Birra con gli amici: tra voglia di normalità e bisogno di sicurezza

birra-aper3osservatorio-birra-8160bc75

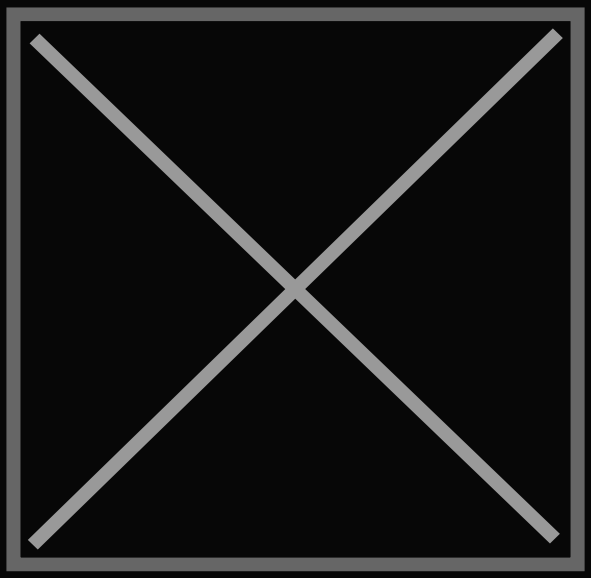
Lo studio commissionato da Osservatorio Birra all'Istituto Piepoli rivela che gli italiani hanno voglia di convivialità. E la birra, bevanda preferita, potrebbe avere un ruolo dirimente nella ripresa.

Voglia di normalità. Di tornare alle abitudini di sempre. Sì viaggiare, ma anche semplicemente condividere un brindisi in compagnia o passare una serata in pizzeria. Aspirazioni poco ambiziose entrambe ma condivise da 1 italiano su 4.

Queste alcune delle evidenze della ricerca "Il nuovo fuori casa degli italiani" commissionata da Osservatorio Birra all'Istituto Piepoli.

Voglia di tornare ad uscire e incontrarsi ma anche un maggior senso di responsabilità.

E di prudenza, come dimostra il fatto che 6 su 10 prenderanno degli accorgimenti per una vacanza più sicura: propendendo per viaggi brevi (21%), oppure restando insieme ad amici o famiglia nella casa di proprietà o affittata per l'occasione (32%). E poi c'è pure chi **(2 italiani su 10) ha scelto di non andare in vacanza**, rimandando al futuro partenze ed eventuali incontri poco distanziati.



Attenzione e prudenza, ma anche una quotidianità 'più normale' di quella vissuta nei mesi scorsi.

Da qui il desiderio di riconquistare la convivialità perduta e quei momenti di socializzazione da vivere fuori casa, con amici e famigliari. In generale, la quasi totalità degli italiani (92%) ritiene importante tornare a condividere il tempo libero fuori casa.

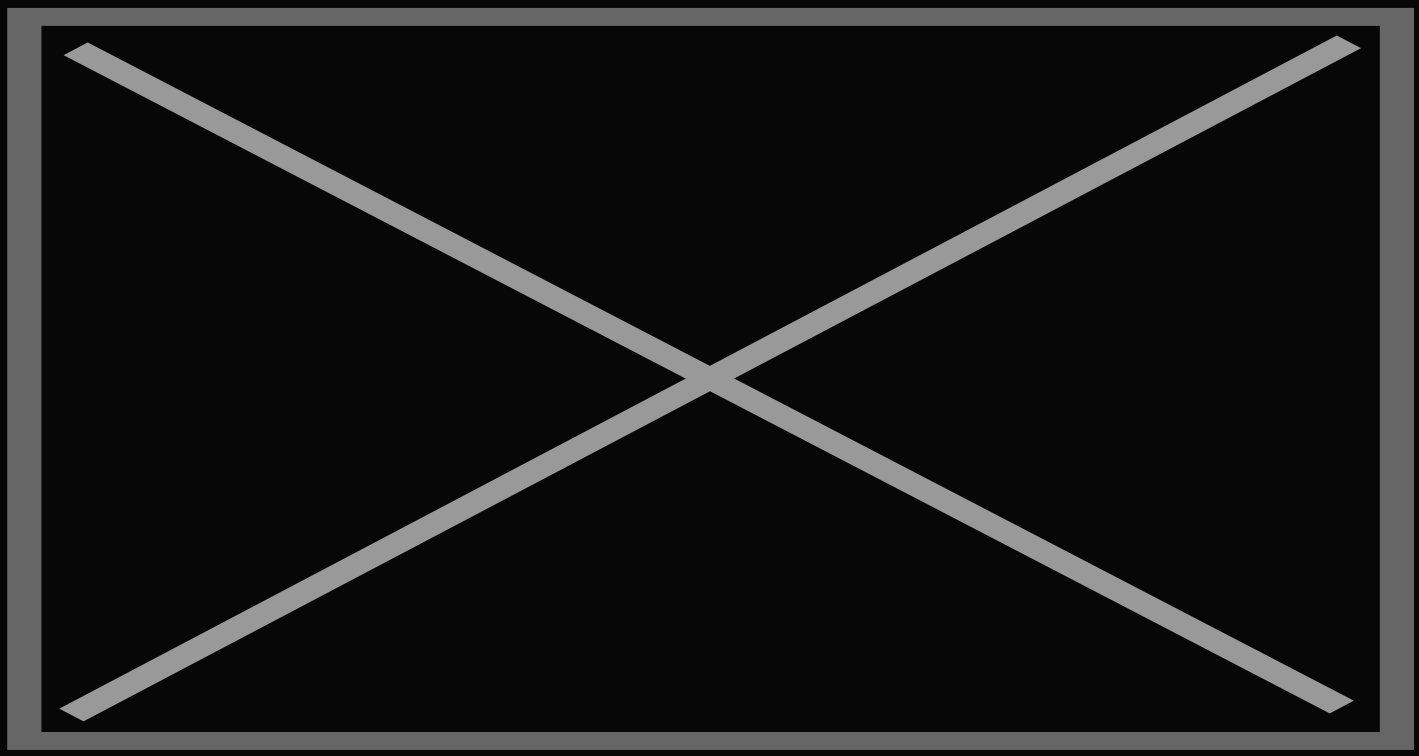
Ma nei mesi di restrizioni sono gli appassionati di birra ad aver sentito più di tutti (l'82% contro il 69% dei non consumatori), la mancanza di luoghi di aggregazione come bar, ristoranti, pizzerie, pub e locali.

