo 1 intervistato su 3 andrà all'estero, gli indecisi sono solo il 10% mentre il 5% resterà a casa; la Gen Z è, tra tutte, la più propensa a scegliere l'estero come meta delle proprie vacanze (46% vs il 36% dei Millennials e il 27% della Gen X).



Q5 Che vacanze estive farai invece quest'anno?

Base: Totale intervistati

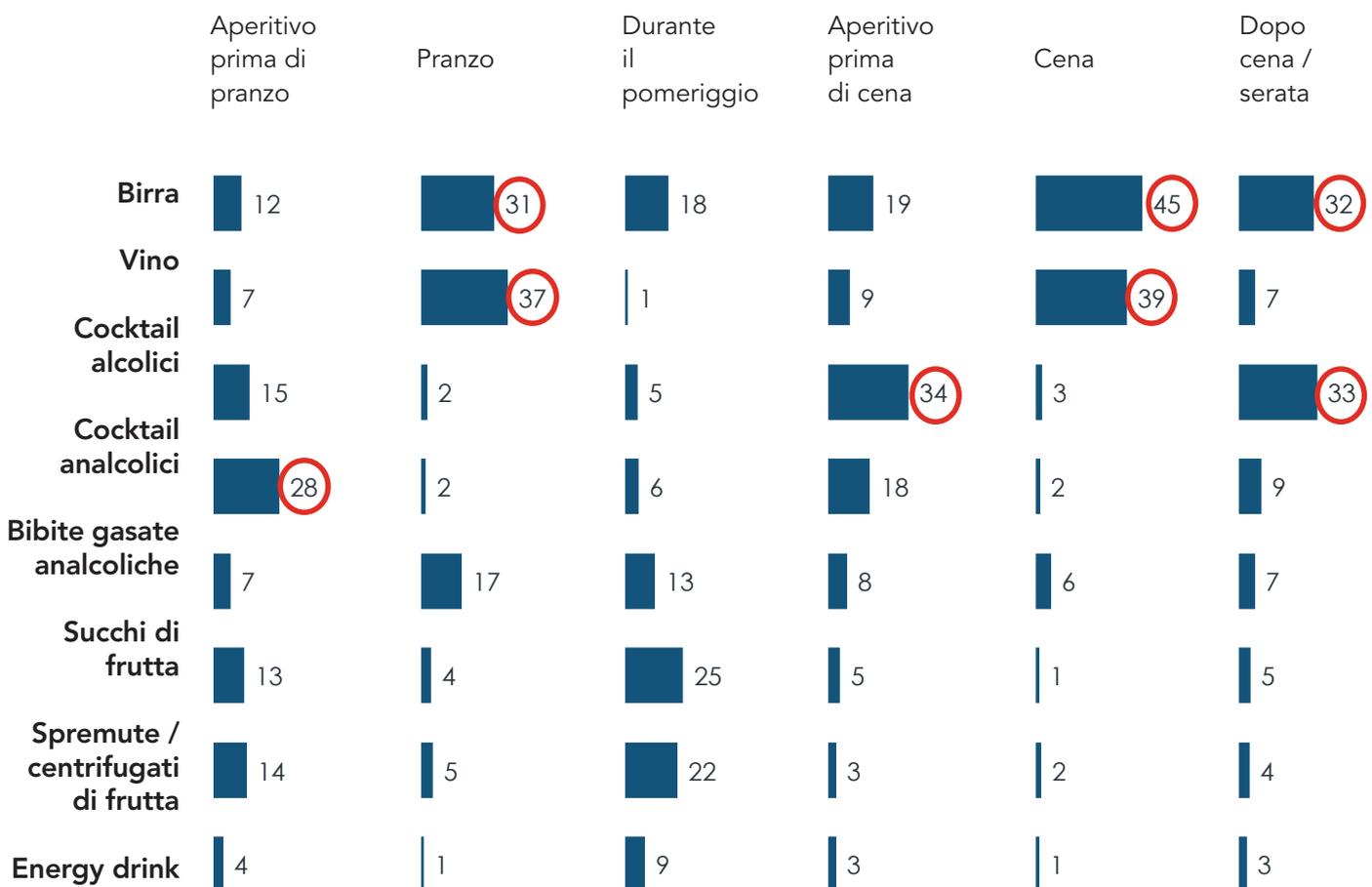
Valori percentuali

LE BEVANDE IN VACANZA



LA BEVANDE PREFERITE NELLE DIVERSE OCCASIONI DELLE VACANZE TOTALE

Tra le bevande preferite da gustare in varie occasioni della vacanza la birra è la più trasversale, scelta a pranzo (31%) a cena (45%) e dopo cena/nella serata (32%), il vino si beve solo a pranzo (37%) e a cena (39%), i cocktail alcolici sono consumati per l'aperitivo serale e dopo cena (34%), i cocktail analcolici prima di pranzo, succhi e spremute nel pomeriggio.

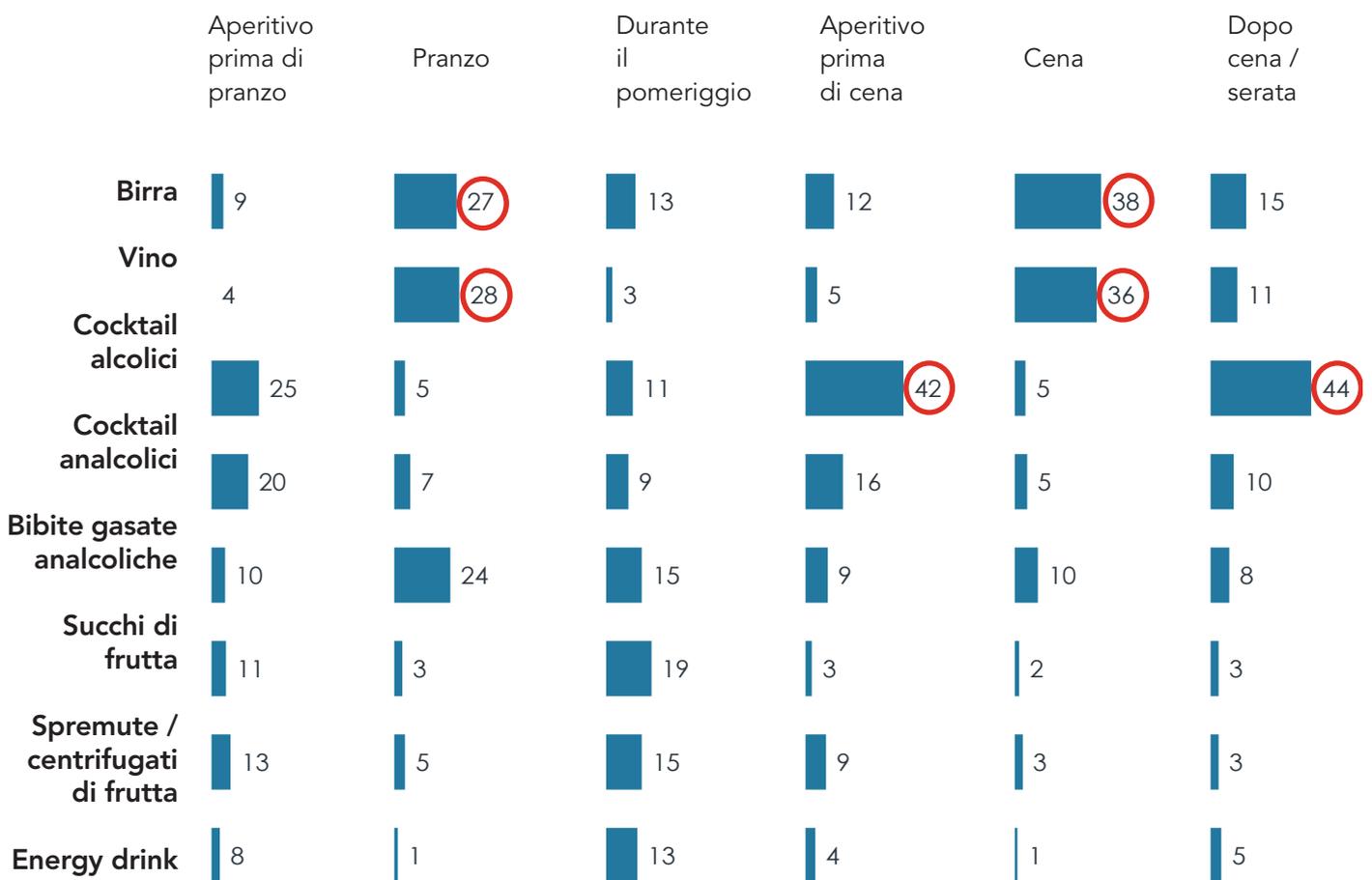


Q6 Escludendo l'acqua, qual è la tua bevanda preferita da gustare durante le vacanze estive nei momenti della giornata che vedi qui sotto?

