



CENTRO INFORMAZIONE BIRRA

**2024**

I EDIZIONE



# PREMESSA

Nei primi mesi del 2024 si sta delineando uno scenario in cui gli italiani tendono a vivere con maggiore intensità l'oggi e il presente, mettendo momentaneamente da parte il futuro.

Questo porta a godere del tempo passato assieme ai propri affetti, amici e familiari, in un luogo che torna ad essere centrale: la casa, spazio destinato alla convivialità, specialmente attorno a un tavolo con buon cibo.

Si tende dunque a preferire uno stile di vita equilibrato alla fast life, sotto molteplici punti di vista.

Ed è in questo scenario che si inserisce anche la birra, specialmente quella low/no alcol, che viene scelta sia per il suo buon equilibrio nutrizionale e per la bassa gradazione alcolica che permette un consumo più spensierato, sia per il suo gusto piacevole, molto simile alla birra tradizionale.

# 2024

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

Qual è lo scenario di questi primi mesi del 2024?  
Come li stanno vivendo gli italiani?

---

## 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



# 2024, ANNO DELLA (S)LOW LIFE

Reduci da un anno difficile, tra il nuovo scenario della guerra israelo-palestinese, le catastrofi climatiche e la concreta perdita di potere di acquisto, gli italiani sono come in pausa.

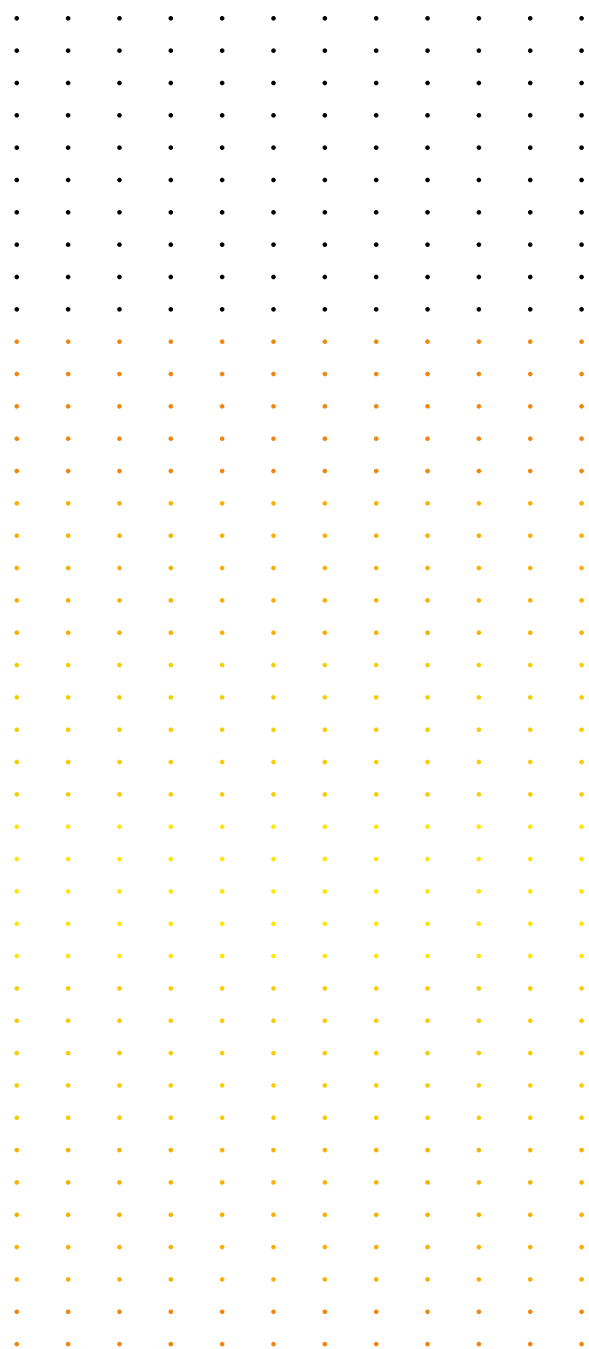
A forza di rinvii e di rinunce, ci si accontenta di una vita fatta di piccole cose: si mette momentaneamente da parte il futuro, i grandi progetti e le occasioni di svolta della vita per dedicarsi in maniera più concreta all'oggi e al presente.

48%

Degli italiani rinvia alcune spese programmate

30%

Degli italiani vorrebbe cambiare lavoro, ma già sa che non può farlo



## CI SI FOCALIZZA SU AFFETTI E BENESSERE

Questo porta a vivere in modo più sereno e a focalizzarsi maggiormente su ciò che ad oggi è davvero importante per gli italiani: gli affetti e il proprio benessere.

Da un lato, si cerca infatti di dedicare più tempo a famiglia, amici, alle relazioni personali e alla vita sociale. Dall'altro, aumenta l'attenzione per salvaguardare il proprio benessere, sia fisico che mentale ed emotivo.

33%

Del campione inizierà  
il 2024 con serenità

80%

Prova maggiore speranza  
e fiducia negli affetti,  
focalizzandosi sulla propria  
vita sociale e sulle relazioni

# LA CASA TORNA AD ESSERE UN LUOGO DI GRANDE VALORE

Un luogo che permette di vivere tutto questo al meglio è la propria casa, che torna a essere un luogo da vivere appieno.

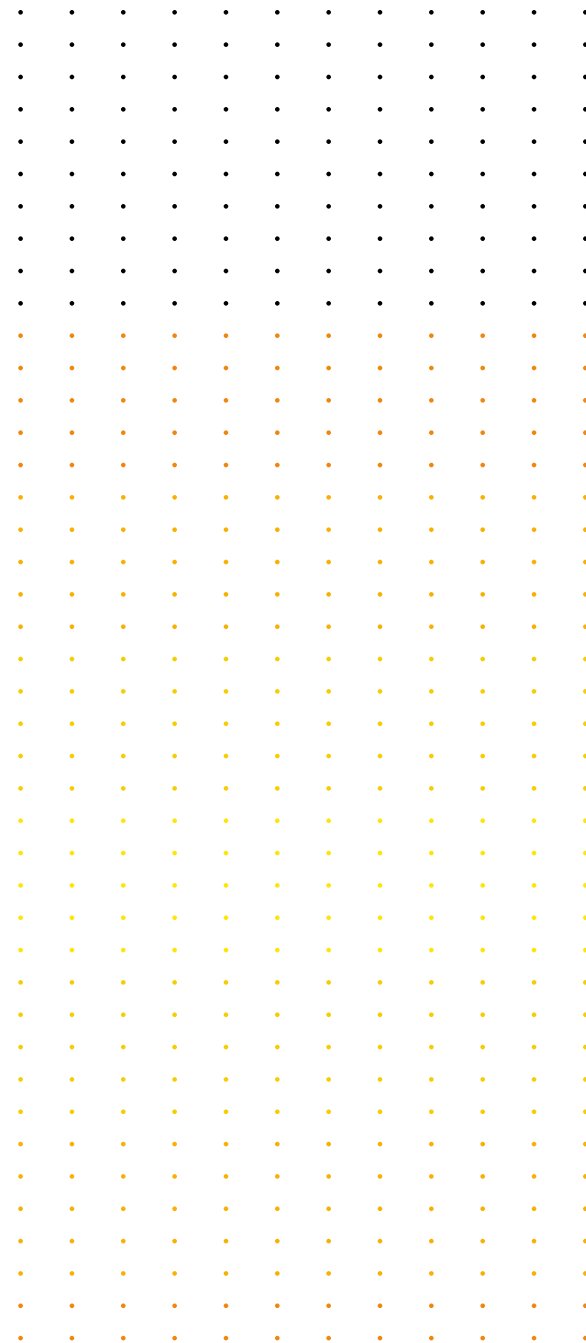
L'ambiente domestico diventa uno spazio dedicato alla convivialità e a trascorrere più tempo con i propri affetti. In particolar modo, la cucina funge da collante e da luogo in cui sperimentare tutti assieme nuovi gusti, cibi e sapori.

# 31%

Degli italiani intende aumentare il tempo dedicato a cucinare in casa

# 25%

Intende sperimentare nuove tecniche di preparazione di cibo in cucina



## PREVALE LA SCELTA DI CIBO BUONO ED EQUILIBRATO

Gli italiani tenderanno infatti nel corso di quest'anno a frequentare meno ristoranti, fast food e punti ristoro in centri commerciali o outlet, a favore di un buon piatto cucinato a casa.

La qualità del cibo continua a essere il primo driver nella scelta di acquisto dei prodotti alimentari, con un occhio rivolto anche alla bontà, alla semplicità e alla tradizionalità.

**66%** È la percentuale di occupati in Italia nel 2023

**45%** Degli italiani indica il rapporto qualità-prezzo come il principale driver di acquisto di cibo



# UNA VITA ALL'INSEGNA DELL'EQUILIBRIO

Cresce dunque il desiderio di vivere uno stile di vita equilibrato, sotto molteplici punti di vista.

Abbiamo visto nel food, come si preferisce una cucina domestica alla fast life.

Ci si prende maggiormente cura di sé, vivendo con più intensità i propri hobby e passioni.

E si cerca di ritagliarsi del tempo off, per dedicarsi a tecniche di rilassamento e di meditazione, ancora meglio se a contatto con la natura.

25%

Farà più sport e attività fisica, mentre il 17% adotterà maggiormente tecniche di rilassamento e meditazione

31%

Degli italiani farà più escursioni nella natura nel proprio tempo libero

# LA RICERCA

## ABITUDINI DI CONSUMO DELLA BIRRA

W1/2024



[WWW.BVA-DOXA.COM](http://WWW.BVA-DOXA.COM)  
Copyright © BVA-Doxa

MILANO, 15 APRILE 2024



CENTRO INFORMAZIONE BIRRA

**2024**

I EDIZIONE

# SCHEDA DELLA RICERCA

---

## DISEGNO DI RICERCA

Interviste Online: CAWI  
(Computer Assisted Web Interview)  
Questionario strutturato  
della durata di 10-12 minuti

---

## CAMPIONE E LETTURA DATI

**Totale campione** = 602 casi  
**Generazione Z** - dai 18 ai 27 anni = 194  
**Millennials** - dai 28 ai 42 anni = 266  
**Generazione X** - dai 43 ai 57 anni = 229

---

## TARGET E PRINCIPALI QUOTE

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.  
Lettura per i seguenti target:  
**Generazione Z** - dai 18 ai 27 anni  
**Millennials** - dai 28 ai 42 anni  
**Generazione X** - dai 43 ai 57 anni

