Italianità oltre gli stereotipi, lo studio di Birra Moretti

13-birra-moretti-racconta-litalianita-f9cc9214

Qual è il tratto caratteristico dell'italianità oggi? Quali sono gli ingredienti di quel mix di saper fare e saper vivere che da sempre definisce la nostra unicità nel panorama internazionale? Come sta cambiando, nel tempo, la nostra autopercezione di italiani, soprattutto nei giovani?

Non sembra esserci dubbio: per quasi 4 italiani su 10 (37%) è la **convivialità** il valore più distintivo dell'essere italiani, in grado di unire tutti dalla Gen Z ai Baby Boomers. L'altra attitudine che identifica l'italianità è la **leggerezza legata alla buona compagnia**, essere noi stessi così come siamo, indicata dal 35% dei nostri connazionali, e sopra la media dagli under 25.

È questo il ritratto degli italiani disegnato da Birra Moretti, brand che da 160 ne incarna i valori e che ora, attraverso uno studio AstraRicerche, ha voluto **evidenziare** cosa rappresenta oggi **l'Italianità oltre gli stereotipi**. In quest'ultima ricerca vengono, infatti, messi a confronto i punti di vista di quattro generazioni di nostri connazionali e, tra le caratteristiche che hanno in comune, è emerso che il 47% di loro ritiene che Birra Moretti sia il brand di birra che meglio interpreta i valori degli italiani.

