Comunicato stampa

Centro Informazione Birra (CIB) di AssoBirra

Birra che unisce: per 9 beer lover su 10 è una bevanda inclusiva

Il Centro Informazione Birra (CIB) di AssoBirra accende i riflettori sul tema "Diversity & Inclusion", caro a oltre 1 consumatore su 3.

Gen Z, Millennials e Gen X concordano sulla birra come collante sociale per promuovere l'inclusività, anche se c'è chi ancora la considera una bevanda più adatta agli uomini.

L'impegno della filiera birraria per una maggiore inclusività: la parola a Mathieu Schneider, Project Director dei Brewers of Europe, l'organizzazione più rappresentativa dei birrifici in Europa.

Milano, 22 novembre 2023 – Una bevanda sinonimo di tradizione e cultura, convivialità e relax, gusto e leggerezza, ma non solo: **la birra è considerata una "bevanda inclusiva" da 9 italiani su 10 perché adatta a tutti,** senza alcuna distinzione di genere, età, provenienza o stili di vita. Una concezione che si inserisce in un contesto, come quello attuale, nel quale la "Diversity & Inclusion" rappresenta un tema di crescente importanza per i consumatori, amanti della birra compresi.

Sono queste le principali evidenze emerse dalla più recente **indagine condotta da BVA Doxa per il Centro Informazione Birra (CIB) di AssoBirra**, la fotografia periodica sul mondo birrario italiano attraverso lo sguardo dei consumatori, dei principali player della filiera birraria e della stessa AssoBirra. Un'edizione che accende i riflettori sulle tematiche ***DEI* (*Diversity, Equity and Inclusion)*** analizzando il ruolo della birra e l'impegno della stessa filiera per una sempre maggiore inclusività, coinvolgendo **Mathieu Schneider, Project Director dei Brewers of Europe,** l'organizzazione che rappresenta gli interessi di oltre 10.000 birrifici europei.

DIVERSITÀ E INCLUSIONE: CONSUMATORI SEMPRE PIÙ ATTENTI

Dal CIB di AssoBirra emerge come il tema "Diversity & Inclusion" sia **conosciuto da quasi tutti i partecipanti all'indagine (87%)** e associato prevalentemente all'accettazione e alla valorizzazione delle differenze (39%), all'inclusione sociale (35%) e al riconoscimento dell'unicità individuale (19%). Tra i target, la Generazione Z è la più informata (93%), seguita dai Millennials. **Il 36% del campione dichiara di essere personalmente toccato** dalle tematiche *DEI* e, scendendo più nel dettaglio, la Gen Z lo è in misura maggiore rispetto agli altri (50%).

LA BIRRA, UNA BEVANDA INCLUSIVA: ECCO PERCHÉ

L'89% degli intervistati da BVA Doxa per AssoBirra considera la birra una bevanda inclusiva, un'opinione trasversale a tutte le fasce di età in quanto condivisa dalla Generazione Z, dai Millennials e dalla Gen X. Tra le motivazioni, in primis la sua **ampia reperibilità** in tutti i Paesi del mondo (87%), seguita dalla capacità di **creare un ambiente di socializzazione rilassato e aperto** (86%). Non è un caso che per il 36% dei rappresentanti della Gen Z e dei Millennials la birra sia infatti la bevanda della condivisione per eccellenza. Apprezzati particolarmente anche la **bassa gradazione alcolica** (82%) e il **rapporto qualità-prezzo** tra i più convenienti in assoluto (81%), che rendono la birra una

bevanda perfettamente adattabile a ogni contesto e stile di vita. Per circa il **60%** dei consumatori la birra si distingue, inoltre, come un elemento che rispecchia le tradizioni locali e **il cui consumo di ampie varietà diventa veicolo per sperimentare anche le diversità culturali**.

"La terza edizione del nostro CIB evidenzia tra gli altri un aspetto particolarmente innovativo intrinseco alla birra, una bevanda radicata nella tradizione e nel nostro patrimonio culturale, che si rivela essere anche una risorsa preziosa per affrontare le sfide emergenti nella società contemporanea, tra cui quelle legate a diversità e inclusione. La birra, in quanto elemento in grado di unire passato e futuro, diventa uno strumento per promuovere lo sviluppo sociale e l'integrazione" commenta **Andrea Bagnolini, Direttore Generale di AssoBirra**. *"I dati di questa ricerca confermano come per i consumatori, la birra rappresenti socializzazione e promozione della diversità, in grado di unire generazioni diverse e influenzare positivamente una varietà di pensieri naturalmente differenti: una qualità rara, su cui continuare ad investire per il progresso collettivo".*

ALCUNI PREGIUDIZI E GAP DA COLMARE

Le evidenze emerse dal CIB di AssoBirra sono tuttavia un punto di partenza e non di arrivo. Emergono infatti, ancora alcuni **pregiudizi,** ad esempio **nell'identificare il target a cui la birra sembra più adatta**: il **57%** degli intervistati la ritiene una bevanda che si addice **maggiormente agli uomini** e solo il **43%** pensa che sia **più adatta alle donne**. Un "gender gap" che si rafforza nella percezione da parte della **Gen X (58% vs 39%**) ma che coinvolge anche **Gen Z (55% vs 41%)** e **Millennials (59% vs 42%)**. Alcune differenze emergono anche per quanto concerne le **fasce di età**: per la Gen Z la birra è infatti più adatta agli individui dai 25 ai 44 anni, per Millenials e Gen X il target si allarga invece ai soggetti fino ai 54 anni.