---

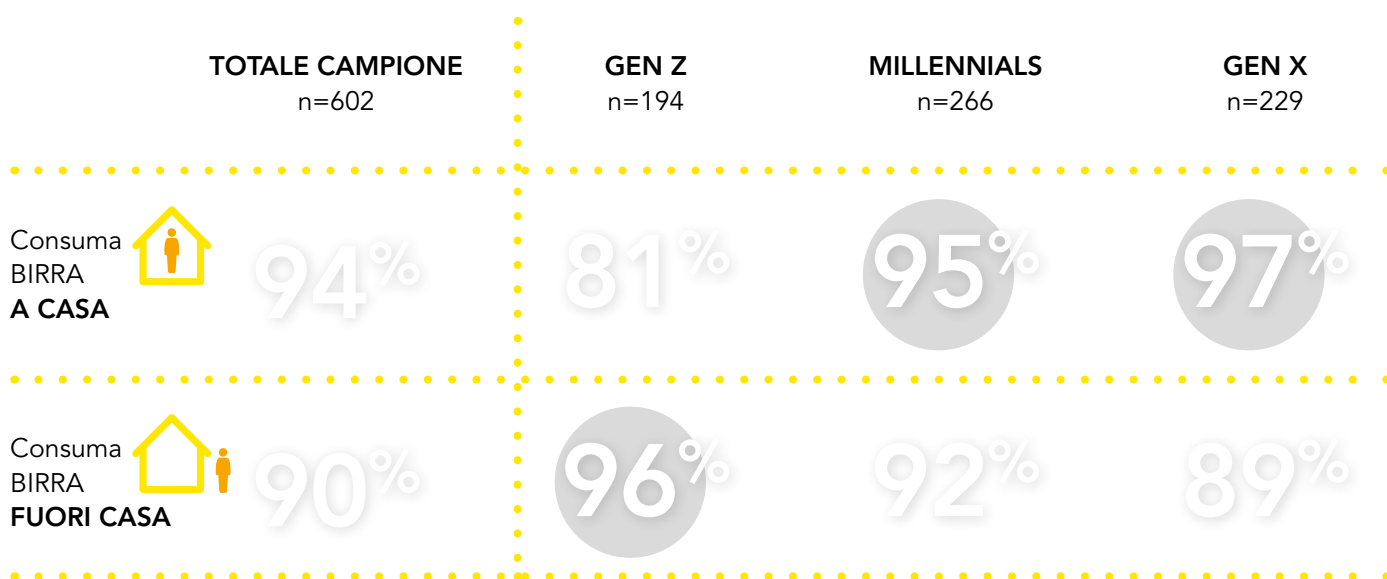
# PROFILO DEL CAMPIONE

	TOTALE CAMPIONE
<b>GENERE</b>	n=602
Uomo	50
Donna	50
<b>ETÀ</b>	
18-24 anni	8
25-34 anni	18
35-44 anni	25
45-54 anni	28
55-64 anni	21
<b>AREA GEOGRAFICA</b>	
Nord Ovest	25
Nord Est	19
Centro	20
Sud e isole	35
<b>AMPIEZZA CENTRO</b>	
Meno di 10 mila abitanti	29
10-30 mila abitanti	18
30-100 mila abitanti	9
100-250 mila abitanti	13
Oltre 250 mila abitanti	8
Tra 100.000 e 250.000 abitanti	-
Più di 250.000 abitanti	-
<b>TITOLO DI STUDIO</b>	n=600
Laurea o superiore	43
Scuola media superiore	50
Scuola media inferiore	7
Scuola elementare	-
Nessun titolo	-



# ATTUALE CONSUMO DELLA BIRRA

## Fase Aprile 2024



% Values - Base: total respondents

D1. Attualmente, consumi birra, a casa e fuori casa?

# FREQUENZA CONSUMO DELLA BIRRA A CASA E FUORI - Fase Aprile 2024

A  
CASA



TOTALE  
n=567

GEN Z  
n=194

MILLENNIALS  
n=266

GEN X  
n=229

94% 81% 95% 97%

FUORI  
CASA



TOTALE  
n=544

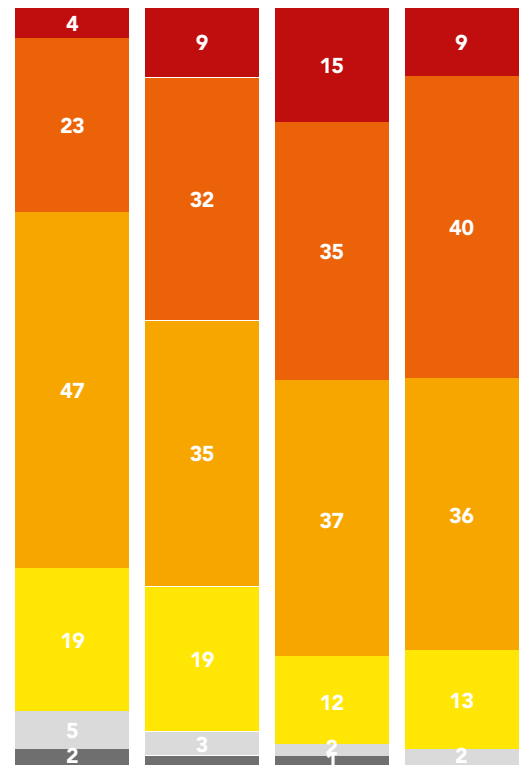
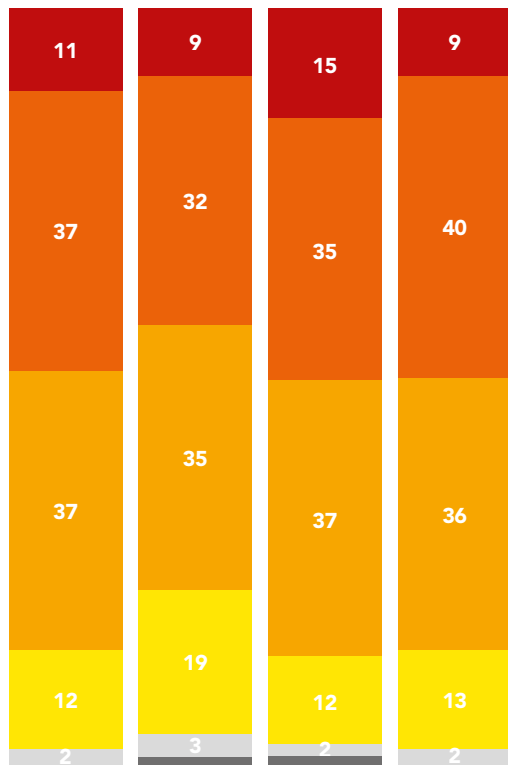
GEN Z  
n=194

MILLENNIALS  
n=266

GEN X  
n=229

90% 96% 92% 89%

- Tutti i giorni o quasi
- 2-3 volte la settimana
- 1 volta la settimana
- 2-3 volte al mese
- 1 volta al mese
- Meno spesso



MEDIA  
SETTIMANALE

2,2

1,94

2,4

2,1

1,5

1,9

2,4

2,1

% Values - Base: total respondents

D2. Con quale frequenza consumi birra, a casa e fuori?

# FREQUENZA DI CONSUMO DELLA BIRRA A CASA E FUORI

## Trend - Fase Aprile 2024

A  
CASAFUORI  
CASA

	W1	W2	W1	W1	W3	W1	W1	W2	W1	W1	W3	W3
	Mar '21	Lug '21	Giu '22	Apr '23	Ott '23	Mar '24	Mar '21	Lug '21	Giu '22	Apr '23	Ott '23	Ott '23
BASE	515	550	600	600	600	567	515	550	600	600	600	544
<b>Si consuma BIRRA</b>	<b>98%</b>	<b>93%</b>	<b>94%</b>	<b>95%</b>	<b>94%</b>	<b>94%</b>	<b>73%</b>	<b>88%</b>	<b>93%</b>	<b>86%</b>	<b>90%</b>	<b>90%</b>
Tutti i giorni o quasi	13	13	13	11	15	11	3	5	4	5	6	4
2-3 volte la settimana	44	40	37	38	38	37	19	31	23	30	26	23
1 volta la settimana	31	31	33	37	31	37	30	38	42	44	42	47
2-3 volte al mese	9	9	10	10	12	12	16	13	17	16	20	19
1 volta al mese	2	2	3	3	3	2	10	3	8	5	5	5
Meno spesso	-	5	4	1	1	-	22	9	7	1	1	2
<b>MEDIA SETTIMANALE</b>	<b>2,4</b>	<b>2,3</b>	<b>2,3</b>	<b>2,2</b>	<b>2,4</b>	<b>2,2</b>	<b>1,1</b>	<b>1,6</b>	<b>1,4</b>	<b>1,7</b>	<b>1,7</b>	<b>1,5</b>

% Values - Base: total respondents

D2. Con quale frequenza consumi birra, a casa e fuori?



# MOMENTI DI CONSUMO DELLA BIRRA A CASA E FUORI - Fase Aprile 2024 Trend

	TOTALE	GEN Z	MILLENNIALS	GEN X	TOTALE	GEN Z	MILLENNIALS	GEN X
BASE	567	63	75	222	538	156	223	217
Durante la cena	75	63	75	82	67	52	64	73
Principalmente durante il pranzo	25	25	23	25	12	9	13	10
Dopo cena	25	29	31	22	26	32	35	21
Nel pomeriggio durante una pausa	10	15	13	7	17	19	17	17
Durante l'aperitivo	8	19	12	5	21	28	27	18

% Values - Base: total respondents

D3. E in particolare, in quali momenti consumi birra, a casa e fuori?

# DRIVER DI SCELTA DELLA BIRRA CARATTERISTICHE ORGANOLETTICHE

Il sapore distintivo, che unisce gusto e appagamento, è il principale driver di scelta della birra, seguito dall'abbinamento al cibo per una migliore esperienza culinaria.

	TOTALE	GEN Z	MILLENNIALS	GEN X
BASE	602	172	240	243
Ha un sapore appagante	55	42	56	55
Ha un sapore inconfondibile	46	36	45	52
Abbinata ai cibi migliora l'esperienza culinaria	38	34	33	44
È una bevanda con ingredienti semplici e naturali	35	30	28	42
Ha una bassa gradazione alcolica	30	25	27	33
Si può bere in qualunque momento della giornata	27	25	26	31
È disponibile in formati che consentono un consumo moderato	25	25	23	28
È una bevanda leggera	23	21	22	24
Contiene ingredienti di qualità	23	20	20	30
Ha un aspetto invitante	23	21	23	25
È una bevanda adatta a tutti	21	21	20	24
È una bevanda digeribile	19	16	18	19
È senza conservanti né coloranti	16	15	14	17

% Values - Base: total respondents

D4. Quali caratteristiche, tra queste, sono importanti per te nella scelta della birra? (multipla)

# DRIVER PIÙ IMPORTANTE NELLA SCELTA DELLA BIRRA CARATTERISTICHE ORGANOLETTICHE

I driver più importanti sono: sapore unico, appagante e inconfondibile.

	TOTALE	GEN Z	MILLENNIALS	GEN X
BASE	602	194	266	229
Ha un sapore appagante	28	22	32	24
Ha un sapore inconfondibile	14	9	16	15
È una bevanda fatta con ingredienti semplici e naturali	12	13	8	14
Si può bere in qualunque momento della giornata	9	9	8	11
Ha una bassa gradazione alcolica	7	7	7	5
È disponibile in formati che consentono un consumo moderato	6	9	5	7
Abbinata ai cibi migliora l'esperienza culinaria	6	8	5	5
Contiene ingredienti di qualità	5	3	5	4
È una bevanda leggera	4	7	5	3
È una bevanda adatta a tutti	3	5	3	3
È una bevanda digeribile	2	3	4	3
È senza conservanti né coloranti	3	3	2	3
Ha un colore invitante	2	2	2	-

20% o più

Da 10% a 19%

Da 5% a 9%

Sotto 5%

% Values - Base: total respondents

D5. E qual è la caratteristica più importante per te? (singola)

# CARATTERISTICHE ASSOCIATE ALLA BIRRA

Le caratteristiche più importanti e distintive della birra sono le numerose varietà a disposizione, la lunga tradizione in gran parte del mondo e un elemento altrettanto importante come il prezzo accessibile.