Base: Totale intervistati N=602. Valori percentuali

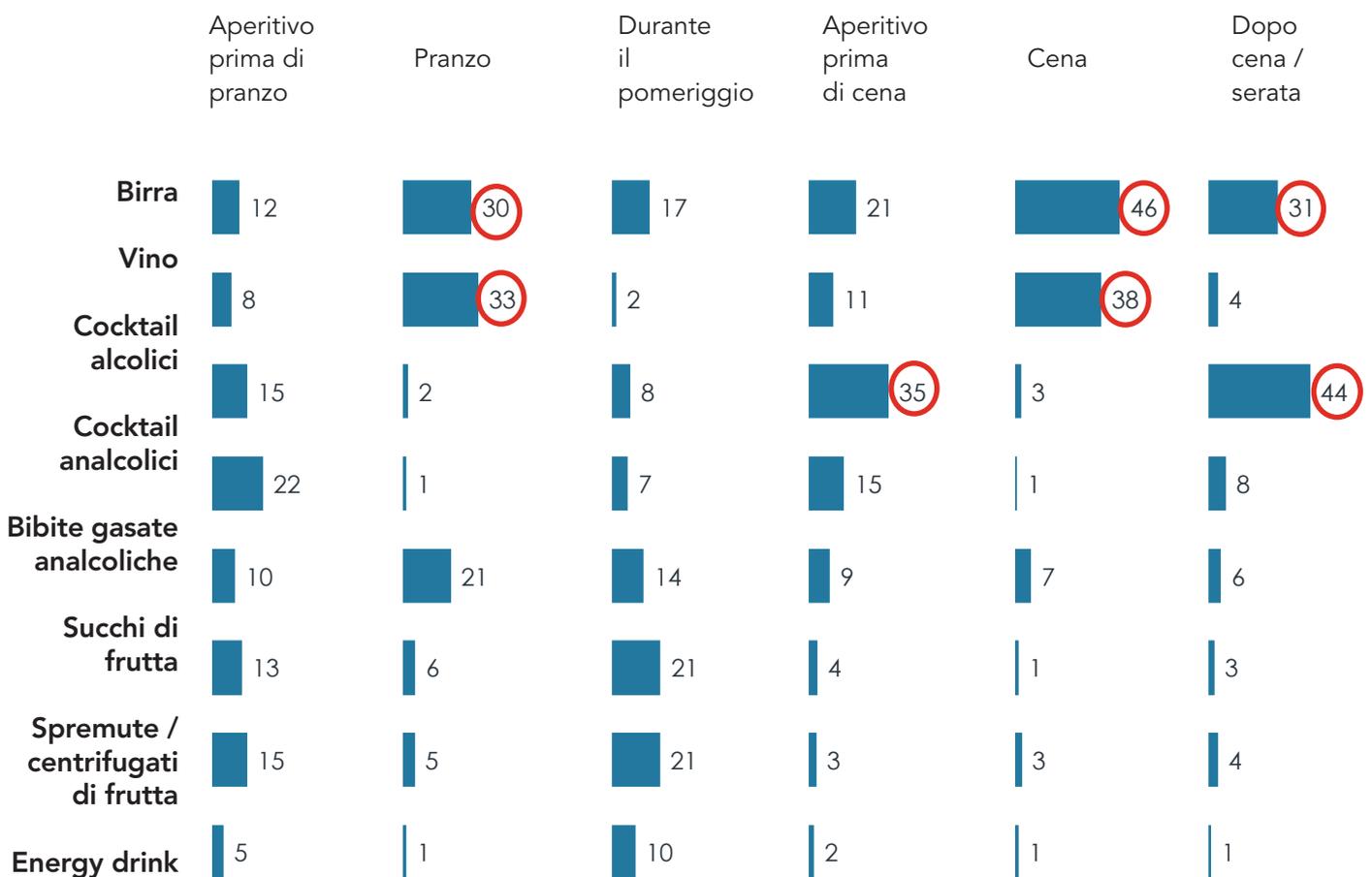
LA BEVANDE PREFERITE NELLE DIVERSE OCCASIONI DELLE VACANZE GEN Z

La Gen Z in vacanza sceglie la birra soprattutto a pranzo e cena (come il vino), i cocktail alcolici come aperitivo serale e dopo cena, per l'aperitivo prima di pranzo beve cocktail analcolici.



LA BEVANDE PREFERITE NELLE DIVERSE OCCASIONI DELLE VACANZE MILLENNIALS

I Millennials in vacanza scelgono la birra soprattutto a cena, dopo cena e a pranzo, il vino accompagna il pranzo e la cena, i cocktail alcolici come aperitivo serale e dopo cena.

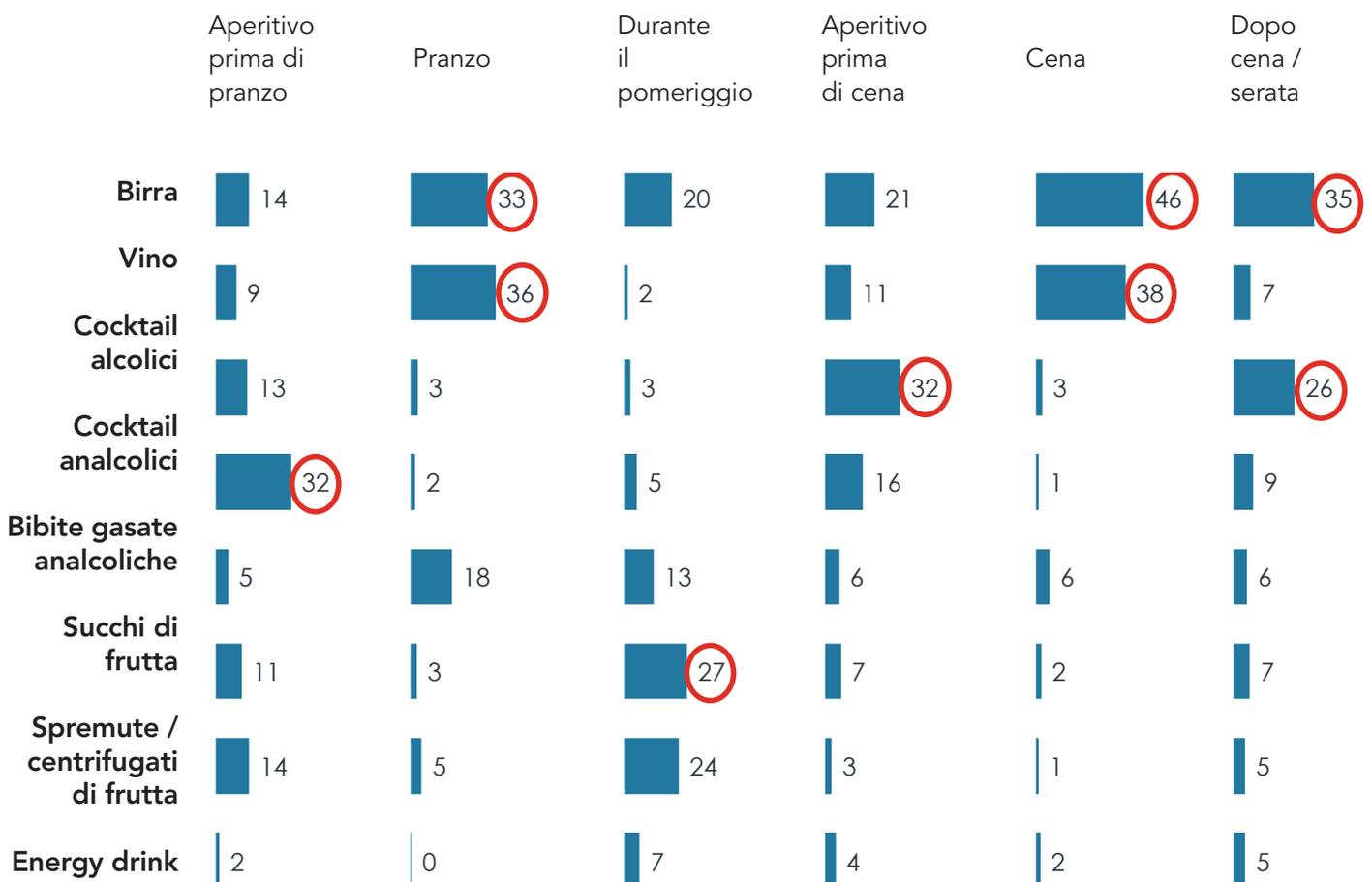


Q6 Escludendo l'acqua, qual è la tua bevanda preferita da gustare durante le vacanze estive nei momenti della giornata che vedi qui sotto?

Base: Totale intervistati N=272. Valori percentuali

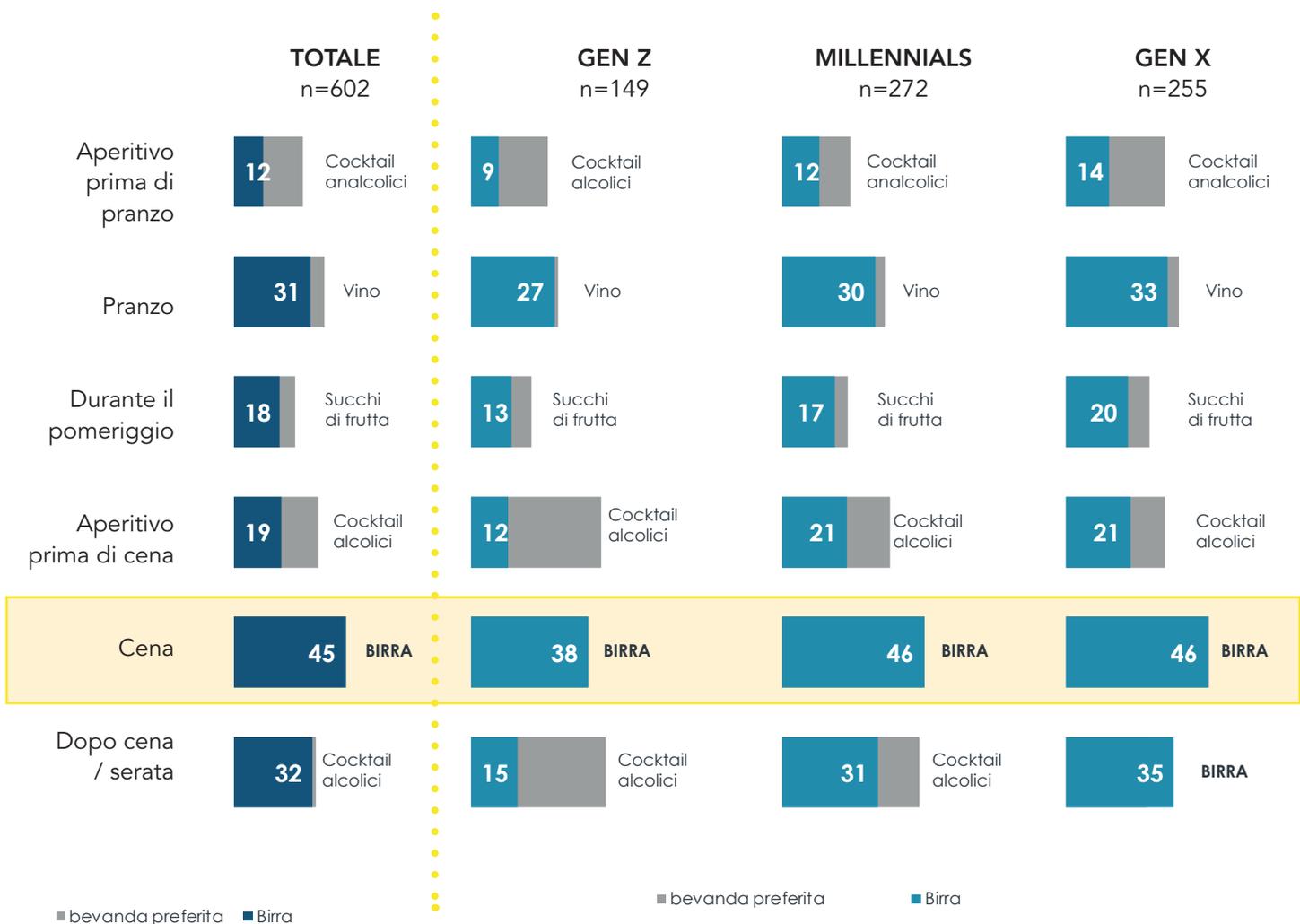
LA BEVANDE PREFERITE NELLE DIVERSE OCCASIONI DELLE VACANZE GEN X

La Gen X in vacanza predilige la birra a cena, dopocena e a pranzo, il vino a pranzo e cena, i cocktail alcolici come aperitivo serale e dopo cena, i cocktail analcolici per l'aperitivo prima di pranzo, i succhi e le spremute dal pranzo e per il pomeriggio.