E saranno sempre loro il motore della ripartenza del fuori casa. Quasi 8 beer lover su 10 (78%) dichiarano che passeranno più tempo condiviso al di fuori delle mura domestiche nei prossimi mesi, contro il 71% dei non consumatori.

Birra il pole, seguono vino, acqua e caffè

Con il 61% delle preferenze, la birra, è stata la più consumata in questo periodo di graduali riaperture, davanti a caffè (43%), acqua (34%) e vino (38%). E, nelle intenzioni degli italiani,

resterà la più bevuta fuori casa anche nei prossimi mesi, doppiando, con il 67% delle preferenze, caffè (28%), aperitivi e cocktail (24%).



Birra: dove, quando e con chi

Per 7 italiani su 10 la birra si conferma un piacere conviviale. **9 consumatori su 10 (92%) la bevono sempre a pasto o a ridosso del pasto**. La cena è l'occasione di consumo più gettonata (78%, con punte tra gli over 35), davanti ad aperitivo e dopocena (rispettivamente (18% e 21%, specie tra i più giovani). Con una costante: la birra si beve sempre in compagnia, che siano amici (54%) o famiglia (41%).

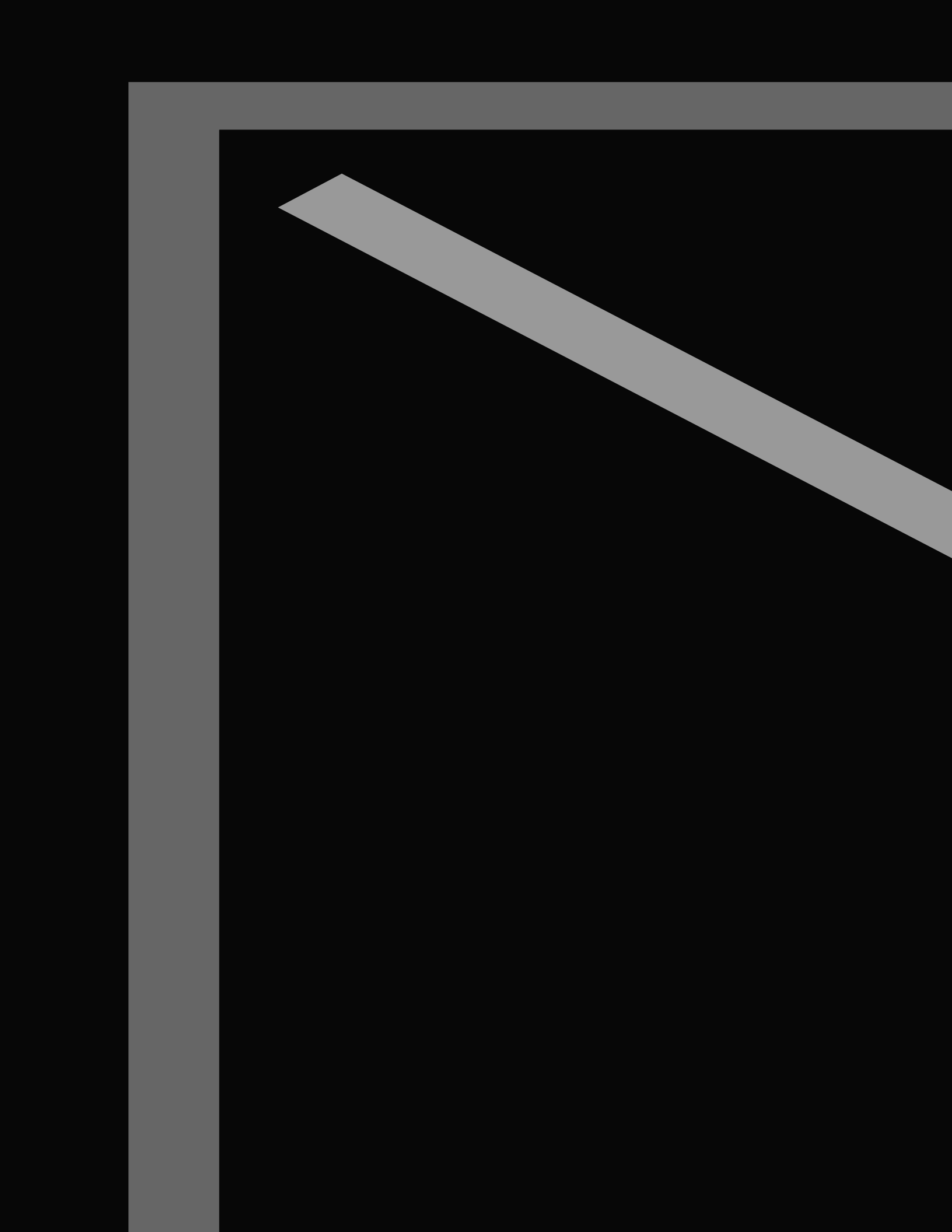
Quanto al 'dove' nessuna pregiudiziale

Di certo, con la possibilità di tornare a frequentare bar, pub, ristoranti, e pizzerie, la maggioranza (6 beer lover su 10) ne aumenterà le occasioni di consumo fuori casa. Andando quindi a colmare quei momenti di socialità quotidiana che tanto sono mancati in questi mesi di restrizioni: nell'ordine, "la serata pizza & birra fuori casa" (38%), o "le uscite con gli amici davanti a una birra" (35%). Le citazioni per "il piacere di una birra alla spina servita al tavolo" (16%), e "tornare a scoprire nuove birre nel proprio locale preferito" (5%) confermano l'importanza dei luoghi del fuori casa per fare cultura di prodotto.

Secondo la ricerca, per gli appassionati la birra è simbolo dei momenti sociali fuori casa (26%). E c'è un 16% che la considera addirittura imprescindibile in luoghi come ristoranti, pizzerie, pub, bar e altri locali.