## Caratteristiche più importanti

20% o più

Da 10% a 19%

Da 5% a 9%

Sotto 5%

	TOTALE	GEN Z	MILLENNIALS	GEN X
BASE	602	194	266	229
È disponibile in numerose varietà (chiara, scura, alta o bassa fermentazione...)	61 26	53 25	53 21	66 28
Ha una lunga tradizione in molti paesi del mondo	50 15	41 11	43 17	58 15
Ha un prezzo accessibile	44 5	41 8	45 9	46 3
Ha un buon rapporto qualità prezzo	41 6	36 5	41 9	47 5
Offre una vasta gamma di gusti	38 10	31 5	36 12	45 11
È, tra tutte le bevande, icona della socialità	35 13	36 18	36 13	38 13
È disponibile anche nella varietà low alcol, no alcol	35 5	39 5	32 4	32 6
È un prodotto di cui mi fido	30 4	29 6	27 6	32 3
È prodotta con materie prime di alta qualità	26 7	27 7	20 4	32 9
Viene prodotta con processi controllati e sicuri	24 4	22 6	20 2	28 4
La sua confezione è riciclabile	18 1	16 -	20 2	17 1
Le materie prime utilizzate sono certificate	15 2	14 4	13 2	16 1

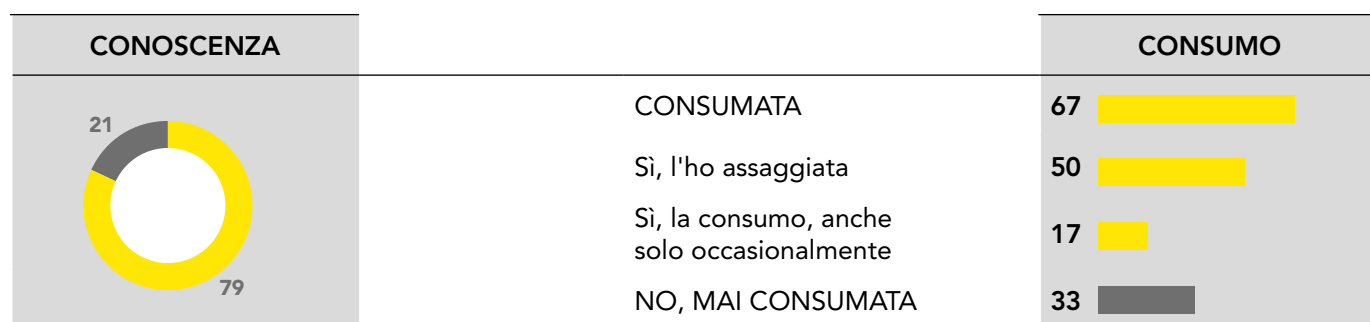
% Values - Base: total respondents

D6. Ecco una lista di affermazioni usate per descrivere la birra, secondo te, quali di queste affermazioni sono attribuibili alla birra? / D7. E qual è l'affermazione che ritieni più adatta?

# CONOSCENZA E CONSUMO BIRRA LOW/NO ALCOL

La birra low/no alcol è conosciuta dall'80% dei consumatori di birra ed è stata consumata da oltre il 60%.

Tra i target, i maggiori consumatori appartengono alla Gen X.



	Gen Z 194	Millennials 266	Gen X 229
CONOSCE LA BIRRA LOW/NO ALCOL	79	80	79
L'ho consumata	62	65	69
Sì, l'ho assaggiata	45	50	51
Sì, la consumo, anche solo occasionalmente	17	15	18
MAI CONSUMATA	38	35	31

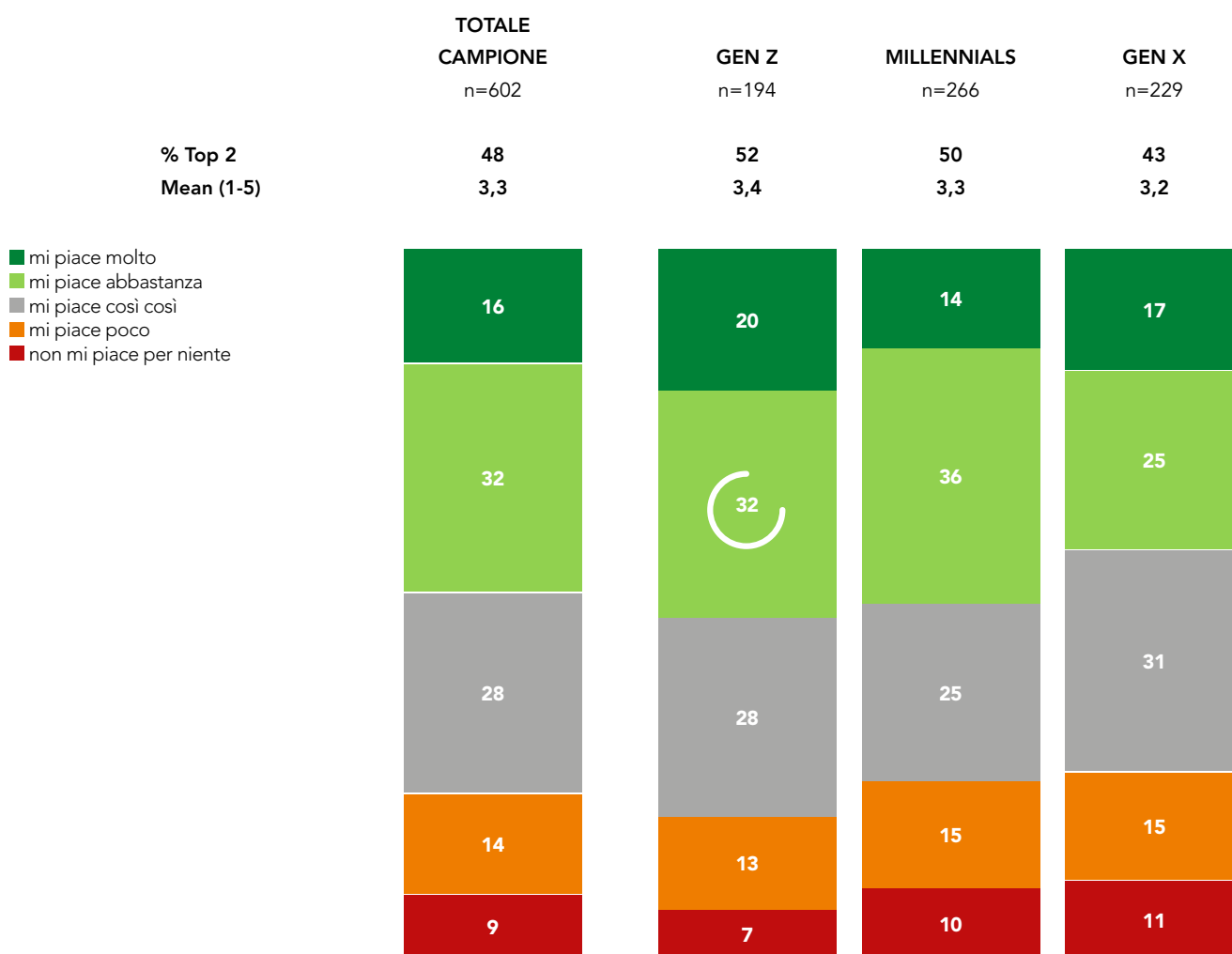
% Values - Base: total respondents

D9. Conosci la birra 'low alcol' e 'no alcol'?

D10. Hai mai consumato birra low alcol, cioè a basso tenore alcolico, e no alcol, priva di tenore alcolico?

# GRADIMENTO BIRRA LOW/NO ALCOL

Piace ad un consumatore su 2, Gen Z e Millennials la amano più della Gen X.



































% Values - Base: total respondents

D11. Come valuti /quanto ti piace l'idea di una birra a basso tenore alcolico (low alcol) o completamente priva di tenore alcolico (no alcol)?

## ASPETTI GRADITI DELLA BIRRA LOW/NO ALCOL

Gli aspetti più graditi della birra low/no alcol sono il poterla bere senza avere gli effetti dell'alcol, il sapore come la birra tradizionale ma senza alcol e, quindi, poterla bere in quantità.

	TOTALE CAMPIONE	GEN Z	MILLENNIALS	GEN X
BASE	602	194	266	229
Posso bere la birra in compagnia senza gli effetti dell'alcol	28 	27 	24 	31 
Ha lo stesso sapore della birra alcolica/classica, ma è senza alcol	17 	23 	16 	14 
Ne posso bere quanta ne voglio	16 	15 	14 	16 
È leggera e digeribile	16 	16 	17 	17 
È dissetante	11 	9 	15 	7 
Ha un buon sapore	8 	6 	9 	4 
Niente/non mi piace	3 	1 	3 	5 
Non so (non l'ho mai bevuta)	2 	2 	4 	4 

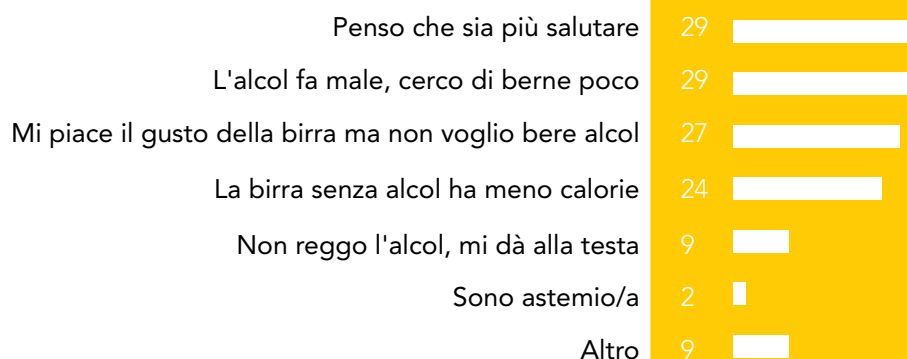
% Values - Base: total respondents

D12. Cosa ti piace di più della birra a basso tenore alcolico (low alcol) o priva di tenore alcolico (no alcol)?

## DRIVER DI SCELTA DELLA BIRRA LOW/NO ALCOL

I driver di scelta della birra low/now alcol, comuni a User e non User, sono la convinzione che sia più salutare, la scelta di bere l'alcol con moderazione, il gusto piacevole e un ridotto apporto di calorie.

### User BIRRA LOW/NO Alcol n=405



### NON User BIRRA LOW/NO Alcol n=197



% Values - Base: total respondents

D13. Quali sono le ragioni principali per cui scegli la a basso tenore alcolico (low alcol) o completamente priva di tenore alcolico (no alcol)?

D14. Quali aspetti ti farebbero scegliere la birra a basso tenore alcolico (low alcol) o completamente priva di tenore alcolico (no alcol) rispetto a quella tradizionale?



# DRIVER DI SCELTA DELLA BIRRA LOW/NO ALCOL

	USER BIRRA LOW/NO ALCOL			NON USER BIRRA LOW/NO ALCOL		
	GEN Z n=120	MILLENNIALS n=173	GEN X n=157	GEN Z n=74	MILLENNIALS n=93	GEN X n=72
L'alcol fa male, cerco di berne poco	33	31	-	30	31	36
Penso che sia più salutare	31	30	38	27	26	26
Mi piace il gusto della birra ma non voglio bere alcol	28	25	29	22	25	21
La birra senza alcol ha meno calorie	23	22	25	23	34	17
Non reggo l'alcol, mi dà alla testa	10	9	22	-	-	-
Sono astemio/a	5	3	21	7	3	4
Altro	4	10	11	-	-	-
Nessuno di questi	-	-	6	1	3	11

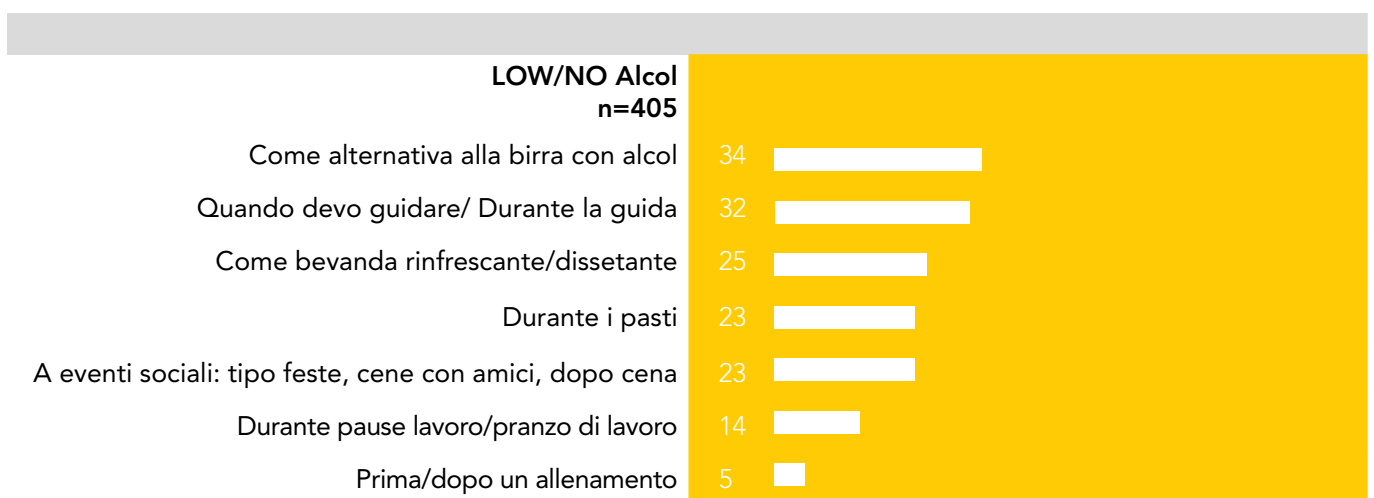
% Values - Base: total respondents

D13. Quali sono le ragioni principali per cui scegli la a basso tenore alcolico (low alcol) o completamente priva di tenore alcolico (no alcol)? D14. Quali aspetti ti farebbero scegliere la birra a basso tenore alcolico (low alcol) o completamente priva di tenore alcolico (no alcol) rispetto a quella tradizionale?

