Birra, dimmi come bevi, ti dirò chi sei

beer-3803425-640-c16c7e3d

È una vera e propria reazione a catena, quella innescata dalla bionda spumeggiante. E i risultati sono sotto gli occhi di tutti: numeri importanti, trend di crescita netti. Decisamente positivo, dunque, il quadro tratteggiato dal Rapporto Annuale 2018 firmato da **Assobirra**, che ci racconta come i consumi nel 2018 abbiano segnato un ottimo + 3,2% passando dai 19.684.000 di ettolitri nel 2017 ai 20.319.000 dell'anno successivo. Il che, tradotto in valori pro capite, significa 33,6 litri a testa: una quantità decisamente contenuta se paragonata ai 138 litri annui bevuti da ogni ceco che si rispetti, ma che ci ha però consentito di superare i nostri cugini francesi. E quando aumentano i consumi, la produzione non può che star loro dietro: non a caso nel 2018 è cresciuta del 4,7%. Non basta: il segno più ha contagiato anche il dato occupazionale (+700 unità) e ha favorito pure il proliferare dei microbirrifici, che oggi ammontano a 862 (692 microbirrifici artigianali e 170 brew pub), hanno al loro attivo una produzione di 504.000 ettolitri (+ 4,3% sul 2017) e coprono una quota di mercato del 3,1%. La regione che vanta più strutture è la Lombardia, a quota 147; seguono a distanza Piemonte (80), Veneto (74) e Toscana (63), mentre al Centro-Sud prevale la Campania, con 55 birrifici tra artigianali e brew pub.

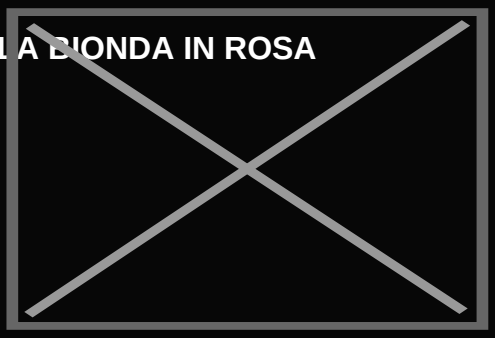
CHI, COME, QUANDO E DOVE



Tre italiani su 4 (il 77%) bevono birra, il 50% di questi in 5 anni ha aumentato i consumi e il 48,3% la beve in abbinamento ai cibi che preferisce: ecco quanto emerge dall'indagine "Gli Italiani e la Birra", realizzata da **AstraRicerche** per AssoBirra. Inoltre circa il 55%, afferma di consumare birra ogni settimana. Nel panorama dei consumi di birra si delineano

dinamiche nuove. E non solo perché è in netta crescita il pubblico femminile, ma anche perché le occasioni di consumo si sono moltiplicate: la media chiara in pizzeria non è più regina assoluta, ma cede il passo ad altri luoghi, ad altre situazioni. Oltre ai bar e ai pub, infatti, per il 64% dei consumatori è divenuta pure la bevanda della cena o dell'aperitivo. Per il 35,5% degli intervistati crea socializzazione e convivialità; mentre per il 23,4%, permette di concedersi momenti speciali. La birra dunque ha migliorato la propria reputazione nell'immaginario e nel gradimento del suo pubblico e questo cambio di passo ha cominciato a rispecchiarsi (in forma palese) anche nella diversificazione dei target di consumo: non più una clientela omologata e pedissequa, ma – stando alla descrizione di AstraRicerche – tanti clienti nettamente individualizzati e peculiari. Come l'***hipster hyperlocal*** (12,2%), forte consumatore di birra (sia solo che in compagnia), amante della sperimentazione (e quindi di birre diverse), propenso agli accostamenti con il cibo e amante delle birre della tradizione. O come il ***foodie critico*** (11,9%), che beve birra (con frequenza) perché – dichiara – 'apre un mondo fatto di grande varietà, di prodotti speciali da scoprire'. Nelle sue scelte si lascia guidare da recensioni e articoli recuperati online, sui blog e su riviste specializzate. 45-54enne, portata a consumare birra con frequenza medio alta, ecco poi la ***donna gourmande*** (11,7%). La beve soprattutto perché con la birra può permettersi di concedersi momenti speciali e di scegliere quella che più si adatta al momento, quella con più stile e che si accosta meglio con il cibo. E veniamo a quel target che beve con frequenza media, ma è sempre in cerca di novità (magari su consiglio di amici e baristi): il ***new-beer lover*** (14,8%). Il suo luogo ideale per assaporarla? La famiglia soprattutto. E poi ecco l' ***entusiasta disinformato*** (14,2%), per lo più di sesso maschile, che beve soprattutto con gli amici e ama provare birre diverse, in base alla provenienza.

LA BIONDA IN ROSA



Della crescente passione delle donne per la birra si è detto. Ma come si declina questo loro interesse? Secondo AstraRicerche, non solo viene consumata dal 70% delle nostre connazionali ma addirittura il 30% di loro lo fa almeno due volte a settimana e il 42% dichiara di bere più rispetto a 5 anni fa. Cosa piace della birra? Essenzialmente il gusto, apprezzato al 58% del pubblico in rosa, ma la preferenza dipende anche dalla possibilità di abbinamento con i cibi (48%) e dal "potere socializzante" della bevanda, capace di creare condivisione (37%). Quanto al coraggio di osare, pare che le donne ne abbiano da vendere. E comunque più degli uomini. Tanto è

vero che tra i driver di scelta, il 61% di loro indica come molto importante il fatto di provare una birra se è una novità sul mercato, motivazione che presso il pubblico maschile scende invece al 58%. E non basta: in riferimento alle modalità di scelta, il 44% delle intervistate ha dichiarato che ama scoprirne di nuove, diverse da quelle che già conosce. In tema di pairing-food, poi, le donne hanno le idee chiarissime: innanzitutto perché sono meno “conservatrici” degli uomini, infatti solo il 19% di loro ammette che l’accoppiata vincente sia solo quella di pizza e birra (tra gli uomini la percentuale sale invece al 27%). Ma c’è dell’altro: il 42% del campione, infatti, apprezzerebbe che nei locali si curasse di più un’offerta di birra abbinata al cibo ordinato; mentre per il 37% l’abbinamento tra birra e cibo è un argomento di cui vorrebbe sapere di più.

Lavorare nel mondo della birra