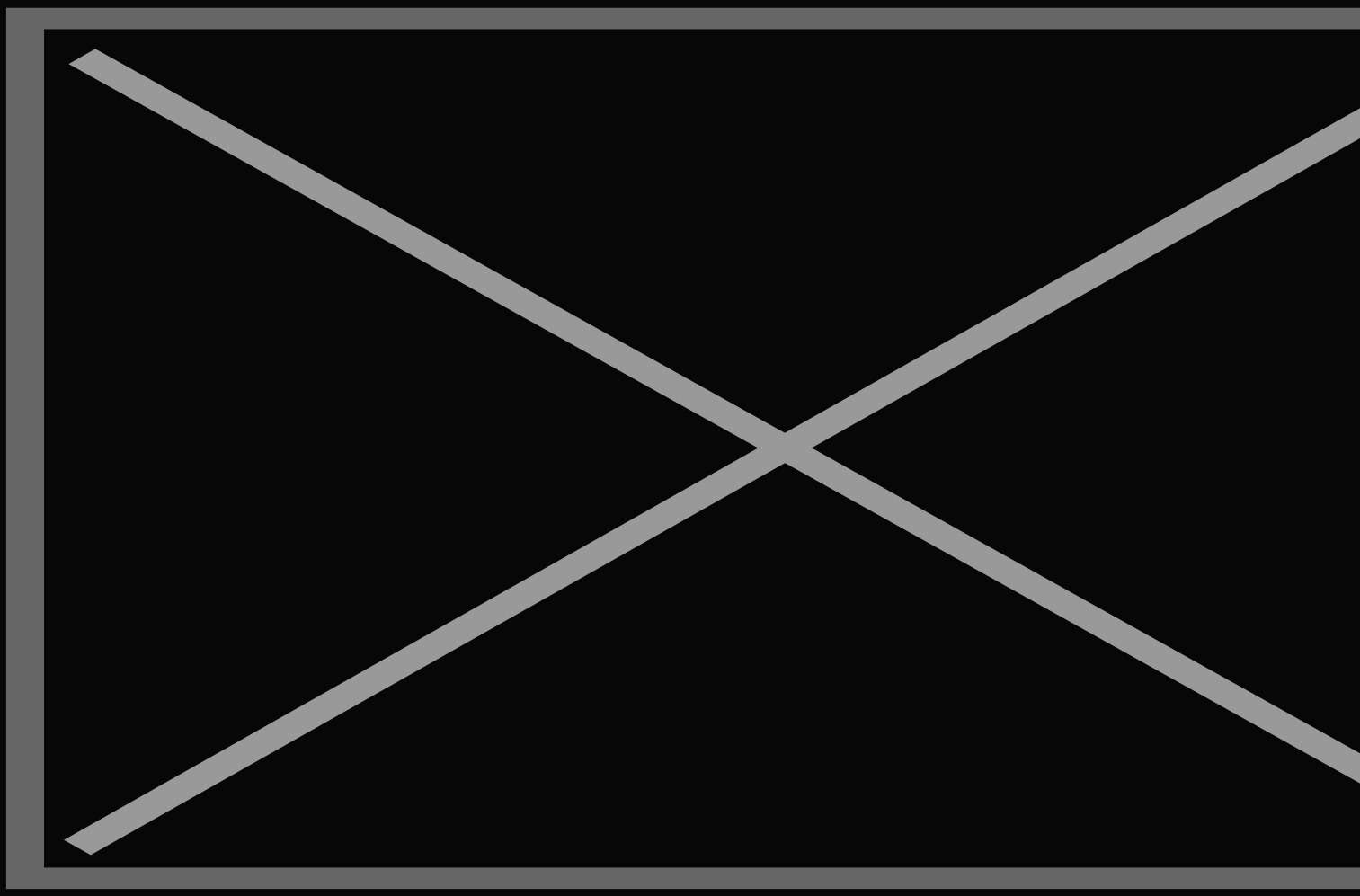
LE SFUMATURE DISTINTIVE DELL'ITALIANITÀ SECONDO LE GENERAZIONI

Un mix di saper fare e saper vivere. Più che una fotografia statica il concetto di italianità è un film in movimento in continua evoluzione. L'indagine AstraRicerche - Birra Moretti ha evidenziato **importanti differenze tra le generazioni**, nell'esprimere il loro pensiero sui valori e le caratteristiche proprie degli italiani. A partire dai giovanissimi.

Il tratto distintivo legato all'Italianità in cui si riconosce la Generazione Z, rispetto alle altre generazioni, è l'**ironia** (32%). I più giovani pensano anche agli Italiani come a un popolo altruista (27%), si sentono più aperti mentalmente rispetto alle generazioni che li precedono, si riconoscono nell'autenticità

(24%): essere noi stessi così come siamo. I Millennials invece, più delle altre generazioni, individuano nella **ricerca del benessere e della felicità sia fisica che mentale** (35%) una delle caratteristiche proprie degli Italiani.

Infine, se la Generazione X riconosce soprattutto nella creatività (33%) l'atteggiamento proprio dell'Italianità, i Baby Boomers - rispetto a chi li segue a livello generazionale - guardano agli Italiani in particolare come un popolo che ha a cuore la **sostenibilità** (28%).



LO STEREOTIPO PIU DETESTATO DAGLI ITALIANI? ESSERE CONSIDERATI SENZA REGOLE

Parlano con le mani, chiassosi, modaioli, ritardatari cronici: sono innumerevoli le etichette messe addosso agli italiani nel corso degli anni. Dalla ricerca è emerso infatti che, per quasi 1 italiano su 2 (45%), lo **stereotipo più detestato** è quello di essere considerati un **popolo di indisciplinati**, un giudizio osteggiato in particolare dalla Generazione Z. A seguire gli italiani indicano tra le etichette più odiose l'essere considerati **'mammoni'** (34%) e **troppo gesticolanti e chiassosi** (30%). Giudizi diffusi ma reputati più accettabili dai nostri connazionali sono l'individualismo e la troppa sicurezza di sé (20%), insieme all'essere considerati troppo modaioli (17%).

L’OCCASIONE CONVIVIALE TIPICAMENTE ITALIANA? MANGIARE A CASA CON GLI AMICI

Dall’indagine è emerso come la **convivialità** a tavola è uno dei momenti che rappresenta al meglio lo stile di vita italiano. Tra le “occasioni” in grado di unire gli italiani, al primo posto troviamo i pranzi, gli aperitivi e le cene a casa con gli amici” (48%), seguito dalla **visione** condivisa di **grandi eventi sportivi** come i Mondiali di Calcio (38%) o semplicemente dal mangiare fuori casa in compagnia di chi ci fa stare bene (38%). Più staccate la partecipazione a iniziative che riguardano il benessere della comunità nella quale si vive (20%) o ad eventi culturali (16%) In particolare, tra le occasioni gastronomiche tipicamente italiane i nostri connazionali apprezzano molto il tradizionale **pranzo della domenica** (42%) – molto più amato da Baby Boomers, meno dalla Gen Z – ma anche le serate in pizzeria con gli amici (25%). Riscuote consensi anche lo **street food**, modalità casual scelta soprattutto dagli under 25.