## OCCASIONI DI CONSUMO DELLA BIRRA LOW/NO ALCOL

Un terzo degli User di birra low/no alcol la beve in alternativa alla birra tradizionale e quando deve guidare, per 1 User su 4 è una bevanda rinfrescante, da bere durante i pasti e durante le occasioni sociali.

1 non User su 3 la consumerebbe quando sa di dover guidare, seguono le occasioni come alternativa alla birra tradizionale, durante i pasti.



% Values - Base: total respondents

D15. In che occasioni solitamente consumi birra low/no alcol?

D16. In che occasioni consumeresti birra low/no alcol?

# OCCASIONI DI CONSUMO DELLA BIRRA LOW/NO ALCOL

	USER BIRRA LOW/NO ALCOL			NON USER BIRRA LOW/NO ALCOL		
	GEN Z n=120	MILLENNIALS n=173	GEN X n=157	GEN Z n=74	MILLENNIALS n=93	GEN X n=72
<b>INDICA ALMENO UN'OCCASIONE</b>	-	-	-	97	95	88
Come alternativa alla birra con alcol	38	33	38	23	29	29
Quando devo guidare / Durante la guida	36	34	29	38	30	44
Come bevanda rinfrescante /dissetante	27	29	25	19	29	17
A eventi sociali: tipo feste, cene con amici, dopo cena	24	20	22	19	19	15
Durante i pasti	19	27	21	19	24	29
Durante pause lavoro /pranzo di lavoro	10	17	11	15	23	11
Prima/dopo un allenamento sportivo	8	3	6	7	3	1
In nessuna occasione / Non la consumerei	-	-	-	3	5	12

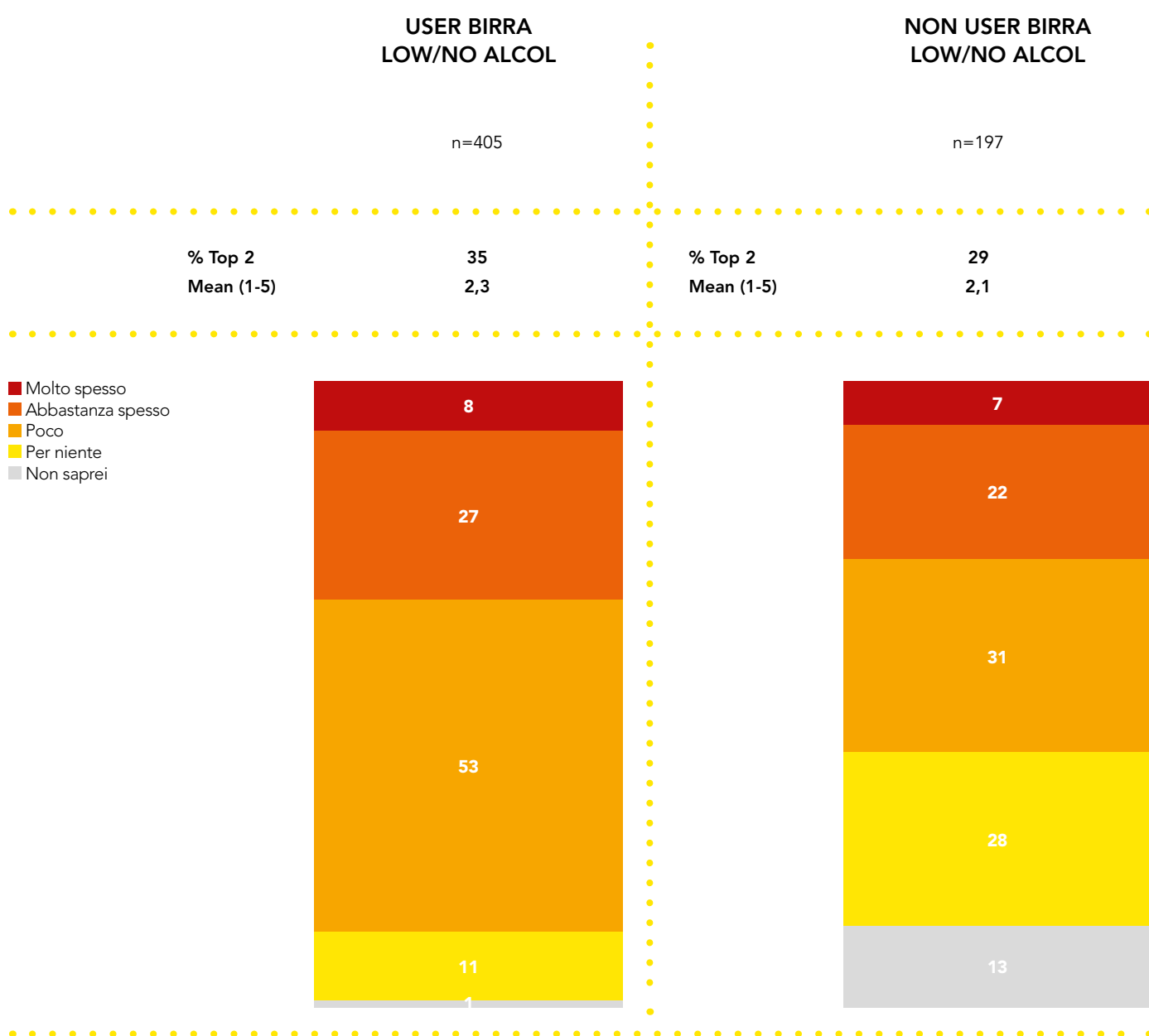
% Values - Base: total respondents

D15. In che occasioni solitamente consumi birra low/no alcol?

D16. In che occasioni consumeresti birra low/no alcol?

# FREQUENZA DI SCELTA DELLA BIRRA LOW/NO ALCOL RISPETTO ALLA BIRRA TRADIZIONALE 1/

Circa un terzo degli User di birra low/no alcol la consuma spesso; tra i non User uno su tre la consumerebbe spesso ma ci sono altrettanti rejector.



% Values - Base: total respondents

D17. Quanto spesso scegli la birra low/no alcol rispetto a quella tradizionale?

D18. Quanto spesso sceglieresti la birra low/no alcol rispetto a quella tradizionale?

# FREQUENZA DI SCELTA DELLA BIRRA LOW/NO ALCOL RISPETTO ALLA BIRRA TRADIZIONALE 2/

Anche tra i target si registrano gli stessi valori, un terzo degli User la beve spesso, tra i non User un terzo la berrebbe spesso ma un altro terzo si dichiara rejector.

## BIRRA LOW/NO ALCOL

## BIRRA LOW/NO ALCOL

GEN Z n=120 MILLENNIALS n=173 GEN X n=157

GEN Z n=74 MILLENNIALS n=93 GEN X n=72

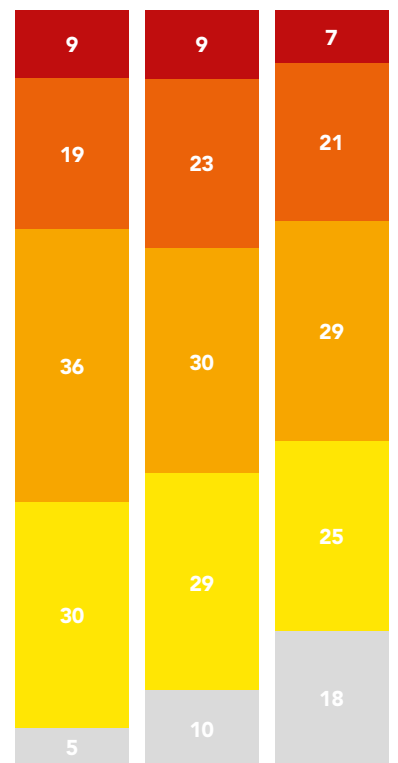
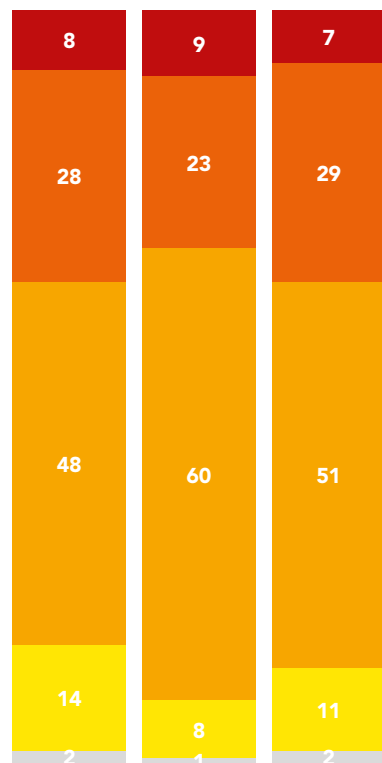
% Top 2  
Mean (1-5)

36 31 36  
2,3 2,3 2,3

% Top 2  
Mean (1-5)

28 31 28  
2,1 2,1 2,1

- Molto spesso
- Abbastanza spesso
- Poco
- Per niente
- Non saprei



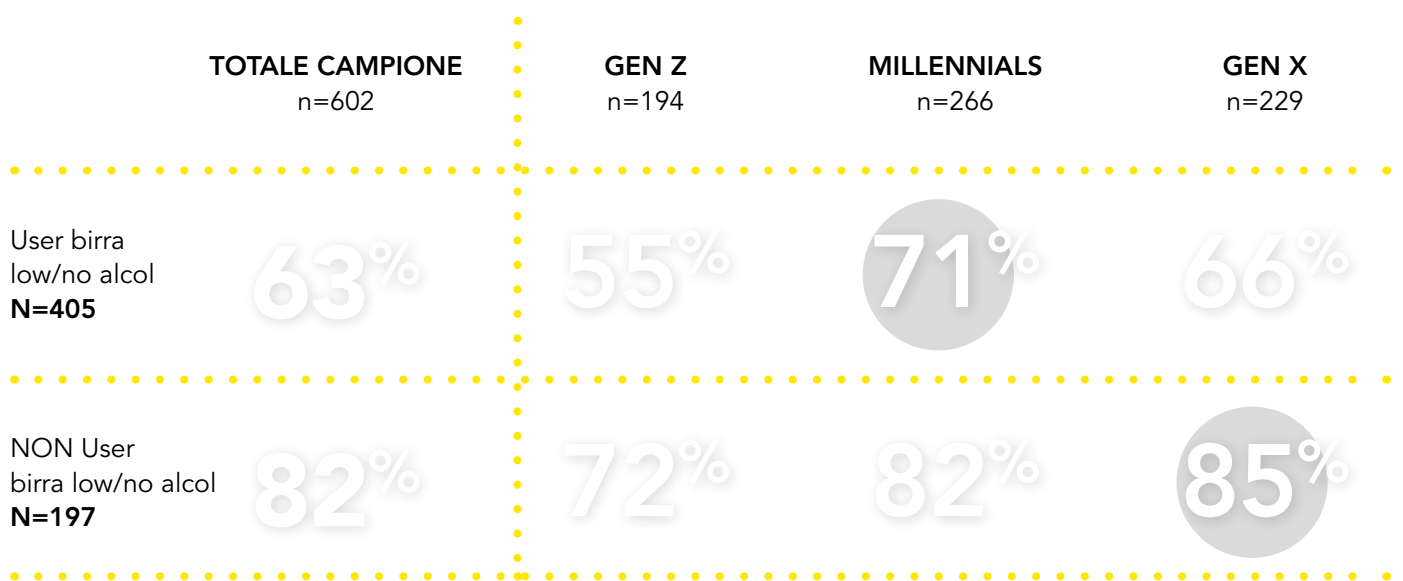
% Values - Base: total respondents

D17. Quanto spesso scegli la birra low/no alcol rispetto a quella tradizionale?