LA PREFERENZA PER LA BIRRA NELLE OCCASIONI VACANZIERE

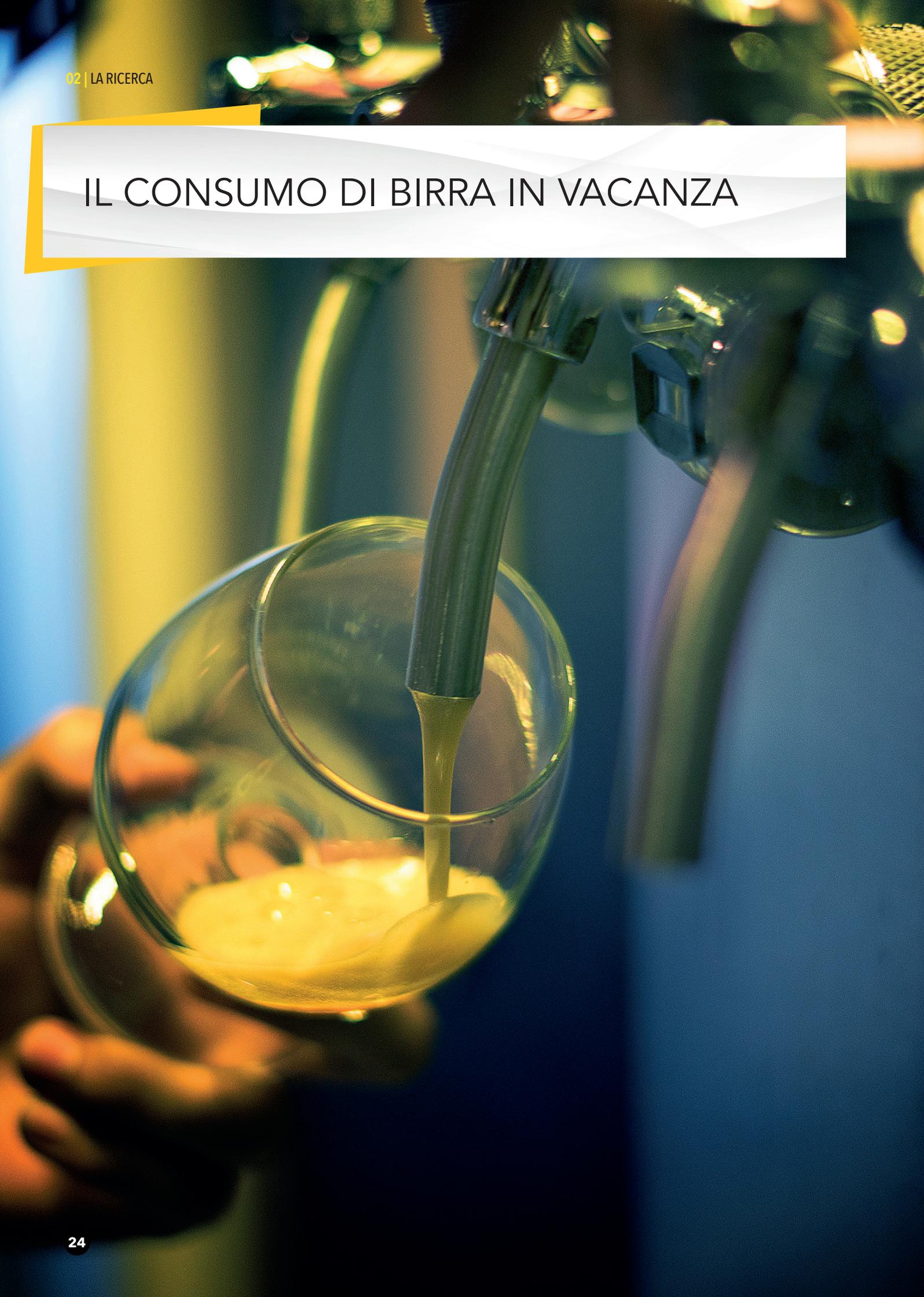
In vacanza la birra è la bevanda preferita per accompagnare la cena, per l'aperitivo pre-pranzo si scelgono cocktail analcolici e per l'aperitivo serale i cocktail alcolici.



Q6 Escludendo l'acqua, qual è la tua bevanda preferita da gustare durante le vacanze estive nei momenti della giornata che vedi qui sotto?

Base: Totale intervistati. Valori percentuali

IL CONSUMO DI BIRRA IN VACANZA

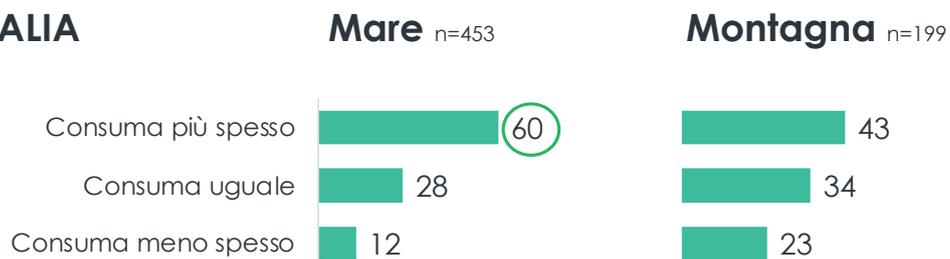


LA VARIAZIONE DEL CONSUMO DI BIRRA NELLE DIVERSE TIPOLOGIE DI VACANZE

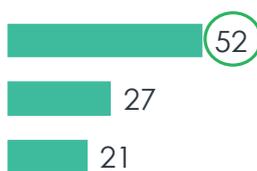
TOTALE

È in particolare la vacanza al mare che aumenta le occasioni di consumo della birra, seguita dalla campagna, mentre nelle città d'arte le abitudini rimangono stabili e il consumo rimane principalmente invariato.

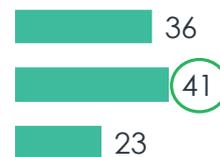
ITALIA



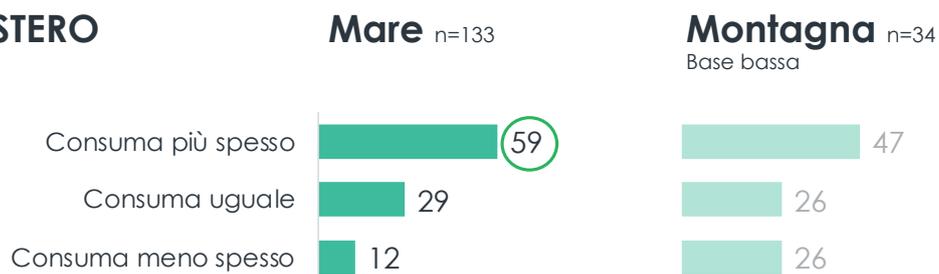
Campagna n=95



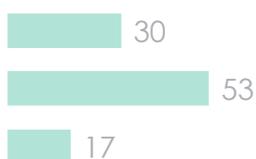
Città d'arte n=179



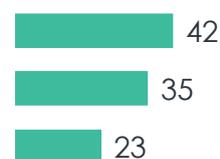
ESTERO



Campagna n=30 Base bassa



Città d'arte n=179



Q7 Quando sei stato in vacanza al ..., come si è modificato il tuo consumo di birra rispetto a quando non sei in vacanza nei mesi estivi. Hai consumato ...

Base: Intervistati che sono stati in vacanza nelle diverse località. Valori percentuali

