# La birra? I netsurfer amano la bionda

img952-7b1a1b1f

Di birra il web parla e lo fa con competenza crescente. E con una consapevolezza che in quattro anni (cioè da quando sono iniziate le nostre rilevazioni ) si è andata ulteriormente affinando. Prova ne è il fatto che oggi di birra si discute più su blog e forum (quindi con maggior profondità e pertinenza) che sui social, dove invece prevale un approccio più approssimativo. E che la partecipazione degli influencer, in rapporto a quella dei naviganti comuni, è decisamente elevata: il doppio circa rispetto alla media del web. La birra alla spina e quella artigianale sono il vero richiamo per gli appassionati, mentre è in calo costante il numero di coloro che si recano in un locale anteponendo gli scopi puramente mondani a quelli della degustazione.

**AMBIENTI WEB**

2017 2016 2015 2014 Blog e Forum 86% 85% 82% 78% Social Media 14% 15% 18% 22% 100% 100% 100% 100%

**TIPOLOGIA DI NETSURFER**

2017 2016 2015 2014 Influencer 48% 48% 47% 43% Naviganti comuni 52% 52% 53% 57% 100% 100% 100% 100%

**L’ANALISI DEL TRIENNIO**

Continua da tre anni la crescita dei pareri riguardanti la birra artigianale e alla spina, anche se l’aumento percentuale anno su anno è in calo; diminuiscono costantemente i mood riguardanti la birra in bottiglia e lattina.

**PARERI RIGUARDANTI LE VARIE TIPOLOGIE DI BIRRA**

2017 2016 2015 2014 Birra artigianale 54% 53% 51% 48% Birra in fusto /alla spina 41% 40% 39% 37% Birra in bottiglia /lattina 5% 7% 10% 15% 100% 100% 100% 100%

**I PRINCIPALI TEMI AFFRONTATI (pareri multipli)**

2017 2016 2015 2014 Informazioni su birrerie, birrifici, negozi specializzati 58% 56% 53% 49%

Opinioni sui metodi di produzione 36% 34% 32% 29% Informazioni su oggetti da collezione, gadget 15% 15% 16% 18% Commenti su marchi appartenenti a leader di mercato 9% 9% 10% 12%

Come possiamo notare, sono in costante crescita da tre anni gli scambi di informazioni su birrerie, birrifici, negozi specializzati e i pareri sui metodi di produzione; mentre si sono fermati ai livelli del 2016 sia lo scambio di informazioni su oggetti da collezione e gadget, sia quello dei pareri riguardanti i marchi appartenenti ai leader di mercato. Il volume di opinioni su birrerie, birrifici, negozi specializzati e metodi di produzione è praticamente 4 volte il volume dei restanti pareri.

**TERMINOLOGIA TECNICA**

Ad ulteriore conferma di come stia crescendo l'attenzione per il prodotto birra, è interessante vedere in che misura vari la ricorrenza di termini utilizzati tipicamente da appassionati e intenditori (1) e quella di termini ascrivibili alla sfera della produzione (2). In entrambi i casi, infatti, vediamo come i mood di appassionati e intenditori crescono da tre anni.

**TERMINI TECNICI UTILIZZATI**

1) altbier, barley, dubbel, gueze, helles, kolsh, marzen, oud bruin, rauchbier ecc.

2) saccharomyces, cerevisiae, carsbergenis (uvarum), brassaggio, germinizzazione, torrefazione ecc.

2017 2016 2015 1) +5% sul 2016 +6% sul 2015 +7% sul 2014 2) +4% sul 216 +4% sul 2015 +5% sul 2014

**ABITUDINI DI CONSUMO**

Nell'85% dei casi si scrive in rete di scelta di un locale in base alla birra alla spina/artigianale che si vuole bere. È in calo costante da tre anni la talkability riguardo

la birra consumata in locali dove ci si reca per motivi mondani, per socializzare.

2017 2016 2015 2014 Si è scelta la birreria, il bar, per la birra in fusto o artigianale 47% 45% 40% 37% Si è scelto un microbirrificio, un brew pub per una specifica birra 38% 37% 34% 32% Si è scelto di bere una birra solo per motivi mondani, per socializzare 15% 18% 26% 31% 100% 100% 100% 100%

Anche i pareri scritti in rete riguardanti il prezzo sono cresciuti continuamente negli ultimi tre anni – + 600% - ed è cresciuta anche l'insoddisfazione: gli insoddisfatti riguardo il prezzo sono più del doppio dei soddisfatti.

**PARERI RIGUARDANTI IL PREZZO**

2017 2016 2015 2014 Totale pareri 19% 12% 7% 3% di cui positivi 30% 32% 37% 41% di cui negativi 70% 68% 63% 59% 100% 100% 100% 100%

**SALUTE E NUTRIZIONE**

In crescita anche i mood su salute e contenuti nutrizionali, aumentati nel triennio di oltre il 300%, con giudizi positivi superiori al 60%.

**PARERI RIGUARDANTI LA SALUTE E I CONTENUTI NUTRIZIONALI**

2017 2016 2015 2014 Totale pareri 13% 11% 8% 4% di cui positivi 61% 58% 53% 51% di cui negativi 39% 42% 47% 49% 100% 100% 100% 100%

**PROFILO SOCIO DEMO**

Negli ultimi tre anni non si segnalano cambiamenti significativi. Tre netsurfer su quattro che digitano in rete in qualità di privati consumatori riguardo la birra consumata nel canale Ho.Re.Ca., sono uomini, di età compresa tra i 18 e i 40 anni, di cultura medio elevata; digitano dal Nord nella quasi metà dei casi e da zone metropolitane e urbane nell'oltre 60% dei casi.

**Metodologia della ricerca**

Sono stati 837.118 i pareri eleggibili ai fini della web research effettuata, a fronte di 3.922.408 opinioni intercettate, nei 12 mesi del 2017, utilizzando i nostri software di analisi semantica e psicometrica, basati sull'intelligenza artificiale e sull'emulazione del funzionamento delle reti neurali. Abbiamo confrontato i dati rilevati per il 2017 con quanto precedentemente analizzato e riguardante gli anni 2016, 2015 e 2014.

***WWW.WEB-RESEARCH.IT Srl***

*È un istituto di ricerche di mercato e consulenze di marketing che offre servizi rivolti ad aziende e multinazionali presenti nel mercato domestico. Ha portato tra i primi in Italia una nuova metodologia di ricerche ed analisi di mercato: Web listening – Web research – Web monitoring. Utilizzando software di intelligenza artificiale che emulano il funzionamento delle reti neurali effettua un'analisi semantica e psicometrica dei testi presenti nel Web attribuendo loro personalità e punteggi.*
*www.web-research.it ascolta il Web per scoprire, analizzare, razionalizzare cosa i clienti reali e potenziali pensano e dicono oggi e indietro nel tempo fino agli ultimi tre anni. È il partner ideale di aziende, marchi, prodotti, servizi e personaggi pubblici con esposizione mediatica significativa.*

*www.web-research.it*
*Tel. 02.89367297 – Fax 02.89367298*
*P.zza Castello 26 – 20121 Milano*
*info@web-research.it – gianmarco.stefanini@web-research.it*

**Birra, la ripresa premia le artigianali**

**Hand pump, la birra piace “all’inglese”**