Indagine Assobirra: per 1 italiano su 2 la birra fa parte della quotidianità

20251127093556img1

La birra continua a riflettere i cambiamenti sociali e culturali dell'Italia. Non più solo bevanda, ma simbolo di socialità, piacere e condivisione, affiancato da una crescente attenzione all'equilibrio e alla responsabilità. A mettere in file il sentiment degli italiani verso la bevanda arriva la nuova indagine di BVA Doxa per il Centro Informazione Birra (CIB), sulla base del quale AssoBirra fotografa come ogni anno l'evoluzione del rapporto tra la birra e gli abitanti dello stivale.

Entrando nel dettaglio, per oltre due terzi degli italiani la birra appresenta prima di tutto un'occasione per stare insieme, valore condiviso tra tutte le generazioni, con una sensibilità particolarmente alta tra gli adulti. Dalle festività al Dry January, dagli incontri tra amici ai momenti di relax individuale, la birra assume inoltre nuovi significati, accompagnando scelte sempre più consapevoli e moderate, dove però elementi come convivialità, identità e consapevolezza la fanno da padrone nelle abitudini degli italiani.

L'EVOLUZIONE DEL RUOLO DELLA BIRRA

Secondo il report di BVA Doxa per AssoBirra, per 1 consumatore su 2 (49%) la birra è ormai parte della quotidianità: il 55% degli italiani dichiara che è passata dall'essere una bevanda occasionale a un prodotto gustato in molte situazioni diverse - dal relax in casa alle serate tra amici - con un picco tra la Generazione X (57%), seguita dai Millennials (55%) e dalla Gen Z (49%). Per il 59% degli intervistati, rappresenta un simbolo di convivialità e condivisione, mentre il 46% la associa al piacere di un momento di relax e benessere, con un entusiasmo più marcato tra i Millennials (53%).

Oggi la birra viene inoltre percepita sempre più come una bevanda di qualità: per 1 italiano su 3 (35%) rappresenta autenticità e artigianalità (con un picco del 37% tra la Gen X) mentre per 4 italiani su 10 (40%) è espressione di valori ambientali e sostenibili, con una sensibilità che cresce tra i più giovani (46% nella Gen Z). Inoltre, quasi 1 italiano su 5 (19%) la associa alle feste e ai momenti di

celebrazione, segno di come la birra sia diventata un linguaggio comune della convivialità, accanto al vino e ad altre bevande simbolo della tradizione italiana.

FESTE, RITUALI E AMICIZIA

Dalle tavole familiari alle celebrazioni collettive, la birra conferma il suo ruolo centrale nei momenti di incontro e convivialità. È la protagonista indiscussa dei ritrovi tra amici (73%), ma anche delle feste tradizionali (58%) e degli eventi sportivi (39%), con una presenza costante nei ritrovi familiari (33%) e nelle celebrazioni collettive (32%).

La Gen X e i Millennials risultano le generazioni più legate alla birra, rispettivamente per la sua capacità di rafforzare le connessioni e per la sua dimensione di piacere e condivisione. La Gen Z, invece, ne privilegia l'aspetto più leggero e informale, soprattutto nei momenti di socialità spontanea. La convivialità resta un valore importante, ma oggi si concentra sempre più in momenti selezionati e significativi. Fuori casa si prediligono uscite mirate, con attenzione alla scelta dei locali e alla ricerca di offerte o menù convenienti, mentre tra le mura domestiche cresce la tendenza alla home dining: si cucina di più, si gestiscono con cura gli acquisti e si riduce anche il ricorso al delivery. Gli alcolici vengono valutati per prezzo e occasione, trasformando l'esperienza sociale in un vero investimento di tempo e risorse. In questo contesto, la convivialità non scompare ma diventa più consapevole, bilanciando piacere, risparmio e cura della propria esperienza domestica e fuori casa.

Durante le festività, il principale driver di scelta della birra resta il gusto piacevole e versatile (56%), seguito dalla capacità di favorire la convivialità senza eccessi (44%) e di accompagnare i momenti di relax e divertimento (44%). Tra le generazioni emergono sfumature diverse: i Millennials e la Gen X la scelgono come bevanda di piacere e condivisione (oltre il 55%), mentre la Gen Z apprezza il suo contenuto alcolico moderato (39%) e la possibilità di viverla come scelta equilibrata e sociale.