D18. Quanto spesso sceglieresti la birra low/no alcol rispetto a quella tradizionale?

## DIFFERENZE DI GUSTO TRA LA BIRRA LOW/NO ALCOL E LA BIRRA TRADIZIONALE - % DI SÌ

Oltre la metà degli User di birra low/no alcol dichiara di notare differenza di gusto con la birra tradizionale, per i Millennials le differenze sono maggiori; mentre tra i non User, pur non avendola mai consumata, oltre l'80% ha il preconcetto che la birra low/no alcol abbia un gusto diverso da quella tradizionale. Tra i target, i Millennials hanno la maggior preclusione.



% Values - Base: total respondents

D19. Hai notato differenze di gusto tra la birra low/no alcol e quella tradizionale?

D20. Pensi ci siano differenze tra la birra senza low/no alcol e quella tradizionale?

# DIFFERENZE DI GUSTO TRA LA BIRRA LOW/NO ALCOL E LA BIRRA TRADIZIONALE 1/

La differenza tra birra low/no alcol e birra tradizionale attiene al gusto, in particolare all'aspetto della maggiore leggerezza della birra low/no alcol, a cui si aggiunge un generico 'diverso sapore' indicato maggiormente dai Non Users, seguito da un sapore 'meno alcolico'.

	User birra low/no alcol	NON User birra low/no alcol
BASE	256	161
<b>ALMENO UNA RISPOSTA</b>	<b>95</b>	<b>77</b>
<b>SAPORE</b>	<b>73</b>	<b>64</b>
La delicatezza del sapore (la birra low/no alcol ha gusto più delicato/leggero)	27	24
Il gusto/il sapore è diverso	12	17
La birra low/no alcol non ha un sapore piacevole/appagante	9	4
L'intensità del sapore (la birra low/no alcol ha un sapore più intenso, deciso)	2	1
La birra low/no alcol ha un sapore meno alcolico	2	11
La birra low/no alcol è meno aromatica	2	-
La birra low/no alcol è più fruttata	2	-
La birra low/no alcol non sa di birra	2	-
La birra low/no alcol ha meno sapore di luppolo/malto	2	-
<b>Dolcezza maggiore della birra low /no alcol</b>	<b>5</b>	<b>2</b>
<b>Amarezza</b>	<b>5</b>	<b>4</b>
La birra low/no alcol è meno amara	3	3
La birra low/no alcol è più amara	2	1
<b>Retrogusto diverso</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

% Values - Base: total respondents  
D21a. Quali sono le differenze di gusto?

# DIFFERENZE DI GUSTO TRA LA BIRRA LOW/NO ALCOL E LA BIRRA TRADIZIONALE 2/

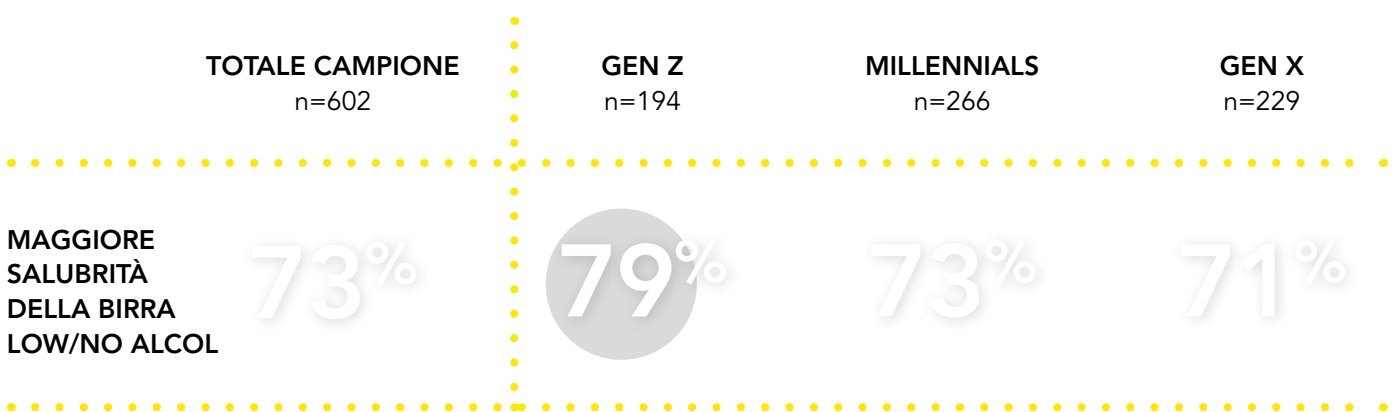
	User birra low/no alcol	NON User birra low/no alcol
BASE	256	161
<b>ALMENO UNA RISPOSTA</b>	<b>95</b>	<b>77</b>
<b>Leggerezza / digeribilità maggiore (NET)</b>	<b>15</b>	<b>6</b>
<b>CONSISTENZA (NET)</b>	<b>9</b>	<b>4</b>
La consistenza è diversa	2	-
La birra low/no alcol non ha corposità/ è meno corposa (più acquosa)	7	4
<b>Freschezza maggiore / più dissetante la birra low/no alcol</b>	<b>2</b>	<b>-</b>
<b>GRADAZIONE ALCOLICA</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
La birra low/no alcol ha un basso grado alcolico	2	3
<b>FRIZZANTEZZA</b>	<b>2</b>	<b>-</b>
La birra low/no alcol non è molto frizzante/gasata	1	-
Non c'è nessuna differenza	2	1
<b>Non sa/non l'ho mai bevuta</b>	<b>3</b>	<b>22</b>

% Values - Base: total respondents  
D21a. Quali sono le differenze di gusto?

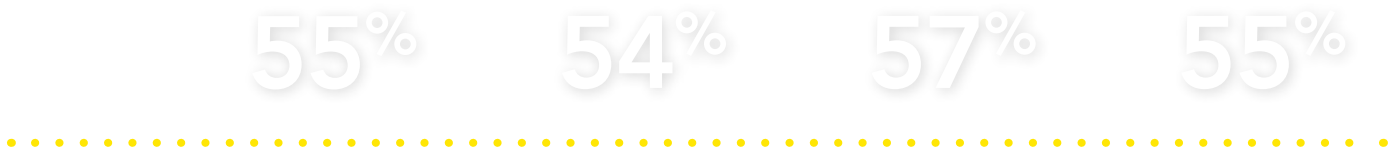


# SALUBRITÀ DELLA BIRRA LOW/NO ALCOL E DELLA BIRRA TRADIZIONALE E VARIETÀ DISPONIBILI SUL MERCATO

Oltre il 70% dei consumatori considera la birra low/no alcol più salubre della birra tradizionale, e tra i target, i consumatori della Gen Z sono i maggior sostenitori di questa differenza. Le varietà di birre low/no alcol attualmente disponibili soddisfano i bisogni del mercato di riferimento.



LA VARIETÀ DI BIRRE LOW/NO ALCOL ATTUALMENTE DISPONIBILE È SUFFICIENTE



VORREI AVERE PIÙ MARCHE E TIPI/GUSTI DI BIRRE LOW/NO ALCOL TRA CUI SCEGLIERE



% Values - Base: total respondents

D22. Credi che la birra low/no alcol sia un'opzione più salutare rispetto a quella tradizionale?

D23. Pensi che la varietà di birre low/no alcol disponibili sul mercato sia sufficiente?

O vorresti avere più marche e tipi/gusti a disposizione?

## PERCEZIONE DELLA BIRRA LOW/NO ALCOL

Le dimensioni attribuite alla birra low/no alcol dalla quasi totalità degli intervistati sono l'healthiness per il buon equilibrio nutrizionale e la salubrità, allineata alla convenienza per la semplicità del prodotto; segue la dimensione fun ben rappresentata per la caratteristica di bevanda conviviale, l'Indulgence per il piacere e il gusto e la satisfaction per la sensazione di appagamento.

Equilibrio	68		<b>HEALTHINESS</b> 86%
Salubrità	66		
Genuinità	57		
Naturalità	55		
Semplicità	69		<b>CONVENIENCE</b> 86%
Praticità	61		
Comodità	61		
Velocità	35		
Convivialità	67		<b>FUN</b> 77%
Allegria	48		
Gioia	46		
Gioco	36		
Piacere	55		<b>INDULGENCE</b> 67%
Gusto	51		
Gratificazione	46		
Desiderio	32		
Appagamento	45		<b>SATISFACTION</b> 61%
Nutrimento	34		
Completezza	31		
Pienezza	30		

% Values - Base: total respondents - n=602

D25. Quali delle seguenti PAROLE assoceresti alla birra low/no alcol? RIASSUNTIVA SI'

# PERCEZIONE DELLA BIRRA LOW/NO ALCOL

	User birra low/no alcol	
Equilibrio	74	HEALTHINESS 91%
Salubrità	70	
Genuinità	62	
Naturalità	60	
Semplicità	75	CONVENIENCE 90%
Praticità	67	
Comodità	65	
Velocità	37	
Convivialità	76	FUN 84%
Allegria	55	
Gioia	51	
Gioco	40	
Piacere	62	INDULGENCE 76%
Gusto	61	
Gratificazione	53	
Desiderio	38	
Appagamento	52	SATISFACTION 66%
Nutrimento	36	
Completezza	35	
Pienezza	34	

	NON User birra low/no alcol	
Equilibrio	57	HEALTHINESS 77%
Salubrità	59	
Genuinità	47	
Naturalità	45	
Semplicità	58	CONVENIENCE 77%
Praticità	50	
Comodità	52	
Velocità	29	
Convivialità	49	FUN 62%
Allegria	35	
Gioia	35	
Gioco	26	
Piacere	40	INDULGENCE 48%
Gusto	29	
Gratificazione	31	
Desiderio	21	
Appagamento	31	SATISFACTION 51%
Nutrimento	30	
Completezza	22	
Pienezza	23	

% Values - Base: total respondents - Users n=405, Non Users n=197

D25. Quali delle seguenti PAROLE assoceresti alla birra low/no alcol? RIASSUNTIVA SI'

## SUGGERIMENTI RIGUARDO NUOVI PRODOTTI O MIGLIORAMENTI DELLA BIRRA LOW/NO ALCOL

Oltre la metà dei consumatori è soddisfatto dell'offerta attualmente presente sul mercato e i suggerimenti sono pochi e molto frammentati.

