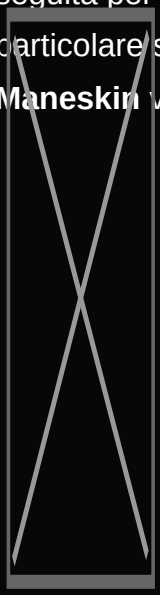
Heineken: tutti gli eventi inaspettati per gli italiani nel 2021

heineken-00-e-007-james-bond-the-unexpected-0a33426e

In vetta alla classifica c’è la vittoria a **Euro 2020**, seguita con un po’ di distacco dal trionfo dei Maneskin all’Eurovision. Sono i risultati di una ricerca condotta da Human Highway in collaborazione con **Heineken**, che ha stilato la classifica degli eventi più inaspettati del 2021 per gli italiani e ne ha analizzato le reazioni.

Al primo posto tra gli eventi inaspettati ci sono i trionfi sportivi: per il 35,2% degli intervistati, l’evento che ha colto maggiormente di sorpresa è stata la vittoria agli europei di calcio, seguita per il 27,7% del campione dall’ottimo posizionamento alle **Olimpiadi di Tokyo2020** – con particolare sorpresa per la vittoria nei 100 metri di Marcell Jacobs. Anche il mondo della musica, con i **Maneskin** vincitori dell'Eurovision, ha suscitato stupore nel 17,3% degli intervistati.



Nella vita di tutti i giorni la possibilità di ritrovare passioni e momenti di condivisione dopo tanto tempo, sono state vissute come “occasioni inaspettate” dal campione degli intervistati. Il 64% di loro, infatti, ha dichiarato di essersi **sorpreso per la possibilità di tornare a vivere le proprie passioni** e

momenti di svago, come ad esempio l’essere potuto andare in vacanza (18%) o l’aver incontrato persone che non vedeva da tempo (14,8%).

Ma qual è l’atteggiamento degli italiani nei confronti dell’inaspettato? Il 67,6% degli intervistati affronta le **situazioni inattese con un atteggiamento positivo**: coraggio, speranza e determinazione sono infatti alcune delle parole che vengono maggiormente associate. Una reazione che assume sfumature diverse a seconda dell’età: dalla ricerca condotta per Heineken® emerge in particolare che gli adulti fra i 35 e i 54 anni reagiscono all’imprevisto in modo più “razionale”, affrontandolo con il sorriso. I più giovani (18-34 anni), invece, vivono gli eventi inattesi con emozioni più forti e contrastanti, tipiche dell’età che li contraddistingue. Tra le parole chiave utilizzate da questo cluster spiccano: Curiosità, Tenacia, Gratitudine.

Tra le novità del 2021 messi in luce dalla survey, non manca la sempre maggiore **attenzione al tema del benessere**: sono infatti sempre di più i giovani che mostrano interesse nel voler provare i prodotti analcolici, come dimostra il fatto che il segmento di coloro che non hanno mai provato la birra analcolica - ma vorrebbero farlo (11,8%) - è popolato soprattutto dai più giovani (20,8% tra i 18 e i 24 anni e 21,9% nei 25-34enni). Chi invece ha dichiarato di aver già consumato la birra analcolica, lo ha fatto principalmente in occasione dei pasti (37,3%): a cena a casa in settimana (26,3%), a pranzo o cena fuori (18,6%), a cui seguono altre situazioni, come momenti di svago o relax da solo (9,9%).

Più in generale, l’identikit dell’**estimatore della birra analcolica** (quasi uno su tre) rivela il profilo di un uomo tra i 35-44 anni, con uno stile di vita attivo, attento al proprio benessere e amante dello sport. Più o meno l'identikit in cui potrebbe rientrare “James Bond”, il famoso agente segreto del controspionaggio inglese, che nel suo ultimo film **No Time To Die** si trova a scegliere una birra "zero alcol" Heineken come drink preferito.