

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



*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.*

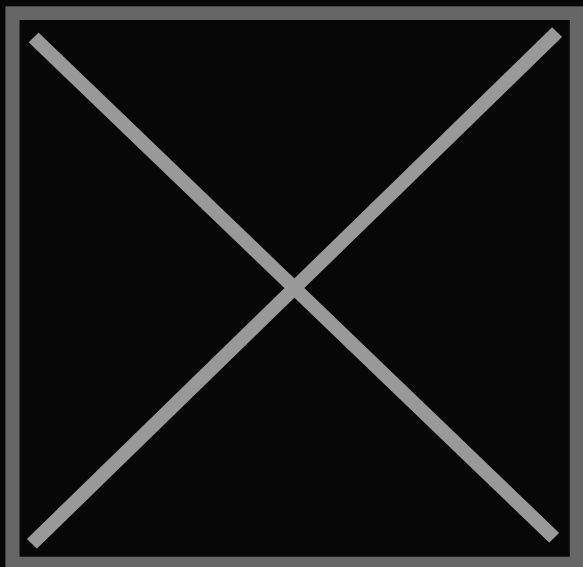
**Voglia di normalità. Di tornare alle abitudini di sempre. Sì viaggiare, ma anche semplicemente condividere un brindisi in compagnia o passare una serata in pizzeria. Aspirazioni poco ambiziose entrambe ma condivise da 1 italiano su 4.**

**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.

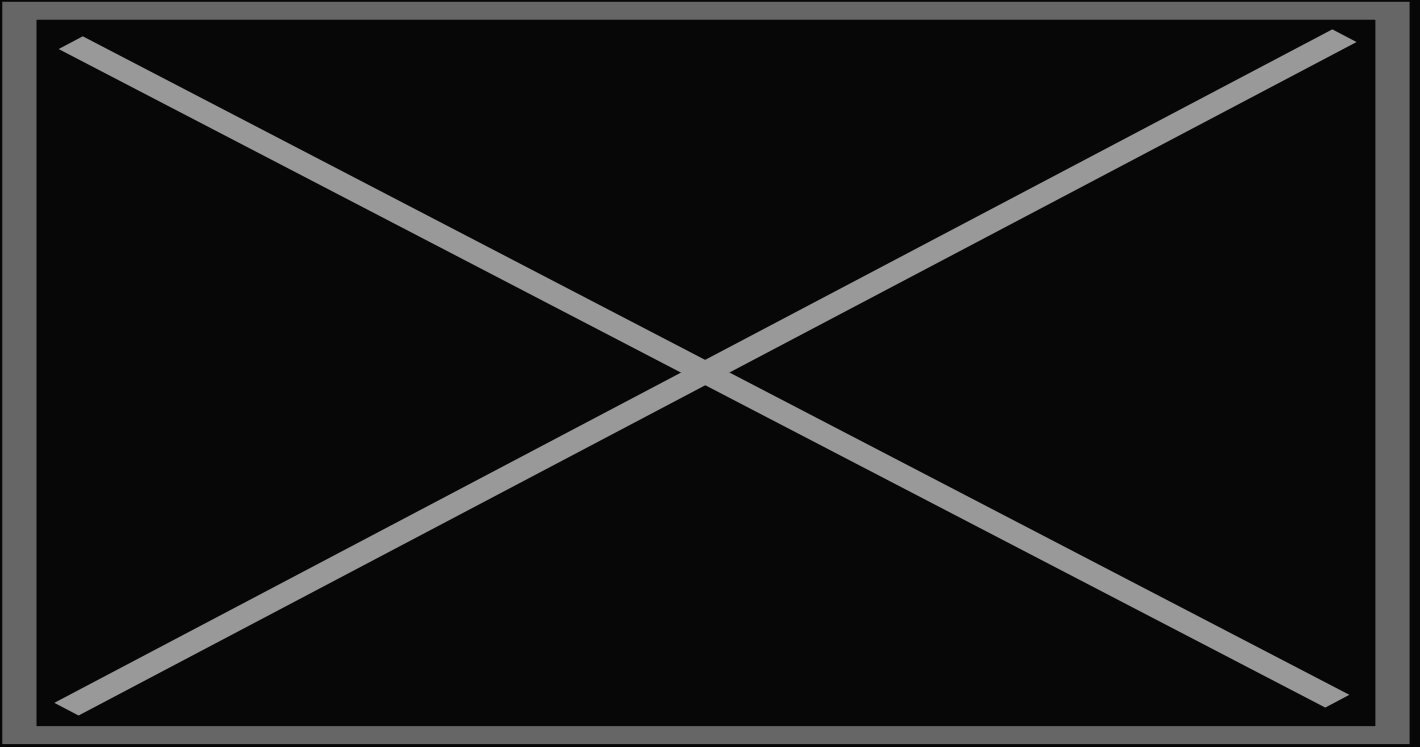
Da qui il desiderio di riconquistare la convivialità perduta e quei momenti di socializzazione da vivere fuori casa, con amici e famigliari. In generale, la quasi totalità degli italiani (92%) ritiene importante tornare a condividere il tempo libero fuori casa.