L'IMPEGNO DELLA FILIERA

Rendere la filiera sempre più inclusiva è un percorso inevitabilmente subordinato all'impegno dei player del comparto. In questa direzione, sono diverse le iniziative che secondo gli intervistati le aziende e i produttori di birra potrebbero intraprendere. Tra queste, la più importante è **garantire un'informazione trasparente sui processi di produzione e sulla provenienza degli ingredienti**, dimostrando un impegno per la qualità e la responsabilità (**50%**). O ancora, **offrire una sempre più vasta gamma di birre** (senza glutine, a bassa gradazione alcolica, a basso contenuto di zuccheri) per rispondere a esigenze nutrizionali specifiche **(48%), così come porre impegno nella sostenibilità ambientale e sociale (44%)**, proporre **programmi educativi** sulla birra e sul processo di produzione per sensibilizzare i consumatori sulla varietà di birre e sulle tradizioni birrarie di tutto il mondo (39%), organizzare **eventi e serate tematiche dedicate al tema della diversità (38%)**.

LA PAROLA ALL'ESPERTO

La sensibilità crescente degli amanti della birra verso le tematiche *DEI* permea sempre più l'intera industria a livello europeo, grazie anche e soprattutto all**'impegno concreto e decennale messo in campo in questa direzione dai Brewers of Europe,** l'organizzazione più rappresentativa dell'industria birraria in Europa, portavoce degli interessi comuni di oltre 10.000 birrifici e il cui scopo è quello di promuovere il ruolo positivo della birra e del settore birrario in Europa.

A fare il punto sui principali traguardi e obiettivi futuri della filiera birraria europea in materia di "Diversity & Inclusion" è **Mathieu Schneider, Project Director dei Brewers of Europe**: *"La diversità è uno dei punti di forza della birra, che si riflette nella vasta gamma di ingredienti e processi di produzione. Nessun'altra bevanda alcolica offre una tale varietà di scelte: riflettere questa peculiarità attraverso politiche DEI rispettose favorisce l'inclusione e l'apprezzamento della birra da parte di un*

pubblico più ampio, promuovendo di conseguenza socializzazione e benessere. Per l'industria birraria, la DEI diventa un acceleratore di crescita e di benessere per la birra, i birrifici e le persone".
E, **approfondendo progetti e iniziative nel concreto, racconta**: "*Un esempio è l'iniziativa 'Proud to be Clear', un impegno lanciato nel 2015 e che in meno di tre anni ha portato a risultati notevoli: nell'ottobre 2022, infatti, circa il 95% delle birre vendute in lattina e in bottiglia riportavano gli ingredienti nelle etichette e l'88% di queste anche indicazioni sull'energia utilizzata, in conformità con la normativa europea. I Brewers of Europe hanno inoltre mobilitato tutto il settore con iniziative che hanno coinvolto esperti in seminari e conferenze, oltre ad aver sviluppato una piattaforma web pensata come hub per raccogliere le pratiche più significative adottate dai produttori di birra europei e dai partner della filiera. Le tematiche DEI continueranno ad essere una priorità e saranno infatti un punto centrale dei nostri prossimi eventi di punta, come il Congresso EBC e il Brewers Forum 2024".*

A conclusione, **Andrea Bagnolini** commenta: *"AssoBirra è fortemente impegnata a promuovere la diversità e l'inclusione nella filiera birraria italiana, seguendo la strada tracciata dai Brewers of Europe. Crediamo, infatti, nell'importanza di un settore sempre più inclusivo, in cui la diversità sia un valore accolto e condiviso. Le aziende associate hanno da anni fatto proprio questo impegno, operando a livello sistematico a 360 gradi, mentre come Associazione abbiamo creato nell'ultimo anno un gruppo di lavoro dedicato a queste tematiche, con l'obiettivo di ragionare insieme su azioni concrete da mettere in campo per promuovere un settore sempre più aperto, equo ed inclusivo".*

****

La versione integrale del CIB è disponibile al seguente link:

Commentato [1]: aggiornare

Il **Centro Informazione Birra (CIB)** di AssoBirra è l'istantanea che con cadenza periodica accende i riflettori sui cambiamenti in atto nel mondo birrario italiano attraverso lo sguardo dei consumatori intervistati da BVA Doxa, dei principali player della filiera birraria e della stessa AssoBirra.

Nota metodologica: l'indagine è stata condotta da BVA Doxa per AssoBirra tramite interviste CAWI dal 10/10/2023 al 19/10/2023 su un campione di 600 individui di età compresa tra i 18 e i 65 anni.

Per ulteriori informazioni, contattare:

CONNEXIA
Ufficio stampa AssoBirra
assobirra-pr@connexia.retexspa.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 92% della produzione di birra nazionale, rappresentano il 72% di birra immessa al consumo nel nostro Paese, dando lavoro direttamente e con l'indotto a circa 118.000 persone. Rappresenta la casa della birra italiana all'interno di Confindustria, riunendo 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.