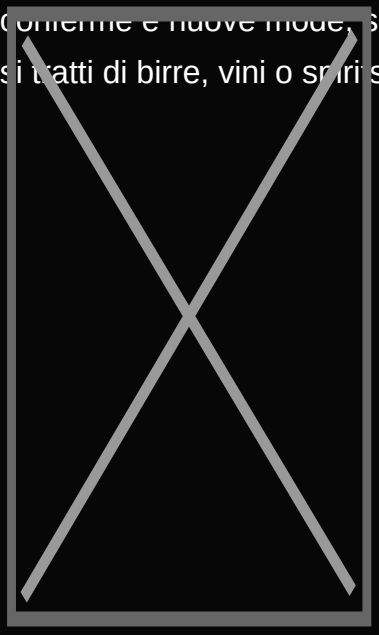
Birra, vino e spirits, le tendenze estive secondo Partesa

03-partesa-heineken-f9aac6ca

L’estate è la stagione della leggerezza, della socialità, dei viaggi: le giornate sono lunghe, si respira aria di vacanza, cresce la voglia di incontrarsi e si moltiplicano le occasioni per passare del tempo all’aperto e in compagnia. Ma tra pranzi, aperitivi, cene e serate, cosa berranno gli italiani nell’estate 2022?

Per rispondere, **Partesa**, società specializzata nei servizi di vendita, distribuzione, consulenza e formazione per il canale Ho.Re.Ca., forte di 33 anni di lavoro a fianco dei gestori dei locali italiani e di un **variegato portfolio con più di 8.000 referenze**, ha disegnato un quadro molto chiaro, tra conferme e nuove mode, su cosa gli italiani ordineranno in bar, pub, ristoranti, pizzerie e locali. E che si tratti di birre, vini o spirits, la richiesta sarà sempre la stessa: **qualità**.



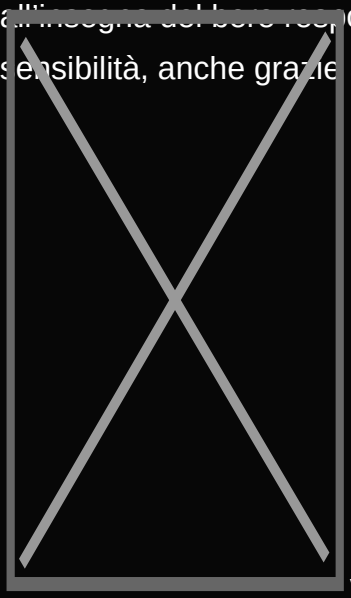
BIRRA

Dalle birre chiare e a bassa gradazione per la pausa pranzo in bar e pizzerie, a etichette più

strutturate per la serata nei pub: la scelta della birra è estremamente diversificata in base all'occasione e al luogo di consumo. Si conferma **il trend delle bottiglie**, nato e affermatosi con asporto e delivery nei mesi di lockdown, che molti brand hanno cavalcato con proposte innovative.

È il caso di Birra Moretti con la sua **Filtrata a Freddo**, servita in una bottiglia in uno speciale vetro trasparente che è stato trattato per impedire alla luce di alterare il profilo organolettico della birra. Continua poi il trend delle birre in lattina, formato comodo e pratico da trasportare, fatto in alluminio, materiale facilmente riciclabile, che sta conquistando sempre più spazio nell'offerta dei birrifici. Tra le novità, **Heineken Silver**, lager premium dal gusto (4% ABV), prodotta a -1°C e dal retrogusto meno amaro, proposta, oltre che nella bottiglia da 50cl, in lattina da 33cl. Prosegue inoltre il successo di Birra Messina **Cristalli di Sale**, lager non filtrata dal gusto morbido, fine ed equilibrato, grazie ai cristalli di sale di Sicilia selezionati nella sua speciale ricetta.

In ogni caso, si tratta sempre di birre che hanno una propria storia da raccontare e di qualità, tutte con un proprio "twist", una loro **particolarità che le fa apprezzare anche da un pubblico più giovane** che cerca differenziazione. Da menzionare infine la crescita del segmento delle birre alcol free, all'insegna del bere responsabile, tema su cui gli italiani stanno dimostrando una grandissima sensibilità, anche grazie alle numerose campagne di informazione.



VINO

Il mondo del vino sta vivendo un'**emozionante evoluzione**: nei mesi di lockdown, infatti, molti consumatori hanno studiato e approfondito le proprie conoscenze sul mondo del vino, e ora i brindisi con colleghi, amici e famigliari diventano occasione per provare nuove etichette, sempre di alto livello. E non è tanto il "grande nome" a guidare la scelta, quanto la **qualità del vino e la storia del produttore** che c'è dietro. Non a caso è questo il momento degli "outsiders", piccole cantine che,

anche grazie ad un efficace uso dei media digitali, sono sempre più spesso scelte dai nuovi winelovers. Del resto, sempre più spesso gli italiani sanno esattamente cosa cercano dal bicchiere: conoscono le denominazioni e i vitigni più vicini ai loro gusti e li sanno abbinare ai piatti che scelgono di mangiare. Il vino non è più moda, ma vera cultura. Una cultura nutrita da curiosità e ricerca di novità.