**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%).

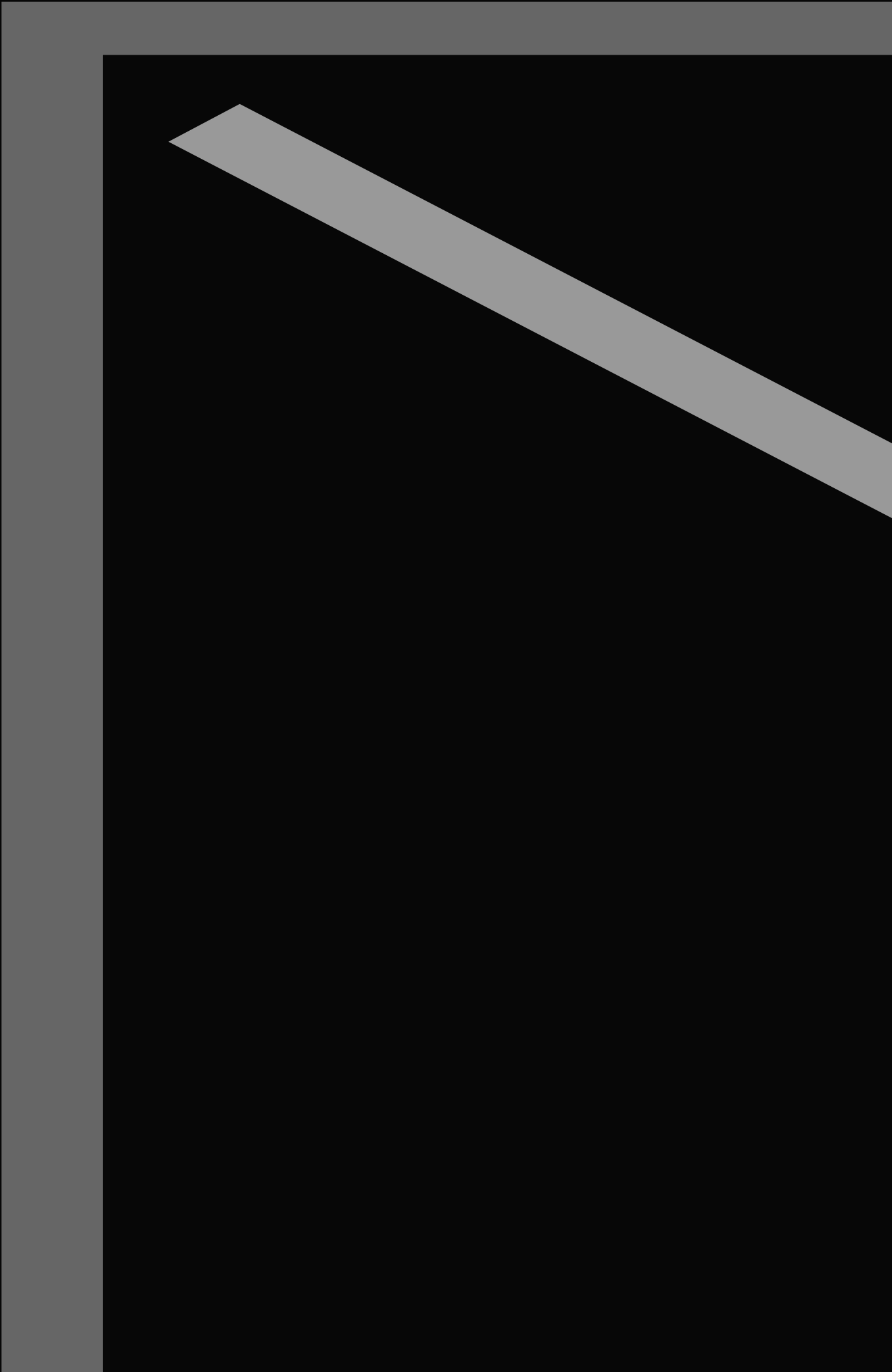
## **Quanto al 'dove' nessuna pregiudiziale**

**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.*