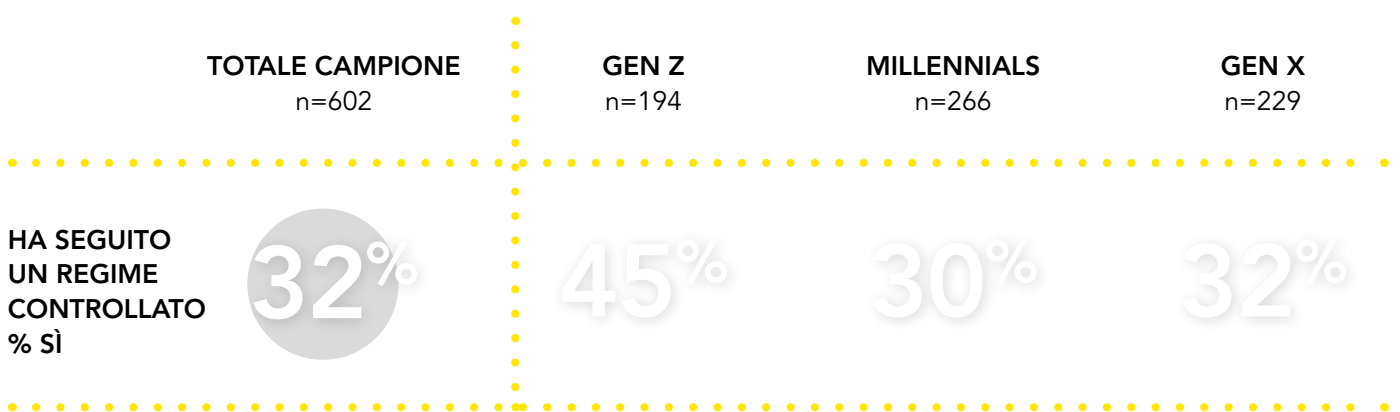
	TOTALE	GEN Z	MILLENNIALS	GEN X
	602	194	266	229
<b>ALMENO UN SUGGERIMENTO</b>	<b>26</b>	<b>31</b>	<b>31</b>	<b>24</b>
<b>SAPORE</b>	<b>13</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>11</b>
Più varietà di gusti	4	5	6	2
L'intensità del sapore (sapore più deciso/ forte/intenso)	3	4	3	3
Mantenere il gusto più vicino all'originale	2	3	3	1
<b>Meno amara</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>1</b>
<b>TIPOLOGIA DI BIRRA</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>3</b>
Più tipologie/ stesse varietà della birra tradizionale (lager, non filtrata, weiss)	3	4	4	2
<b>VISIBILITÀ</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>3</b>
Dovrebbero incentivarne il consumo (diffusa nei bar, campioni gratuiti)	1	2	2	0
Dovrebbero fare più pubblicità	2	3	1	3
<b>Niente/nessun miglioramento/va bene così</b>	<b>62</b>	<b>55</b>	<b>55</b>	<b>63</b>
<b>Non sa/non indica</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>12</b>

% Values - Base: total respondents

D24. Hai suggerimenti o preferenze riguardo a nuovi prodotti o miglioramenti nella birra low/no alcol?

# HA SEGUITO UNA DIETA O REGIME ALIMENTARE CONTROLLATO NEGLI ULTIMI 12M

Un consumatore su 3 ha seguito una dieta negli ultimi 12 mesi; tra i target, i più attenti ad osservare un regime alimentare controllato sono i consumatori della Gen Z: la segue infatti quasi 1 su 2.



% Values - Base: total respondents

D27. Negli ultimi 12 mesi hai seguito qualche dieta o regime alimentare controllato?

# REGIME ALIMENTARE SEGUITO

## TOTALE CAMPIONE

### SPENSIERATO

mangio un po' di tutto senza troppe preoccupazioni

### TRADIZIONE

seguo lo stile alimentare tradizionale del mio paese

seguo le regole alimentari della mia religione

### QUALITÀ/TIPICITÀ

ricerco costantemente cibo di qualità, prodotti tipici locali

### VEGETARIANO / VEGANO / RIDUZ CARNE

ho ridotto il consumo di carne a favore delle verdure/proteine vegetali

sono vegetariano

sono vegano

### SALUTISTA

seguo diete salutiste/per mantenermi in forma

seguo una dieta ipocalorica/per perdere peso

### BIO/SOSTENIBILE

faccio ricorso a cibi biologici/biodinamici/all natural

seguo uno stile alimentare a basso impatto ambientale  
(con basse emissioni di CO2/carbon food print ecc...)

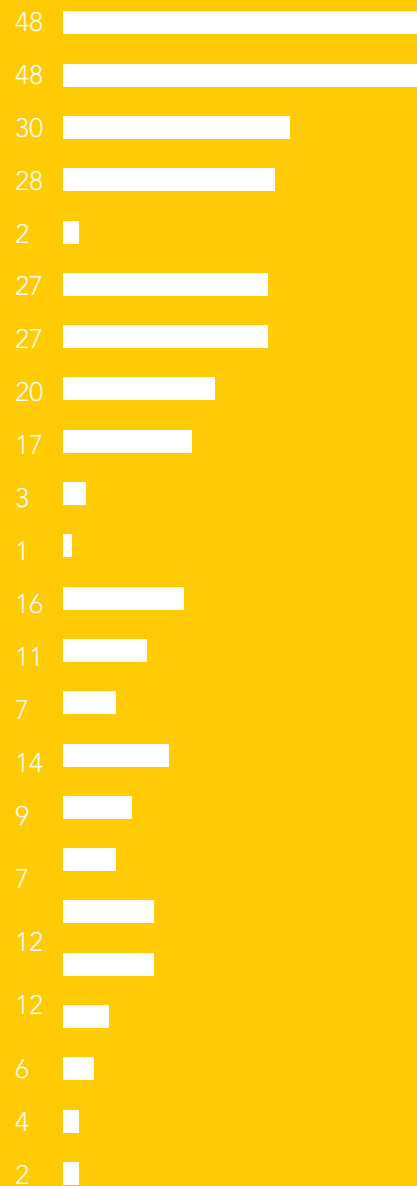
### PRATICITÀ

seguo uno stile alimentare impostato  
sulla facilità e velocità di preparazione dei pasti

### ALLERGIE

seguo una dieta per intolleranze/allergie

seguo una dieta per intolleranze/allergie al glutine/gluten free



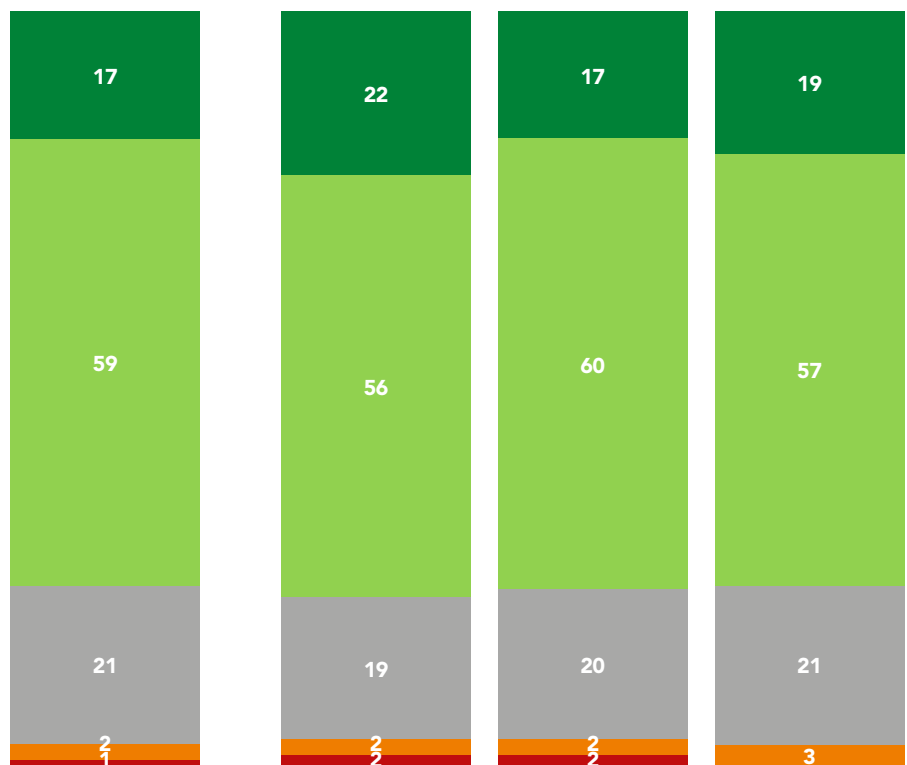
	GEN Z	Millennials	GEN X
<b>SPENSIERATO</b>	47	47	51
mangio un po' di tutto senza troppe preoccupazioni	47	47	51
<b>TRADIZIONE</b>	30	32	24
seguo lo stile alimentare tradizionale del mio paese	28	30	23
seguo le regole alimentari della mia religione	3	3	2
<b>QUALITÀ/TIPICITÀ</b>	20	22	35
ricerco costantemente cibo di qualità, prodotti tipici locali	20	22	35
<b>VEGETARIANO / VEGANO / RIDUZ CARNE</b>	16	24	21
ho ridotto il consumo di carne a favore delle verdure/proteine vegetali	11	20	18
sono vegetariano	4	3	3
sono vegano	3	2	1
<b>SALUTISTA</b>	21	16	17
seguo diete salutiste/per mantenermi in forma	16	9	12
seguo una dieta ipocalorica/per perdere peso	9	8	7
<b>BIO/SOSTENIBILE</b>	19	12	15
faccio ricorso a cibi biologici/biodinamici/all natural	12	7	10
seguo uno stile alimentare a basso impatto ambientale (con basse emissioni di CO2/carbon food print ecc...)	10	6	7
<b>PRATICITÀ</b>	19	11	13
seguo uno stile alimentare impostato sulla facilità e velocità di preparazione dei pasti	19	11	13
<b>ALLERGIE</b>	11	5	4
seguo una dieta per intolleranze/allergie	8	3	3
seguo una dieta per intolleranze/allergie al glutine/gluten free	5	3	1

## È ATTENTO AL BENESSERE FISICO, EMOTIVO E MENTALE

Oltre la maggioranza dei consumatori di birra dichiara di perseguire (molto e abbastanza 76%) il proprio benessere fisico, emotivo e mentale attraverso una dieta bilanciata, un numero adeguato di ore di sonno, la pratica di attività per il benessere psico-fisico. Risposte che mettono d'accordo anche Gen Z, Millennials, Gen X.

	TOTALE CAMPIONE n=602	GEN Z n=194	MILLENNIALS n=266	GEN X n=229
% Top 2	76	77	76	76
Mean (1-5)	2,9	3,0	2,9	2,9

- sì, regolarmente
- spesso, con una certa frequenza
- talvolta, occasionalmente
- raramente, quasi mai
- mai