LA NUOVA CULTURA DELLA MODERAZIONE

La moderazione si conferma un tratto comune a tutte le generazioni: la Gen Z la vive come espressione di benessere e sostenibilità, mentre la Gen X la considera una scelta di lucidità e controllo, motivata dal desiderio di "mantenere la chiarezza mentale" (oltre 1 italiano su 3, il 36%). Un contesto in cui si afferma il fenomeno dei "sober curious", ovvero di chi sceglie di bere in modo più consapevole, senza rinunciare del tutto all'alcol ma selezionando con maggiore attenzione qualità, gusto e contesto. Un trend che racconta una nuova cultura del bere, più riflessiva e curiosa, in cui l'esperienza conta più della quantità.

In questo scenario, negli ultimi anni anche in Italia iniziative come il Dry January - il mese dedicato all'astensione dal consumo di alcol - stanno diventando un fenomeno sempre più considerato. La conoscenza del Dry January nel nostro Paese è ancora limitata (solo il 23% dichiara di conoscerlo bene), ma l'interesse cresce rapidamente soprattutto tra i più giovani. La Gen Z si distingue infatti come la generazione più informata e sensibile verso questo tema. Le motivazioni che spingono ad aderire al Dry January sono legate soprattutto al benessere personale: molti scelgono di partecipare per migliorare la salute (31%), purificarsi dopo gli eccessi delle feste (31%) o ridurre il consumo abituale (29%). Tra chi non lo ha ancora sperimentato, oltre la metà dichiara di star valutando l'idea di provarci in futuro, a testimonianza di come il Dry January stia contribuendo a diffondere una nuova cultura della moderazione, fondata sull'equilibrio e sulla consapevolezza più che sulla rinuncia.

"*Questa nuova edizione del CIB ci racconta come la birra continui a evolversi insieme agli italiani, accompagnando i cambiamenti sociali e culturali del Paese*", commenta Andrea Bagnolini, direttore generale di AssoBirra. "*Oggi la birra non è più solo simbolo di convivialità, ma anche espressione di equilibrio e consapevolezza: dai momenti di festa alle iniziative come il Dry January, emerge un approccio più maturo e responsabile al consumo. È un segnale positivo che ci spinge, come filiera, a continuare a promuovere una cultura del bere fondata su qualità, socialità e moderazione, valorizzando il ruolo della birra come compagna autentica dei momenti che uniscono*".

CULTURA BIRRARIA, RICERCA E INNOVAZIONE: LA PAROLA ALL'ESPERTO

Dall'analisi dei dati del nuovo CIB emerge infine come la birra rifletta i cambiamenti sociali e culturali del Paese, coniugando tradizione e modernità e rispondendo a una crescente domanda di autenticità, equilibrio e consapevolezza. "*La birra sta assumendo significati nuovi per tutte le generazioni. Per i più giovani è sempre più una scelta identitaria, legata a qualità, autenticità e moderazione; per gli adulti rimane soprattutto un simbolo di socialità e tradizione, ma con una crescente attenzione all'equilibrio. Allo stesso modo, fenomeni come il Dry January testimoniano una maturazione culturale: non si tratta di rinunciare, ma di scegliere con consapevolezza quando e come bere, trasformando la convivialità in un'esperienza più riflessiva e attenta al benessere*", commenta a questo proposito Ombretta Marconi, direttrice del CERB dell'Università degli Studi di Perugia.

Oltre agli aspetti culturali, Marconi sottolinea come questa evoluzione sia sostenuta da un cambiamento più ampio nella percezione della qualità e dell'innovazione legata alla birra. Ricerca scientifica, processi produttivi avanzati, valorizzazione delle materie prime italiane e approcci sostenibili contribuiscono a rafforzare la fiducia dei consumatori e a rendere la birra un prodotto

sempre più in linea con i valori contemporanei, quali responsabilità, trasparenza e attenzione all’ambiente. "*La filiera birraria italiana sta vivendo una fase di grande trasformazione: qualità, sostenibilità e innovazione diventano oggi i pilastri che guidano lo sviluppo del settore. La ricerca scientifica, dalla selezione delle materie prime agli studi sui processi produttivi, è fondamentale per costruire una birra capace di raccontare un’Italia moderna, competitiva e responsabile, dove tradizione, territorio e tecnologia dialogano per creare valore economico, sociale e culturale*", aggiunge la docente.

“*La birra si conferma una bevanda capace, pur mantenendo la sua anima democratica e popolare, di arricchirsi di significati nuovi, combinando gusto, qualità e consapevolezza, e riflettendo stili di vita sempre più attenti ed equilibrati*”, conclude Bagnolini. “*Dalle occasioni di festa alla quotidianità, la birra continua inoltre ad interpretare un linguaggio comune capace di unire generazioni, contesti e momenti diversi, mantenendo intatto il suo valore di spontaneità e convivialità”*.