Per questo, il 54% degli intervistati ritiene che la birra possa essere un ingrediente fondamentale per aiutare la ripresa del fuori casa.

Quanto alla tipologia del locale, ristoranti e pizzerie (49%) sono il luogo simbolo del fuori casa associato alla birra (specie tra gli over 35), davanti al pub (che è a quota 27%, ma risulta il favorito tra i più giovani), bar e altri locali (11%).



‘Ombelico’ della ripresa

Che la birra, ed i suoi estimatori, siano un elemento cardine per la ripresa del settore del fuori casa lo **conferma anche una survey che Osservatorio Birra ha somministrato agli associati di Noi di Sala,** che raggruppa i professionisti italiani d’eccellenza della sala e della cantina **per scoprire il ruolo della birra nel business dei pubblici esercizi e quale sarà il futuro della birra nel fuori casa.**

Secondo gli addetti ai lavori, birra, socializzazione e punti di consumo sono legati a doppio filo. Per il 60% degli intervistati, la birra ha un ruolo centrale nella propria offerta e, di questi, il 22% sostiene che nel 2021 sarà sempre più richiesta.

Un intervistato su 2 (**55**%) conferma che **“l’arrivo dell’estate segna l’aumento del consumo di birre”**, ma scopriamo anche che la domanda viaggia di pari passo con una maggiore cultura di prodotto: **in particolare, aumentano i clienti attenti al suo servizio (25%) e la richiesta di birre speciali (22%).**

Non è un caso, quindi che per il 25% degli intervistati afferma che una parte importante dei propri ricavi deriva dalle birre. E il **47% stima che da qui ai prossimi 5 anni la birra potrebbe avere un peso ancora superiore sulla ripresa e sui loro introiti futuri.**

Nota metodologica:

*L’**Osservatorio Birra,** promosso dalla Fondazione Birra Moretti, produce analisi, studi e ricerche sul mercato, l’industria, il consumo e il futuro della bevanda più diffusa al mondo.*
*La **ricerca “Il nuovo fuori casa degli italiani”** è stata commissionata da **Osservatorio Birra** all’ **Istituto Piepoli e realizzata su un campione di 1000 italiani tra i 18 e i 64 anni.***