Assobirra, in Italia il consumo diventa sempre più "rosa"

shutterstock-1691050414-0af73c25

Si tinge sempre più di "rosa" la passione per la birra nel nostro Paese. Lo dice l'ultima indagine condotta da BVA Doxa per il Centro Informazione Birra (CIB) di AssoBirra, secondo cui due italiane su tre bevono birra, soprattutto a cena. Di queste, il 53% lo fa almeno 2-3 volte alla settimana e l’85% almeno 1 volta a settimana.

Tra i fattori che rendono la bevanda tra le più amate dalle italiane, c'è la sua **moderazione**. Secondo le intervistate, infatti, è apprezzabile che la birra abbia una bassa gradazione alcolica (51%). Inoltre, la bevanda piace sempre più anche perché rappresenta un momento di piacer

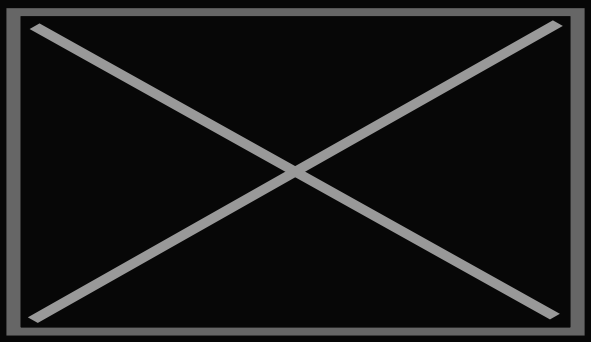


e (72%) e per il suo gusto inconfondibile (69%).

In linea con l’apprezzamento delle intervistate verso la moderata gradazione alcolica della birra, cresce sempre di più la **popolarità della birra analcolica**. Secondo la ricerca, il 30% delle intervistate – consumatrici e non – conosce bene la birra analcolica (è il 37% nel caso delle consumatrici abituali di birra) e il 67% ne ha sentito parlare. Il driver che guida la crescita della popolarità della birra analcolica è il fatto che possa “essere bevuta in qualsiasi momento della giornata” (50%).

"*Quella tra donne e birra è una storia d'amore millenaria: si racconta che la birra sia nata grazie a una donna ed è risaputo che, storicamente, siano state proprio le donne ad occuparsi della sua produzione, un'attività prevalentemente domestica fino a tre secoli fa*", ha commentato **Andrea Bagnolini**, direttore generale di AssoBirra. "*La birra si conferma essere tra le bevande da pasto preferite, oltre che presenza irrinunciabile durante i momenti di condivisione con amici e familiari. Sono diversi i motivi per cui la birra è una bevanda tanto amata dalle donne e siamo felici che il settore si stia aprendo sempre di più anche a novità che possono essere apprezzate da un numero ancora maggiore di consumatrici, come la birra analcolica, un trend in forte crescita*".

Il legame tra donne e birra non si limita soltanto ai consumi, ma abbraccia anche altri ambiti, come quello del lavoro.



Oltre il 70% delle intervistate da BVA Doxa per AssoBirra, consumatrici e non, considera infatti l'aumentata presenza delle donne nel settore una risorsa importante. Soprattutto perché, secondo le appassionate di birra, "le donne riescono a trovare nuove idee e sono uno stimolo per il settore" (45%). A questo proposito, tra le consumatrici di birra il 41% è a conoscenza di realtà nate per promuovere lo sviluppo dell'imprenditoria femminile nel settore birrario come l'Associazione "Le Donne della Birra" (tra le non consumatrici, soltanto 1 su 4 ne ha sentito parlare).

"*Da comprimarie, relegate al servizio della birra nel fuoricasa e ad ambiti amministrativi nei birrifici, le donne in questi anni hanno progressivamente conquistato nuovi spazi. O meglio, si sono riappropriate di spazi che avevano ricoperto anticamente, oltretutto con ottimi risultati. Grazie soprattutto alla crescente diffusione dei birrifici artigianali, le donne hanno iniziato a impegnarsi nel settore a livello produttivo e stanno conquistando ruoli decisionali, imprimendo nuovi corsi alla produzione della birra artigianale italiana grazie alla voglia di sperimentare e alla curiosità tipica che caratterizza il mondo femminile. Nell'ambito del servizio, sono comparse le biersommelièr e, anche a livello di comunicazione, le giornaliste che si occupano di birre sono aumentate*", ha aggiunto **Elvira Ackermann**, presidente dell'Associazione Le Donne della Birra.