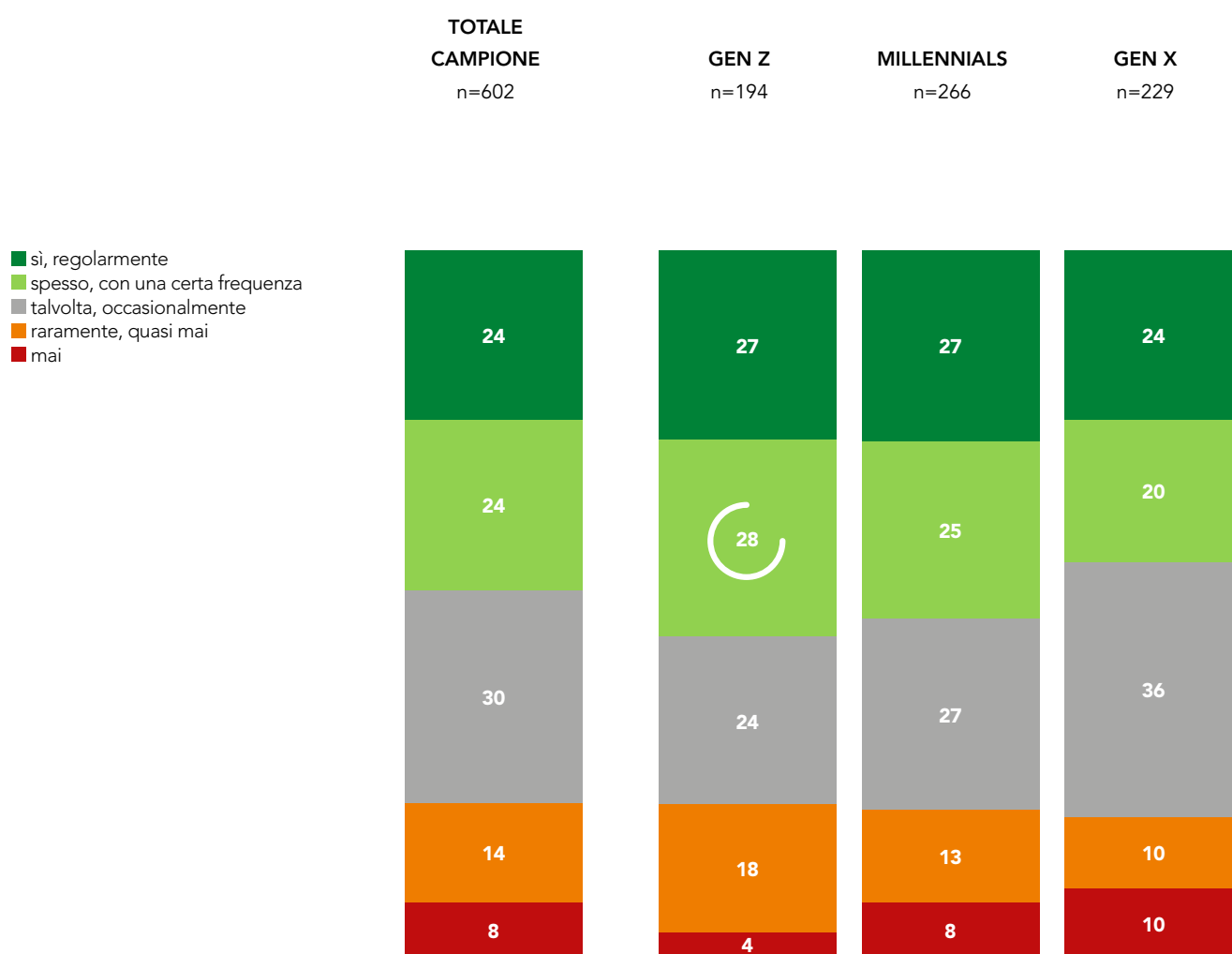
% Values - Base: total respondents

D26. Quanto ti consideri attento / attenta a perseguire il tuo benessere fisico, emotivo e mentale attraverso una dieta bilanciata, il riposo con un numero di ore di sonno sufficiente per svegliarsi riposati, la pratica di attività rilassanti e divertenti,



# PRATICA ATTIVITÀ SPORTIVE ANCHE A LIVELLO AMATORIALE

La metà dei consumatori pratica regolarmente o con una certa frequenza un'attività sportiva, la Gen Z e i Millennials i più attivi.

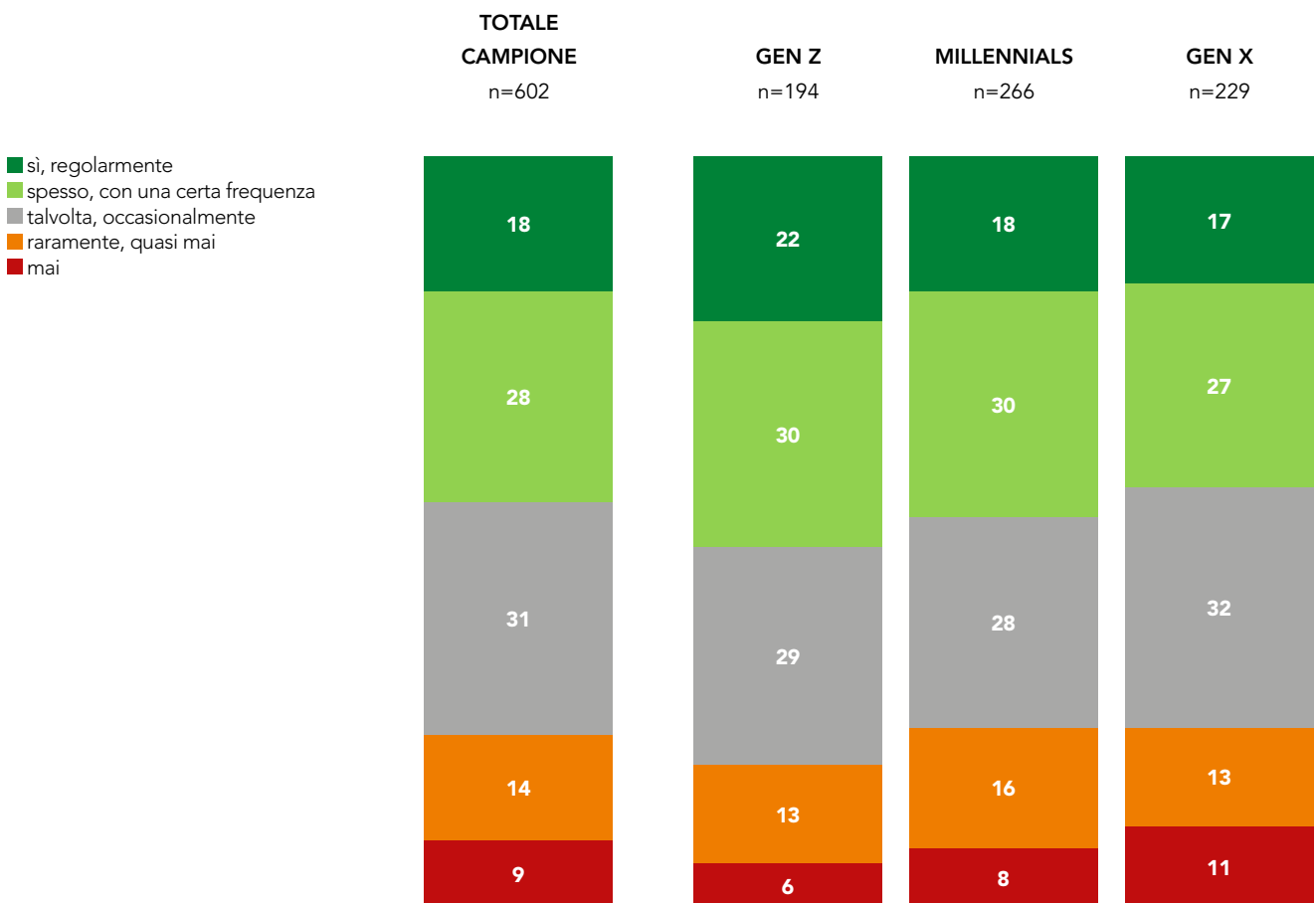


% Values - Base: total respondents

D26. Quanto ti consideri attento / attenta a perseguire il tuo benessere fisico, emotivo e mentale attraverso una dieta bilanciata, il riposo con un numero di ore di sonno sufficiente per svegliarsi riposati, la pratica di attività rilassanti e divertenti,

## PRATICA ATTIVITÀ / HOBBY utili al rilassamento e al benessere mentale ed emotivo

E quasi la metà dei consumatori pratica regolarmente o con una certa frequenza anche attività ed hobby con l'obiettivo di raggiungere il benessere mentale ed emotivo. La Gen Z e i Millennials si confermano i più attenti nella pratica.



% Values - Base: total respondents

D26. Quanto ti consideri attento / attenta a perseguire il tuo benessere fisico, emotivo e mentale attraverso una dieta bilanciata, il riposo con un numero di ore di sonno sufficiente per svegliarsi riposati, la pratica di attività rilassanti e divertenti,



## LA VOCE DI ASSOBIRRA

In un contesto sociale e di consumo dinamico e in continua evoluzione, osservare il panorama delle birre low e no alcol è come scrutare un'opera d'arte in movimento, sempre in trasformazione, sempre sorprendente. Questa tipologia di birra, sempre più popolare tra i cosiddetti beer lovers, riflette un cambiamento significativo verso uno stile di vita più sano ed equilibrato.

L'indagine condotta da BVA Doxa per la prima edizione del 2024 del Centro Informazione Birra (CIB) di AssoBirra offre uno sguardo approfondito sul mondo birrario italiano, attraverso gli occhi dei consumatori e dei principali attori della filiera birraria. I risultati sono chiari: la birra low e no alcol sta guadagnando terreno, attraendo l'attenzione di un pubblico sempre più vasto e diversificato.

Il rapporto evidenzia che questa categoria di birra non è solo conosciuta, ma anche apprezzata da una vasta fascia di consumatori, soprattutto tra i giovani: è emerso infatti che queste proposte sono scelte da due terzi degli italiani che bevono abitualmente birra.

È stimolante osservare come i Millennials e la Gen Z, sempre attenti alla salute e al benessere, stiano abbracciando queste nuove opzioni con entusiasmo crescente.





Questa tendenza non sorprende, considerando i molteplici benefici che le birre low e no alcol offrono: la possibilità di godere del sapore unico della birra senza gli effetti dell'alcol è un fattore decisivo per molti consumatori. Inoltre, il gusto piacevole e la leggerezza di queste bevande le rendono una scelta ideale per molte occasioni, dall'intrattenimento informale ai pasti con amici e familiari.

La birra low e no alcol non è solo una bevanda, ma una manifestazione di uno stile di vita più equilibrato e consapevole, un'opzione che permette ai consumatori di godere di momenti conviviali senza compromettere il proprio benessere. L'industria birraria italiana è pronta ad abbracciare questa evoluzione dei gusti e delle abitudini dei consumatori, investendo in soluzioni innovative e ampliando la gamma di birre offerte.