LA VARIAZIONE DEL CONSUMO DI BIRRA NELLE DIVERSE TIPOLOGIE DI VACANZE

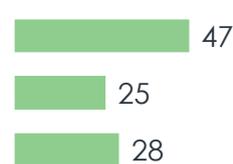
GEN Z

ITALIA

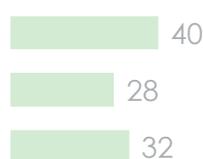
Mare n=99



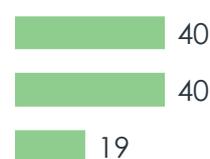
Montagna n=53



Campagna n=25 Base bassa

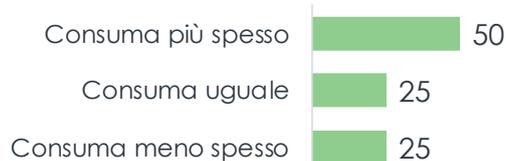


Città d'arte n=42



ESTERO

Mare n=52

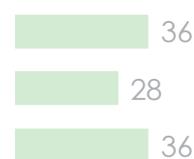


Montagna n=19 Base molto bassa



Campagna n=17 Base molto bassa

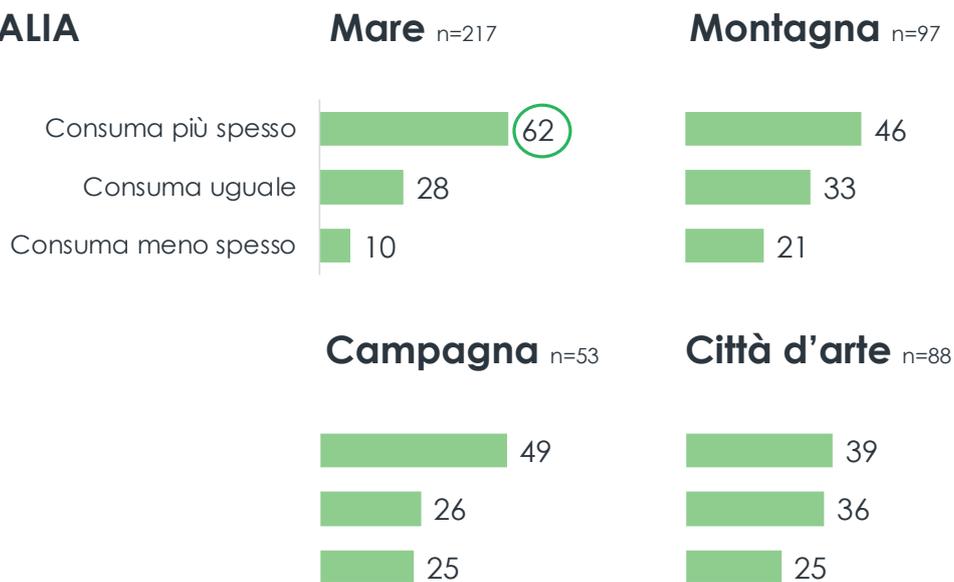
Città d'arte n=36 Base bassa



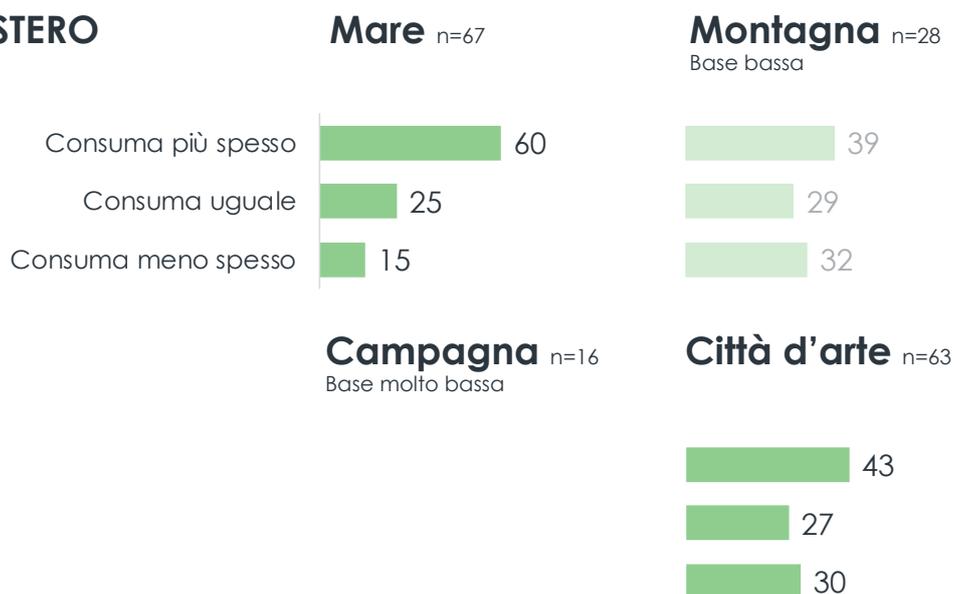
LA VARIAZIONE DEL CONSUMO DI BIRRA NELLE DIVERSE TIPOLOGIE DI VACANZE

MILLENNIALS

ITALIA



ESTERO



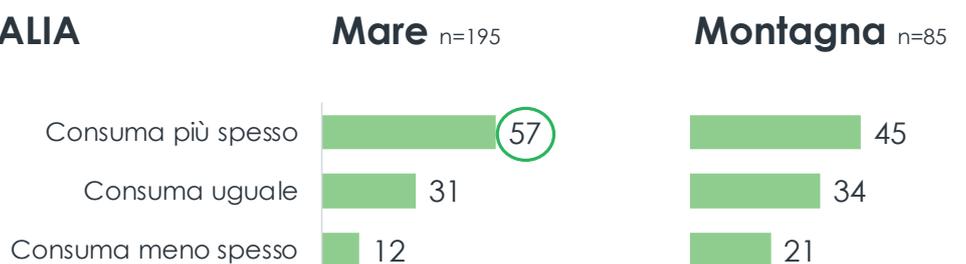
Q7 Quando sei stato in vacanza [INSERIRE RISPOSTA A Q4], come si è modificato il tuo consumo di birra rispetto a quando non sei in vacanza nei mesi estivi. Diresti che l'hai consumata ...

Base: Totale intervistati. Valori percentuali

LA VARIAZIONE DEL CONSUMO DI BIRRA NELLE DIVERSE TIPOLOGIE DI VACANZE

GEN X

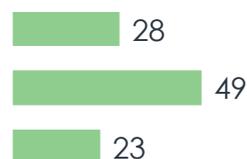
ITALIA



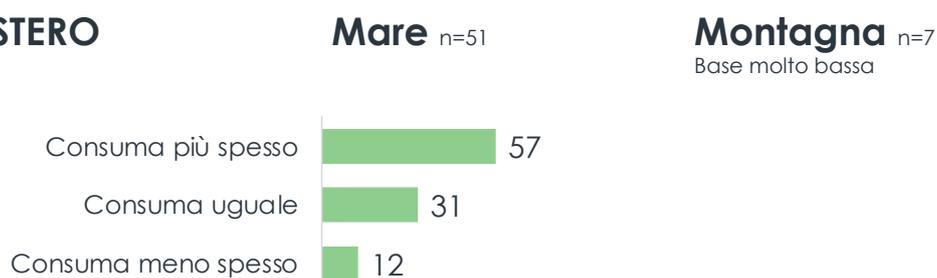
Campagna n=36 Base bassa



Città d'arte n=79

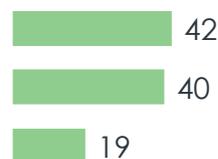


ESTERO



Campagna n=13 Base molto bassa

Città d'arte n=53

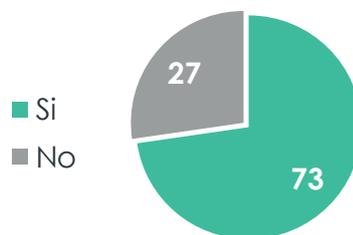


LA SPERIMENTAZIONE DI NUOVE BIRRE DURANTE LE ULTIME VACANZE

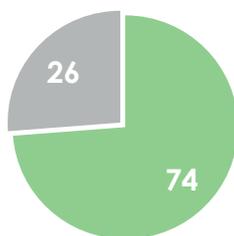
Ovunque sia stata la vacanza, in Italia o all'estero, la sperimentazione di nuove birre è irrinunciabile, il 73% degli intervistati ha provato nuove birre, percentuale che sale all'82% nella vacanza all'estero. La Gen Z è quella più aperta alla sperimentazione nelle vacanze all'estero..

ITALIA

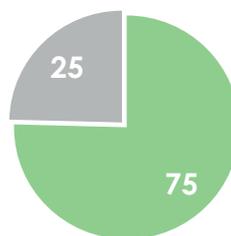
Totale n=532



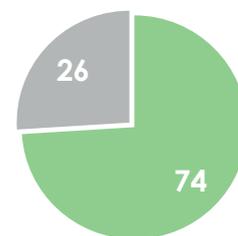
Gen Z n=122



Millennials n=244

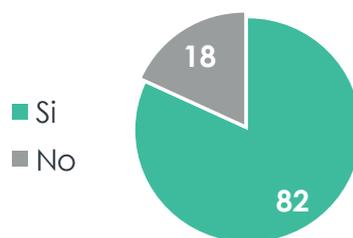


Gen X n=227

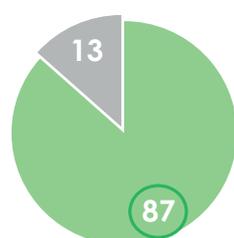


ESTERO

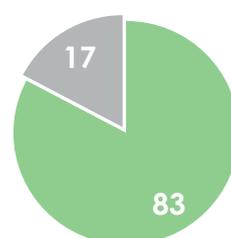
Totale n=226



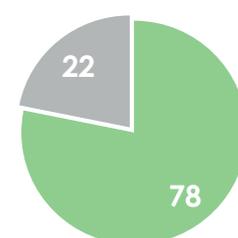
Gen Z n=82



Millennials n=110



Gen X n=87

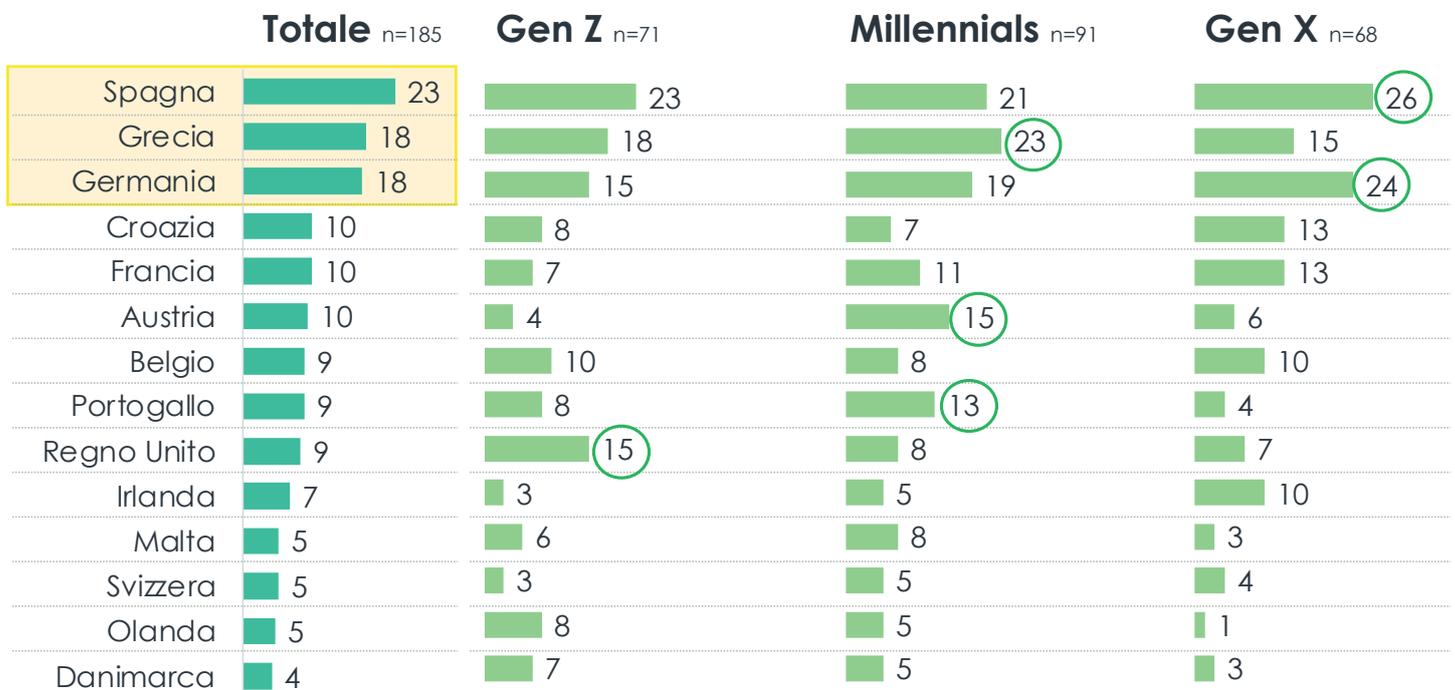


Q810 Ripensando alle tue vacanze estive negli ultimi due anni, ti è capitato di provare delle marche o dei tipi di birra che non conoscevi?

Base: Intervistati che sono andati in vacanza in Italia / all'estero. Valori percentuali

PAESI ESTERI IN CUI SONO STATE PROVATE NUOVE BIRRE

Negli ultimi due anni, durante le vacanze ogni generazione ha sperimentato nuove birre in misura maggiore in alcuni paesi: la Gen Z nel Regno Unito, i Millennials in Grecia, Austria e Portogallo, la Gen X in Spagna e Germania.



Q9 In quali paesi esteri ti è successo?

Base: Totale intervistati

Valori percentuali

DRIVER DI SPERIMENTAZIONE DI NUOVE BIRRE DURANTE LE ULTIME VACANZE

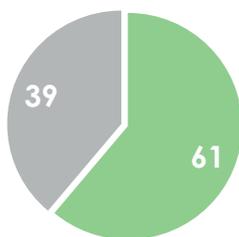
Il driver che ha spinto a provare nuove birre è stata la curiosità, per la Gen X soprattutto in Italia.