Ed ecco che, indipendentemente da livello di preparazione, età e gusti personali, è generalizzata la scelta di vini di qualità, con preferenze per i vini in purezza, che meglio sanno esprimere tutte le sfumature del vitigno e del territorio in cui sono nati. Non a caso, tra le new entry del portfolio vini Partesa, spiccano vini come **Pian di Stio**, un fiano fresco sapido della campana San Salvatore 1988, il Pinot Nero di Plonerhof (Alto Adige) con le sue note di frutta rossa e i tannini vellutati, o ancora Vulcano 800, il Metodo Classico Brut Rosè di **Terra dei Re**, che ben si accompagna a piatti di pesce e carpacci. Senza dimenticare gli Champagne firmati Eric Taillet – dal Bastionensi Extra Brut per aperitivi e picnic estivi al Blanc de Meunier Exclusiv't da provare con il dessert – e i vini di H. Cuvelier & Fils, a partire dallo Chateau Léoville Poyferré, perfetto con carni rosse.

SPIRITS



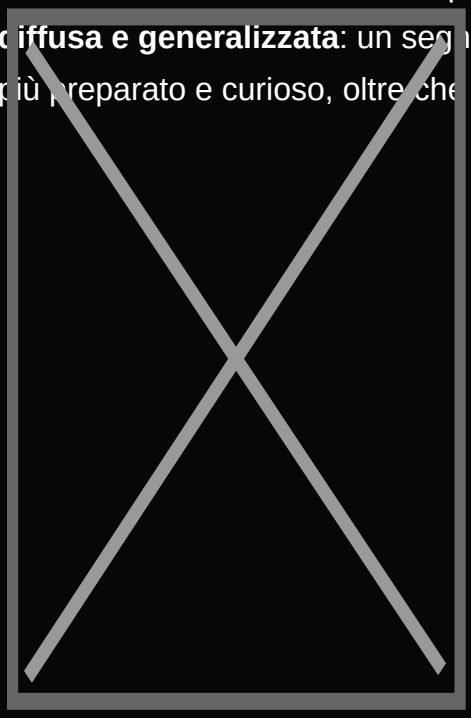
Anche il mondo degli spirits continua a vivere un momento di

interessante evoluzione, dove miscelazione, localismo e attenzione all'artigianalità sono i principali trend che guidano la crescita di etichette premium, e dove aumenta il numero dei canali in cui vengono proposti: accanto ai classici bar e locali, infatti, le referenze della categoria si trovano sempre più spesso **nelle carte di ristoranti e pizzerie**, proposti per l'aperitivo e il fine pasto. Ed è proprio il

momento aperitivo a registrare un particolare exploit.

Ma che si tratti di pre o after dinner, i più ordinati restano i cocktail, soprattutto se a base gin, che si conferma lo spirit più in voga, con ordini in crescita nettamente superiore rispetto a tutte le altre referenze della categoria, e preferibilmente **in abbinamento a vermouth e bitter**. E mentre nella scelta tra le sempre più numerose proposte dei produttori i consumatori si fanno guidare soprattutto dal brand e da una crescente attenzione alla territorialità e agli ingredienti utilizzati per la distillazione, i gestori dei locali ampliano la loro offerta con **prodotti versatili nella miscelazione**, di buona qualità e accessibili, come quelli di Liq.ID, la linea che riunisce gli spirits private label di Partesa (Upper Spritz, dry gin, due varianti di rhum e quattro di vodka).

Del resto, come sta accadendo per birra e vino, anche nel mondo degli spirits **la ricerca di qualità è diffusa e generalizzata**: un segno, questo, che indica che il pubblico di consumatori italiani è sempre più preparato e curioso, oltre che attento a scelte di consumo responsabile.



«Il fuoricasa italiano sta cambiando forma, adattandosi a un nuovo pubblico di italiani che, dopo due anni di restrizioni, sta tornando a uscire e incontrarsi. Un'evoluzione che vede i gestori impegnati a cogliere e sfruttare le nuove occasioni del momento per consolidare la ripresa: come conferma il recente studio commissionato dall'Osservatorio Birra all'Istituto Piepoli, a cui Partesa ha collaborato, i locali sono infatti più snelli, offrono delivery e asporto e coprono sempre più occasioni di consumo – spiega **Massimo Reggiani**, AD di Partesa. *E sono proprio i professionisti a indicare birra, vini, cocktails e spirits come le bevande regine dei trend emergenti del nuovo fuoricasa italiano, con la birra, anche low e alcol-free, al centro della ripresa (l'indagine rileva che tra 5 anni la*

birra raddoppierà il numero di locali per cui la birra rappresenterà oltre il 50% del business). E se l’offerta è ampia e trasversale, il driver di scelta è solo uno: la qualità, nel segno della convivialità e della cultura di prodotto».