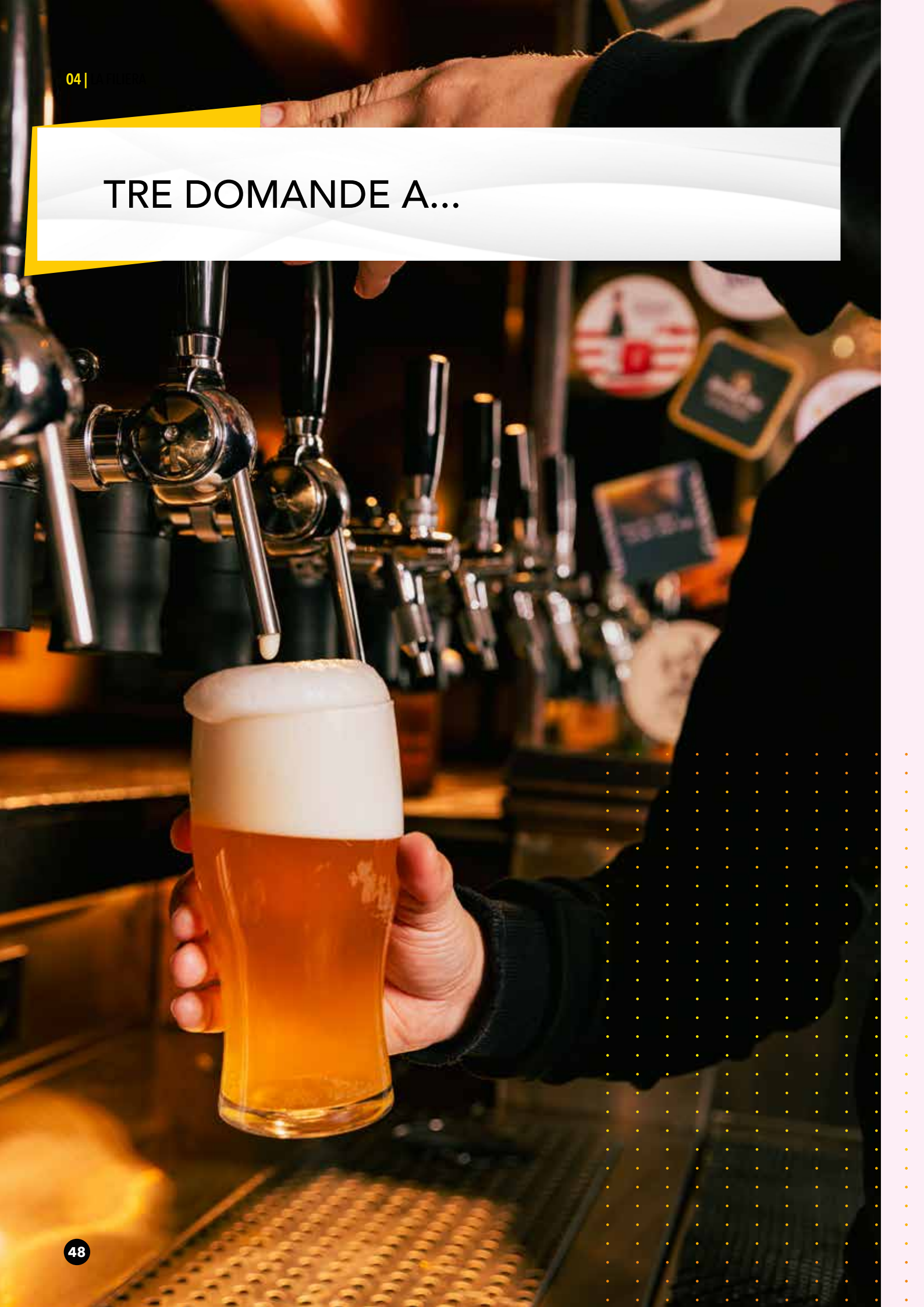


Concludendo, il futuro delle birre low e no alcol è promettente. Queste birre non sono solo un'alternativa, ma una scelta consapevole che si integra perfettamente in uno stile di vita moderno, sano e bilanciato. L'industria birraria italiana si sta adattando con agilità a questa evoluzione dei gusti e delle abitudini dei consumatori. Stiamo assistendo a un periodo di intenso rinnovamento, con i produttori che investono sempre più in soluzioni creative e sostenibili per ampliare la gamma di birre offerte sul mercato. In particolare, la crescita di queste tipologie di birra è guidata dall'innovazione del settore, che sta facendo passi da gigante nel garantire prodotti di eccellenza che rispecchiano le tradizioni locali e soddisfano le esigenze dei consumatori moderni.

Questo impegno per l'innovazione e la sostenibilità non solo apre nuove opportunità di mercato, ma contribuisce anche a rafforzare il ruolo dell'industria birraria italiana sulla scena internazionale. Siamo fieri di essere parte di questo movimento e continueremo a lavorare per promuovere la diversità e l'eccellenza del settore birrario italiano.

**ANDREA BAGNOLINI**  
DIRETTORE GENERALE, ASSOBIIRRA

# TRE DOMANDE A...





**FABIO MONDINI**

Beer Sommelier



1.

**Educare i consumatori sulle qualità gustative delle birre low/no alcol è essenziale per superare le barriere e i bias cognitivi che possono influenzare o limitare il loro consumo.**

**Secondo la tua esperienza, quali sono le principali differenze sensoriali tra le birre alcoliche e quelle low e no alcol, e come reagisce il pubblico a queste differenze?**

Attualmente, il mondo della birra sta attraversando una fase di innovazione e cambiamento molto positiva.

In tutto il mondo, c'è una crescente preferenza per un consumo moderato di alcol, soprattutto tra i Millennials e la Generazione Z.

Questi consumatori sono sempre più consapevoli della loro salute e del benessere, e di conseguenza, c'è una maggiore richiesta di birre no e low alcol. Queste birre non solo soddisfano il desiderio di un tasso alcolico ridotto, ma sono anche apprezzate per il loro gusto e per le loro ridotte calorie e carboidrati

tanto che in molti mercati, le birre no e low alcol sono diventate simbolo di uno stile di vita sano e attento al benessere.

Nonostante presentino alcune differenze rispetto alle birre tradizionali, come una consistenza più leggera, un sapore più dolce e una complessità olfattiva più lieve, questa tipologia di prodotto garantisce un'esperienza di consumo appagante. Le persone scelgono queste birre per diversi motivi: per ridurre l'apporto calorico, per limitare l'assunzione di alcol, per sperimentare sapori e aromi unici, o semplicemente per seguire le tendenze del momento.

## 2.

**La birra si posiziona come un prodotto naturale e versatile, da includere all'interno della dieta mediterranea.**

**Parlando di food pairing, quali sono secondo il tuo punto di vista i migliori abbinamenti gastronomici per le birre low/no alcol, e come questi possono valorizzare l'esperienza gustativa nel suo complesso?**

Per determinare la combinazione migliore tra birra e cibo, la prima cosa da fare è quella di esaltare entrambi e non lasciare che il sapore di uno sovrasti l'altro.

La birra ha tutte le carte in regola per sostenere un'intera cena e per condizionarne l'esito con il giusto accostamento. Infatti può giocare quasi sempre la carta della bollicina, che risulta molto utile per la pulizia del palato, ma anche dell'amaro, risolvendo il problema di abbinamento di pietanze condite con aceto e limone. Essendo birre leggere sono ottime da proporre dall'aperitivo a tutto il pasto, in questo caso proponendo piatti poco strutturati.

Dalle verdure crude come insalate al pinzimonio, condite con olio e sale o da una leggerissima vinaigrette, carciofi, finocchi oppure fagioli e cavolfiori all'agro, caprese, ma anche sushi e carpacci, insalate di riso, paste "bianche" come la gricia, carni bianche, fritto e patatine. Inoltre anche i formaggi freschi sono un ottimo abbinamento, se poi aromatizzati abbinabili con una Radler.

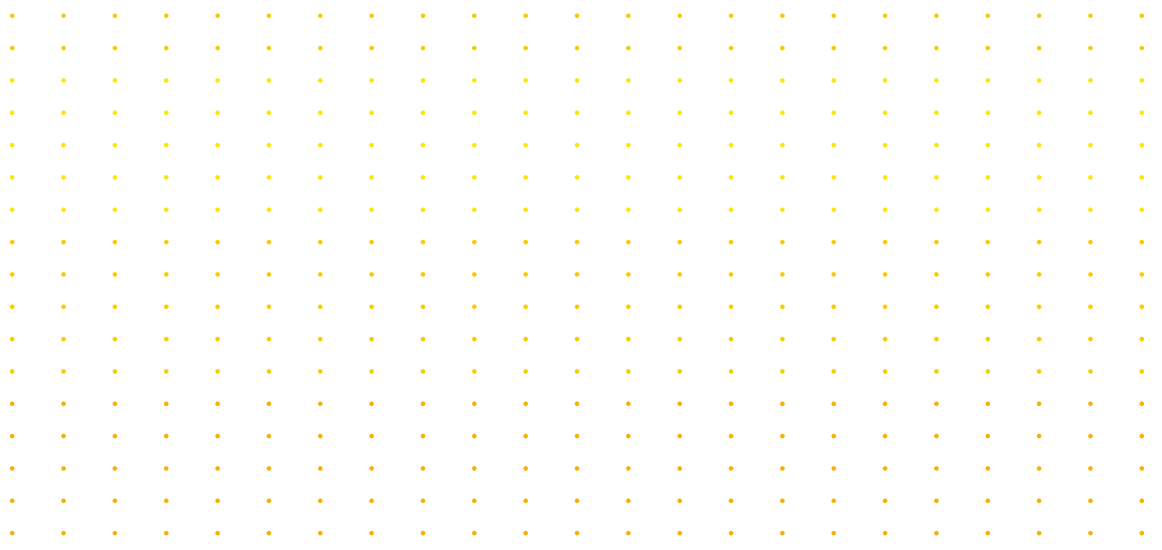
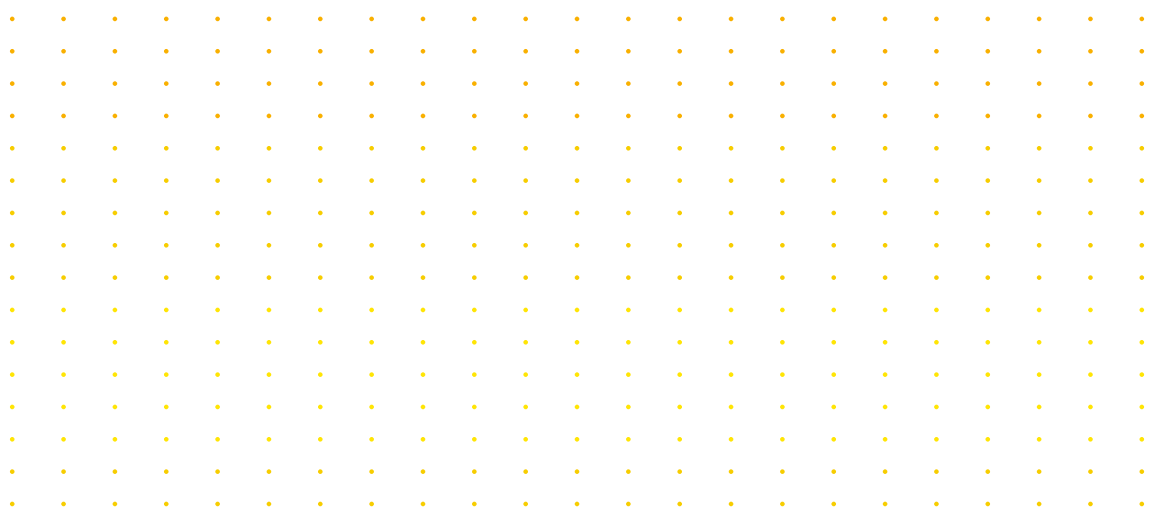
Non possiamo dimenticare la tradizione con la pizza, in particolare la margherita. Tutti piatti abbinati per contrapposizione a quelle che sono le caratteristiche organolettiche delle birre "leggere" low/no alcol.

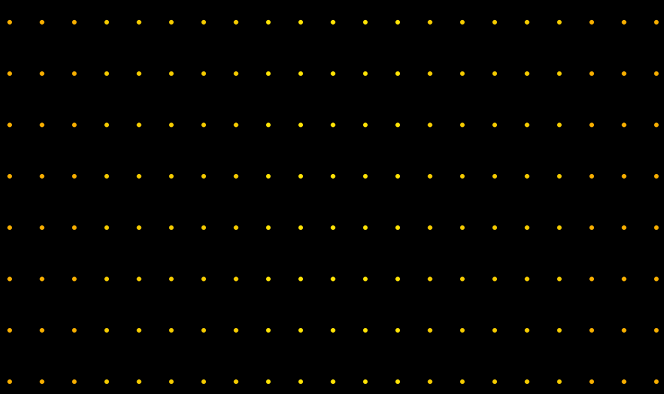
## 3.

**Come si avvicinano le procedure di produzione delle birre low e no alcol a quello delle birre tradizionali, e quali sono i processi per mantenere un profilo aromatico ricco e complesso?**

La produzione di queste tipologie di birra può avvenire attraverso diverse tecniche, che mirano a limitare o eliminare il contenuto di alcol. Uno dei più comuni sistemi è la fermentazione limitata, in cui si controllano le condizioni del processo di fermentazione, per impedire la formazione di alcol in quantità significative. Un'altra tecnica è la rimozione dell'alcol delle birre già prodotte, che può avvenire attraverso processi quali la distillazione a bassa pressione, la filtrazione a membrana o per evaporazione.

Questi metodi consentono di eliminare l'alcol, mantenendo il sapore e l'aroma della birra. Per superare pienamente questa sfida, i produttori stanno investendo in ricerca e sviluppo, per trovare soluzioni innovative, che consentano di ottenere prodotti gustosi e aromatici senza l'uso di dell'alcol. Ad esempio con l'impiego del luppolo, spezie ed erbe aromatiche, che contribuiscono ad intensificare il gusto delle birre, avvicinandole sempre più al gusto tradizionale. Sicuramente tra non molto, i risultati si vedranno!





[www.assobirra.it](http://www.assobirra.it)