ITALIA

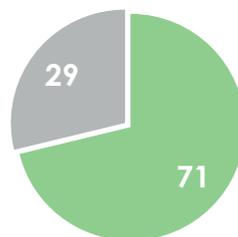
Totale n=532



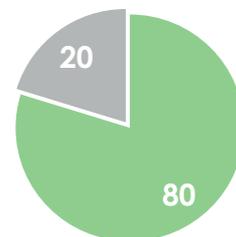
Gen Z n=122



Millennials n=244



Gen X n=227

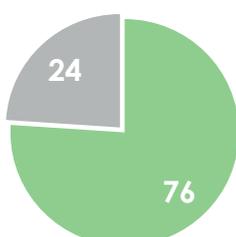


ESTERO

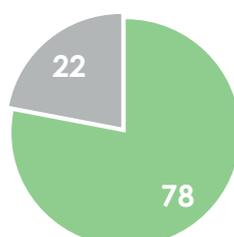
Totale n=226



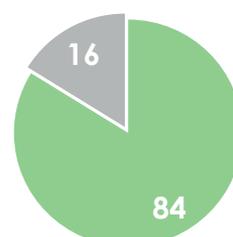
Gen Z n=82



Millennials n=110



Gen X n=87



Q10 Per quale di questi motivi lo hai fatto?

Base: Intervistati hanno provato birre nuove durante le vacanze in Italia / all'estero

Valori percentuali

UN'ESPERIENZA DI CONSUMO DELLA BIRRA DA RICORDARE

SUMMARY

	Totale n=602	GEN Z n=149	MILLENNIALS n=272	GEN X n=255
L'ESPERIENZA DI BERE BIRRA IN QUEL MOMENTO	58	55	55	61
LOCALITÀ IN CUI STAVO BEVENDO LA BIRRA	39	38	43	36
MOMENTO DI CONSUMO DELLA GIORNATA	21	17	21	20
LE PERSONE CON CUI HO BEVUTO BIRRA	20	23	19	22
LUOGO DI CONSUMO	18	21	18	18
TIPOLOGIA DI BIRRA	16	18	15	20
OCCASIONI DI CONSUMO	14	14	12	13
CARATTERISTICHE DELLA BIRRA	12	13	12	11
PER LA MARCA DI BIRRA	8	9	9	7
ABBINAMENTO TRA CIBO E BIRRA	6	3	5	6

UN'ESPERIENZA DI CONSUMO DELLA BIRRA DA RICORDARE

DETTAGLIO /1

	Totale n=602	GEN Z n=149	MILLENNIALS n=272	GEN X n=255
L'ESPERIENZA DI BERE BIRRA IN QUEL MOMENTO	58	55	55	61
Dissetarmi / Rinfrescarmi (avevo sete)	17	11	18	18
Curiosità/provare una birra nuova/mai provata	17	13	16	18
Una bellissima esperienza /un'esperienza indimenticabile	9	17	8	7
Un momento di relax (un momento rilassante, serenità, benessere)	8	10	7	10
Un momento di condivisione /aggregazione/socializzazione	7	2	7	8
Un momento di piacere (è gratificante, appagante)	5	3	5	4
Scoprire la cultura locale e assaggiare i prodotti locali	4	4	5	2
Un momento di divertimento /allegria/svago/spensieratezza	4	7	3	5
LOCALITA' IN CUI STAVO BEVENDO LA BIRRA	39	38	43	36
GENERICO	21	15	21	21
Al mare (spiaggia, scogliera, intorno a un falò sulla spiaggia)	16	12	18	16
In montagna (rifugio, trekking, escursione)	4	3	3	5
ALL'ESTERO	11	15	12	11
All'estero (generico)	5	10	4	4
Città/città d'arte all'estero	4	3	6	5
IN ITALIA	8	7	11	6
Al mare in Italia	4	4	6	3
Città /città d'arte in Italia	3	1	4	2

Q11 Per favore raccontarci di una volta in cui consumare una birra in vacanza è stata un'esperienza da ricordare.

Base: Intervistati hanno provato birre nuove durante le vacanze in Italia / all'estero. Valori percentuali

UN'ESPERIENZA DI CONSUMO DELLA BIRRA DA RICORDARE

DETTAGLIO /2

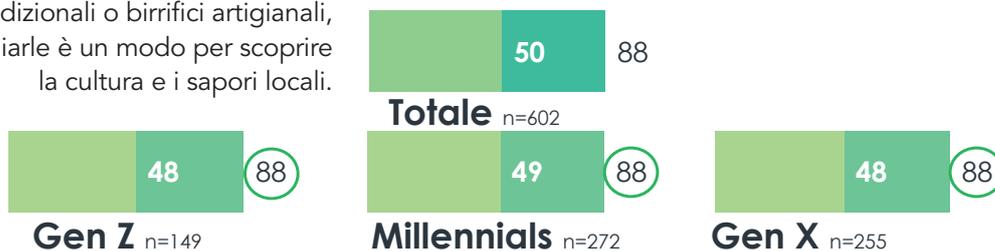
	Totale n=602	GEN Z n=149	MILLENNIALS n=272	GEN X n=255
MOMENTO DI CONSUMO DELLA GIORNATA	21	17	21	20
Al tramonto	6	7	7	5
Cena	5	3	3	5
Dopo cena durante la serata	4	3	4	5
Aperitivo prima di cena	4	5	6	3
LE PERSONE CON CUI HO BEVUTO BIRRA	20	23	19	22
In compagnia di amici/con amici	17	17	14	20
LUOGO DI CONSUMO	18	21	18	18
Bar / chioschi	5	7	5	6
Pub	4	5	6	5
Ristoranti locali	2	3	2	2
TIPOLOGIA DI BIRRA	16	18	15	20
Birra artigianale/locale	10	11	11	14
Diversi tipi di birra/degustazione di birre	2	5	2	2
OCCASIONI DI CONSUMO	14	14	12	13
Durante una calda giornata di sole	8	6	7	9
CARATTERISTICHE DELLA BIRRA	12	13	12	11
Gusto (molto buona, gustosa)	9	11	10	9
PER LA MARCA DI BIRRA	8	9	9	7
ABBINAMENTO TRA CIBO E BIRRA	6	3	5	6
Pizza / Focaccia	4	1	3	4

LE IMPLICAZIONI DELLA SPERIMENTAZIONE DI BIRRA IN VACANZA

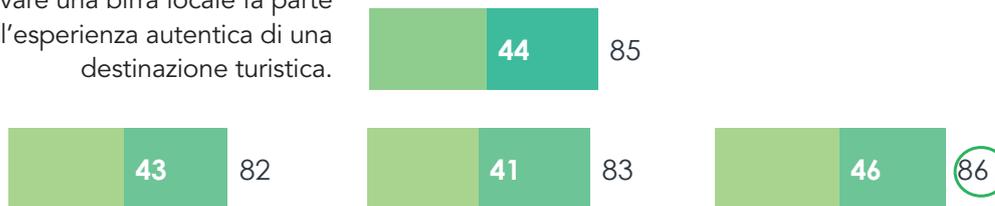
MOLTO + ABBASTANZA D'ACCORDO

Assaggiare le birre tradizionali della regione o del paese visitato è un'esperienza che completa l'immersione nella cultura locale e se si gusta la birra abbinata al cibo si vive un ulteriore arricchimento dell'esperienza.

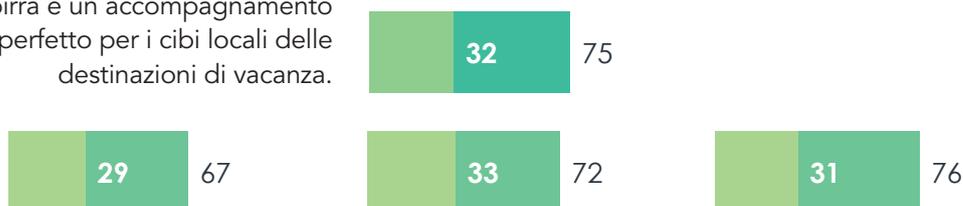
Ogni regione o paese ha birre tradizionali o birrifici artigianali, assaggiarle è un modo per scoprire la cultura e i sapori locali.



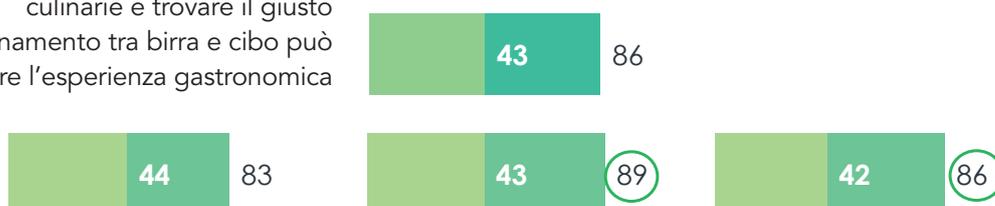
Provare una birra locale fa parte dell'esperienza autentica di una destinazione turistica.



La birra è un accompagnamento perfetto per i cibi locali delle destinazioni di vacanza.



Ogni luogo ha le sue specialità culinarie e trovare il giusto abbinamento tra birra e cibo può arricchire l'esperienza gastronomica



■ Top 2 boxes ■ To box ■ Top 2 boxes ■ Top box

Q12 Per alcune persone la vacanza è sinonimo di esplorazione, scoprire nuovi luoghi e sperimentare nuovi gusti. Quanto sei d'accordo con questa affermazione?

Base: Totale intervistati. Valori percentuali

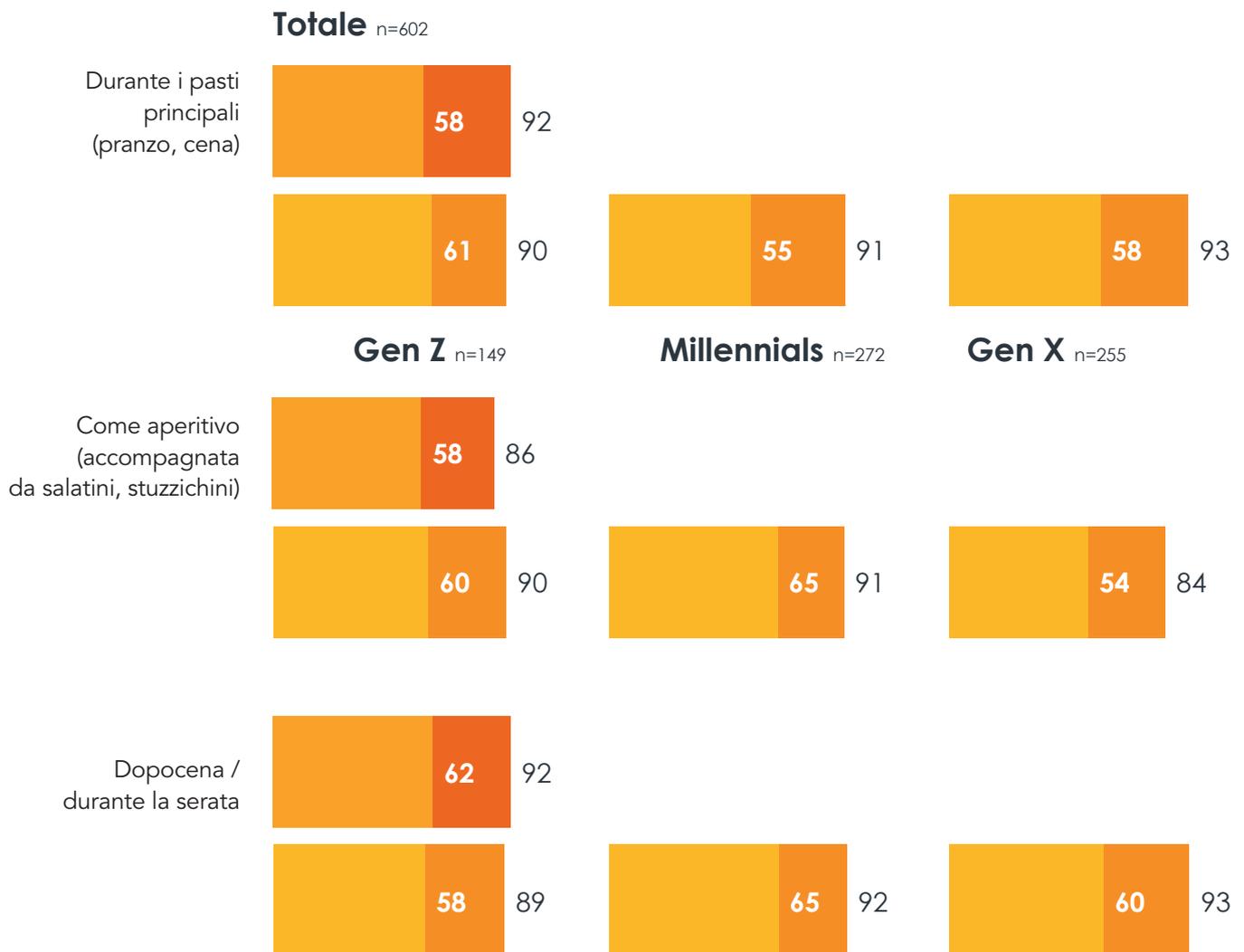
L'ABBINAMENTO BIRRA E CIBO



ADATTABILITÀ DELLA BIRRA AI DIVERSI MOMENTI DI CONSUMO ESTIVO

MOLTO + ABBASTANZA D'ACCORDO

Tutti i momenti sono considerati perfetti per gustare la birra: durante i pasti, come aperitivo, dopocena.



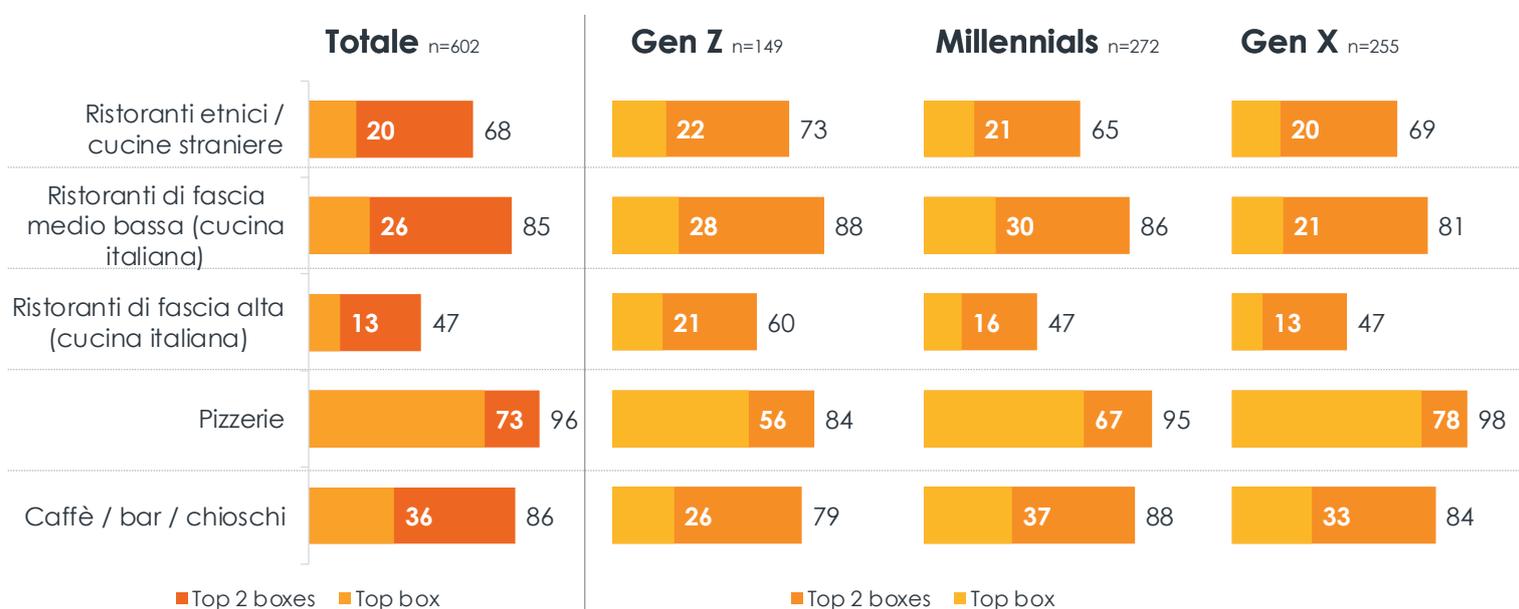
■ Top 2 boxes ■ Top box ■ Top 2 boxes ■ Top box

Q13 Quanto ritieni la birra adatta a questo momento di consumo?

Base: Intervistati hanno provato birre nuove durante le vacanze in Italia / all'estero. Valori percentuali

ADATTABILITÀ DELLA BIRRA ALLE DIVERSE OCCASIONI DI CONSUMO

MOLTO + ABBASTANZA D'ACCORDO

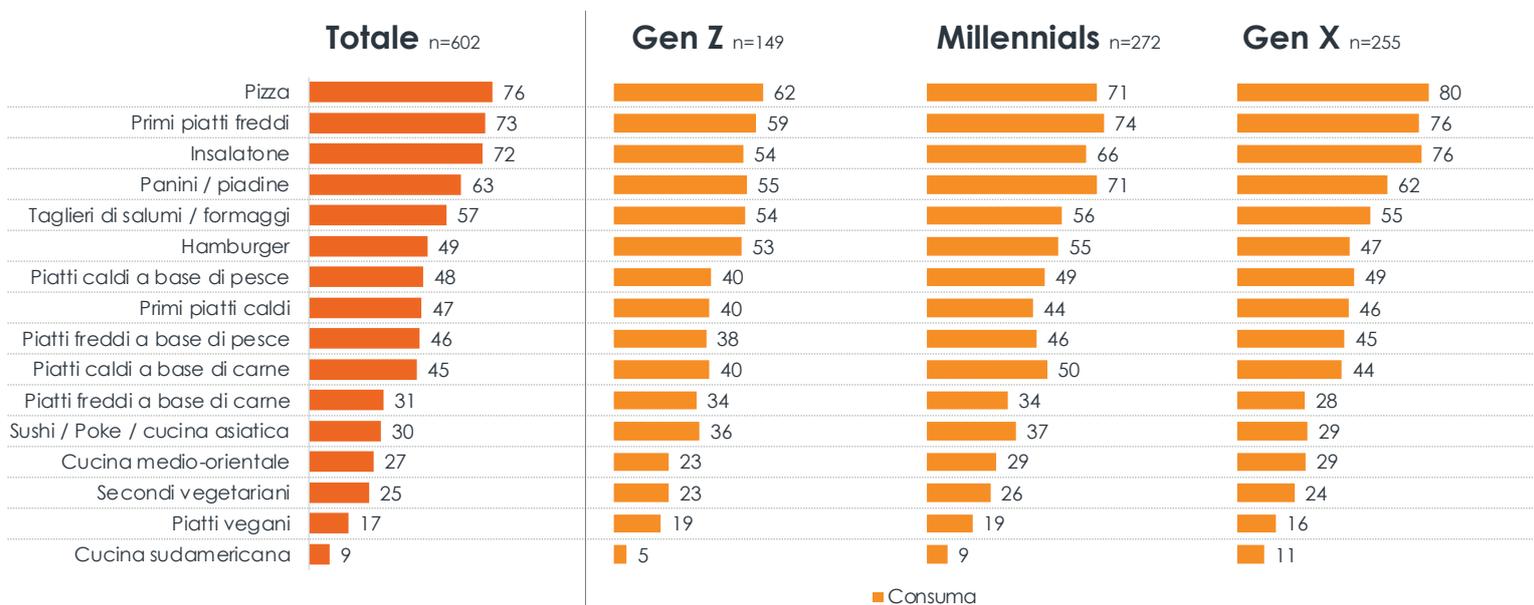


Q14 Quanto ritieni la birra adatta a questa occasione di consumo?

Base: Intervistati hanno provato birre nuove durante le vacanze in Italia / all'estero

Valori percentuali

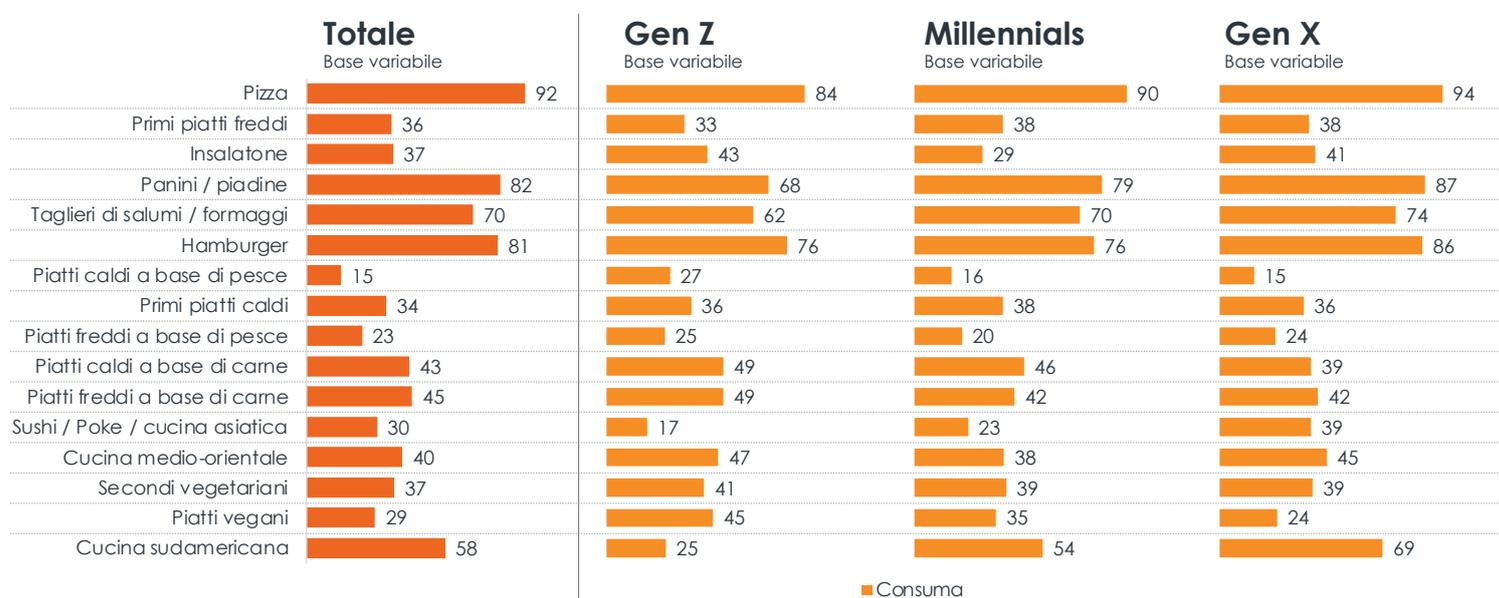
I PIATTI CONSUMATI NEL PERIODO DELLE VACANZE



Q15 Quali di questi piatti consumi durante i pasti principali nel periodo estivo (a casa o in vacanza)?
Base: Totale intervistati. Valori percentuali

IL CONSUMO DELLA BIRRA CON I DIVERSI PIATTI

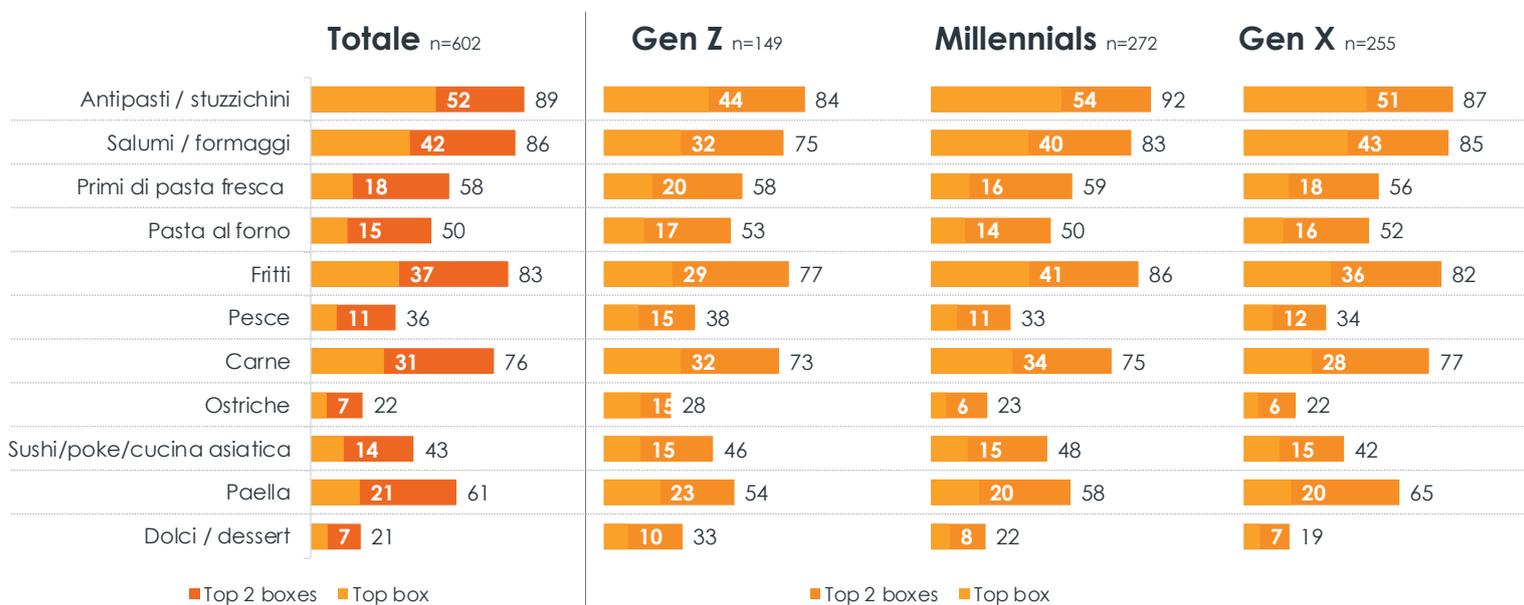
Nel periodo estivo la birra accompagna anche piadine/panini, hamburger e taglieri di salumi e formaggi.



LA PROBABILITÀ DI CONSUMARE BIRRA CON I DIVERSI CIBI

CERTAMENTE + PROBABILMENTE SÌ

La birra è anche adatta ad essere gustata con gli antipasti, salumi, formaggi, fritti e carne.



Q17 Quanto ritieni la birra adatta a questo abbinamento con il cibo?

Base: Intervistati hanno provato birre nuove durante le vacanze in Italia / all'estero

Valori percentuali

MARE: COSTUME, BIRRA E ...

RISPOSTE SPONTANEE

	Totale n=602	GEN Z n=149	MILLENNIALS n=272	GEN X n=255
CIBO	34	21	30	34
Pizza / Focaccia	6	2	6	8
Patatine	6	2	7	6
Stuzzichini (aperitivo)	4	4	3	3
Panini/ tramezzini/sandwich	4	5	3	3
Gelato	3	2	3	4
Pesce/frittura di pesce	2	1	1	3
ESTATE	15	20	17	15
Sole (ombra)	11	15	13	10
Caldo	2	1	1	3
MARE	18	19	19	20
Ombrellone/sdraio (ciabatte)	5	4	4	7
Bagni al mare, in piscina/nuoto/ nuotare (tuffi)	5	3	4	5
Spiaggia (sabbia)	3	3	3	3
Mare/onde (barca, salsedine)	2	3	3	3
Abbronzatura/crema solare	2	5	4	2
RELAX	8	7	10	8
DIVERTIMENTO	5	4	4	7
EMOZIONE/PASSIONE	4	4	5	4
COMPAGNIA/AMICIZIA	4	8	3	4
FRESCHEZZA	3	5	3	2
LIBERTÀ/SPENSIERATEZZA	2	3	1	2

MONTAGNA: SCARPE PER CAMMINARE, BIRRA E ...

RISPOSTE SPONTANEE

	Totale n=602	GEN Z n=149	MILLENNIALS n=272	GEN X n=255
CIBO	41	30	34	43
Panini/ tramezzini/sandwich	17	10	14	16
Salumi (speck, salame, wurstel)	4	2	3	5
Carne (arrosto, hamburger, salsiccia)	3	3	3	2
Formaggio	2	2	1	4
Polenta	2	1	1	3
MONTAGNA	13	15	13	14
Camminate/escursioni/trekking (funghi)	3	5	3	3
Zaino/zaino in spalla	3	3	2	4
Chalet/baita/malga/rifugio (camino)	2	1	2	4
RELAX	7	5	10	5
NATURA	7	10	5	7
Il paesaggio/panorama	3	5	2	4
La natura (fiumi, torrenti)	3	3	3	3
ARIA	5	5	8	5
Aria pulita/pura/aria buona	2	1	3	3
Aria aperta/aria fresca	2	4	4	2
FRESCHEZZA	5	2	6	5
COMPAGNIA/AMICIZIA	3	4	3	4
LIBERTÀ/SPENSIERATEZZA	3	4	1	3
DIVERTIMENTO	2	3	2	3
FATICA	2	1	3	3

Q18_2 Completa la frase che vedi qui sotto con la prima cosa che ti viene in mente lasciando correre la tua fantasia. Montagna: scarpe per camminare, birra e ...

Base: Intervistati hanno provato birre nuove durante le vacanze in Italia / all'estero. Valori percentuali

CAMPAGNA: PICNIC CON GLI AMICI, BIRRA E ...

RISPOSTE SPONTANEE

	Totale n=602	GEN Z n=149	MILLENNIALS n=272	GEN X n=255
CIBO	46	38	44	49
Panini/ tramezzini/sandwich	12	9	10	15
Grigliata/barbecue (arrostiticini, brace)	9	5	11	12
Carne (arrosto, hamburger, salsiccia)	5	7	5	5
Pizza / Focaccia	4	4	2	3
Salumi (speck, salame, wurstel)	4	2	4	5
DIVERTIMENTO	15	20	18	13
Divertimento/feste	9	7	12	8
Musica/canzoni/chitarra	5	10	6	4
RELAX	8	8	7	9
LIBERTÀ/SPENSIERATEZZA	7	4	6	9
GIOCHI/ATTIVITA' SPORTIVE	4	5	4	4
NATURA	3	3	4	4
ESTATE	2	6	2	2
Sole (ombra)	1	5	1	1
COMPAGNIA/AMICIZIA	2	1	1	3
CAMPAGNA	2	3	1	2

PROFILO DEL CAMPIONE

GENERE	TOTALE CAMPIONE	TARGET		
		Gen Z	Millennials	Gen X
	n=602	n=149	n=272	n=255
Uomo	50	48	50	50
Donna	50	52	50	50
ETÀ				
18-24 anni	8	78	-	-
25-34 anni	19	22	59	-
35-44 anni	24	-	41	13
45-54 anni	28	-	-	65
55-64 anni	21	-	-	22
AREA GEOGRAFICA				
Nord Ovest	26	26	23	28
Nord Est	18	17	21	18
Centro	20	13	22	17
Sud e isole	36	43	33	36
AMPIEZZA CENTRO				
Meno di 10 mila abitanti	24	23	27	22
10-30 mila abitanti	18	21	14	19
30-100 mila abitanti	23	21	28	19
100-250 mila abitanti	9	8	12	9
Oltre 250 mila abitanti	26	26	20	31
Tra 100.000 e 250.000 abitanti	10	12	10	9
Più di 250.000 abitanti	24	17	20	25
TITOLO DI STUDIO				
	n=600	n=129	n=301	n=244
Laurea o superiore	42	42	52	40
Scuola media superiore	51	52	44	54
Scuola media inferiore	7	6	4	6
Scuola elementare	-	-	-	-
Nessun titolo	-	-	-	-
OCCUPAZIONE				
Imprenditore/ libero professionista	11	6	12	10
Artigiano, commerciante, negoziante, agricoltore	3	3	4	4
Amministratore delegato, dirigente, funzionario	4	3	2	7
Impiegato/ insegnante	48	30	53	52
Operaia/o	10	10	12	11
Casalinga/o	8	3	4	8
Studente	6	40	3	-
Pensionato/a	3	-	1	-
Disoccupato/a	5	3	6	5
NUMERO COMPONENTI				
1 componente	9	3	11	11
2 componenti	26	15	34	21
3 componenti	28	32	25	29
4 componenti	30	41	24	32
5 componenti e più	7	9	6	7
media	3,0	3,4	2,8	3,0

LA VOCE DI ASSOBIRRA



Dalla seconda edizione del nostro Centro Informazione Birra, l'appuntamento ormai periodico con la fotografia sempre aggiornata del mondo birrario italiano, emerge chiaramente come la birra sia sempre più centrale all'interno della vita, e in questo caso anche delle vacanze degli italiani. E a prescindere dalla meta scelta, durante i viaggi gli italiani amano rilassarsi e godersi momenti conviviali all'insegna del buon cibo e della birra.

Dall'analisi di BVA Doxa, i nostri connazionali dichiarano di aver scelto anche quest'anno l'Italia per il proprio relax estivo, con una preferenza alle mete marittime, seguite dalla montagna, dalle città d'arte e dalla campagna.

Non manca però anche la voglia di fuggire all'estero, soprattutto tra i più giovani che scelgono di andare alla scoperta di nuovi Paesi, con una preferenza, anche in questo caso, per i litorali.

Siamo molto felici di notare però come le vacanze siano anche l'occasione per sperimentare nuovi sapori e nuovi accostamenti, venire

a conoscenza di culture locali, birre del territorio e arricchire così l'esperienza immergendosi nelle tradizioni dei luoghi vistati, o cimentarsi con piatti e abbinamenti.



Per dare qualche numero: il 73% degli intervistati ha dichiarato infatti di aver provato nuove birre durante gli ultimi viaggi. E per la maggior parte dei vacanzieri (88%), infatti, ogni meta turistica, con le sue birre tradizionali e i suoi birrifici artigianali, è un mondo tutto da scoprire, sia in patria che all'estero.

Inoltre, 9 intervistati su 10, dichiarano tra i momenti di consumo preferiti della birra i pasti e le occasioni di convivialità, anche in vacanza, un dato che rinnova come il prodotto sia a tutti gli effetti la bevanda da pasto per eccellenza.

Il nostro Centro Informazione Birra ha poi voluto accendere i riflettori proprio sugli accostamenti estivi legati alla birra. L'intramontabile connubio con la pizza rimane il più amato anche in viaggio, seguito dall'abbinamento con piatti estivi e freschi, oltre che leggeri, come primi piatti freddi, insalatone, panini o piadine, taglieri di salumi e formaggi e piatti caldi a base di pesce, e per il momento dell'aperitivo si prestano anche antipasti e stuzzichini.

L'estate si conferma dunque il periodo per eccellenza della birra, in primis per il consumo, che aumenta soprattutto al mare, e con una particolare preferenza al legame con il cibo e alla convivialità, quindi con i pasti come momenti prescelti dagli italiani per la sua degustazione. In questo contesto, la birra si posiziona perfettamente. Questa edizione del Centro Informazione Birra, infatti, restituisce una fotografia del sempre più stretto legame tra italiani e birra, una passione che cresce e si rafforza, legandosi a doppio filo a un insieme di valori in cui la birra è percepita versatile e bevanda da pasto per eccellenza, oltre che amata per il suo gusto inconfondibile e il suo sapore rinfrescante e irrinunciabile durante i momenti di relax e condivisione.

ANDREA BAGNOLINI
DIRETTORE GENERALE, ASSOBIRRA



TRE DOMANDE A...



**EUGENIO
SIGNORONI**

Beer Writer
e curatore
Guida Birre d'Italia
di Slow Food



©ClayWilliams

1.

Slow Food è impegnato a promuovere il diritto al piacere e a un cibo buono, pulito e giusto per tutti, come parte della ricerca della prosperità e della felicità per l'umanità attuale e futura e per l'intera rete del vivente.

In questo contesto siete stati tra i primi ad impegnarsi nel raccontare la birra e porre attenzione ai birrifici e alle degustazioni di birra, oltre a creare nel 2008 una guida interamente dedicata al prodotto. Che riscontro avete avuto e quali sono ad oggi le vostre priorità?

La birra è da sempre uno dei temi più importanti per Slow Food. Raccontare quanta cultura si celi dentro una pinta è da sempre una delle operazioni più interessanti e affascinanti. Prima con i Laboratori del Gusto, i Master of Food e con la pubblicazione di due testi fondamentali di Michael Jackson e poi con la guida Birre d'Italia siamo riusciti a portare la cultura della birra a un pubblico ampio fatto di semplici

curiosi che grazie a questi testi o corsi sono poi diventati appassionati.

Oggi la nostra priorità continua a essere quella di sempre divulgare in modo semplice e preciso un settore importante e interessante ma ancora troppo poco conosciuto e pervaso di false credenze e miti e raccontare la miriade di realtà che in Italia e all'estero fanno qualità e danno fiato a questo mondo.

2.

Un ruolo fondamentale all'interno del turismo enogastronomico lo gioca anche la birra, bevanda entrata a pieno titolo sulla tavola degli italiani. Avete avuto modo di riscontrare un'evoluzione del turismo legato alla birra nel tempo?

Certamente. Se quando abbiamo iniziato con la guida, nel 2008, pensare che ci fossero turisti interessati a spostarsi seguendo birrifici, tap room, pub era piuttosto impensabile oggi, invece, sono sempre di più coloro che scelgono dove andare proprio sulla base di questa tipologia di indirizzi. Se all'estero - penso in particolare al Belgio, alla Germania o agli Stati Uniti - questi viaggi sono una realtà consolidata da noi si tratta di un settore nuovo, ma da tenere d'occhio con grande attenzione.

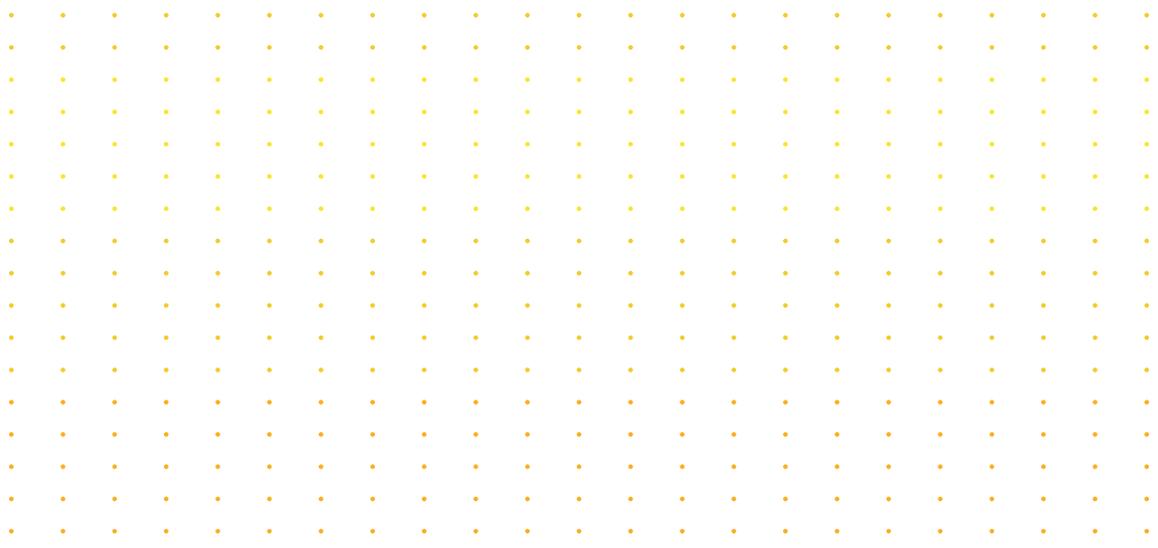
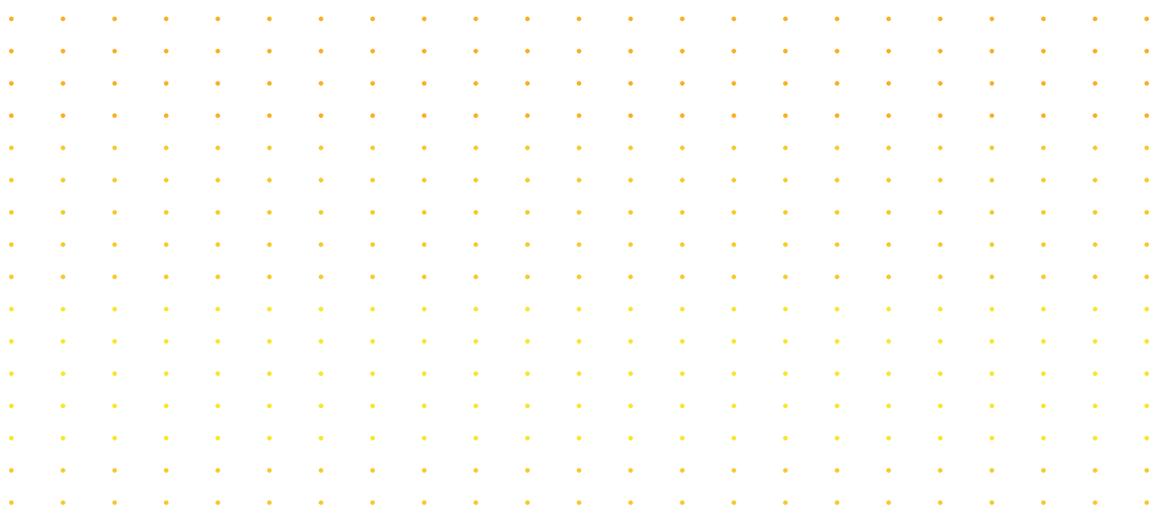
I birrifici che si stanno attrezzando per accogliere con sempre maggior cura i visitatori sono un numero sempre crescente, così come quelli che hanno costruito alleanze con altri artigiani d'eccellenza del proprio territorio, permettendo in questo al turista di conoscere, attraverso la birra, tutto ciò che di buono (e bello) un luogo sa mettere a disposizione.

3.

La cultura della birra in Italia si è evoluta ed è cresciuta molto negli ultimi anni, diventando simbolo di socialità e bevanda da pasto per eccellenza. Negli anni, infatti, si è andato sempre più ad affermare il concetto di food pairing, ovvero abbinamento tra diversi cibi, che oggi tiene conto anche delle bevande. In questa direzione, come si è evoluto il palato degli italiani e come hanno risposto osterie e ristoranti?

Non c'è dubbio che sul tema dell'abbinamento si siano fatti grandi passi avanti negli ultimi vent'anni e che abbinare la birra al cibo sia diventata una consuetudine sempre più diffusa. Però, su questo aspetto, c'è ancora tantissimo lavoro da fare. Credo sia una questione di cultura: in un Paese come il nostro che ha nel vino la sua bevanda andare in direzioni diverse è certamente complicato. Però, se si crede nelle possibilità offerte dalla birra nel campo dell'abbinamento (e vale la pena crederci)

qualche sforzo in più va fatto. Innanzitutto, da parte dei ristoratori, che devono credere maggiormente nella birra, studiandone le potenzialità (spesso superiori a quelle offerte dal vino a livello espressivo) o magari ripensando le loro carte: banalmente, fino a che la birra sarà messa al fondo della carta dei vini, insieme a passiti e distillati, difficilmente si invoglierà l'ospite a sceglierla. La mia proposta, a quei ristoratori che davvero credono in questo prodotto è di mettere le birre subito, davanti a qualsiasi altra proposta.





www.assobirra.it

