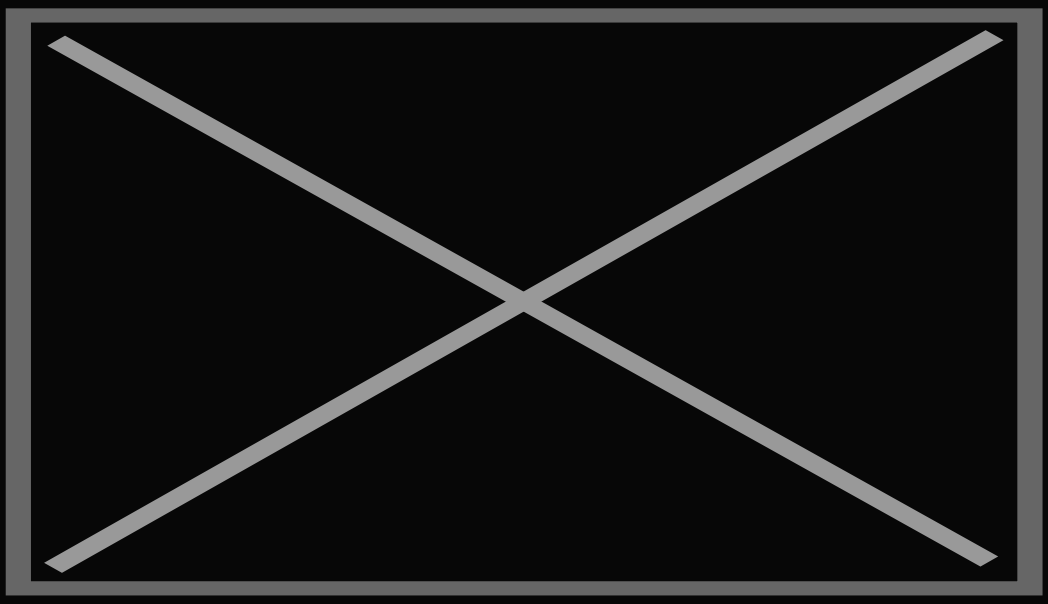
Fuori casa: boom della birra, più delivery e orari flessibili

5-osservatorio-birra-ade81fa7

Menù più snelli (ma sempre di qualità), più delivery e asporto, attenzione al fattore prezzo, orari più flessibili e all-day-dining. Il fuori casa tricolore sta cambiando e per la ripresa investe sulla birra.

La conferma arriva da uno studio Piepoli/**Osservatorio Birra** che ha intervistato 200 gestori e proprietari di ristoranti, pizzerie, bar, pub, hotel e locali del Paese. Al centro della nuova normalità, una bevanda come la birra che sia chiara (56,2%) o artigianale (45,3%), la farà da padrona nel futuro dell'Horeca. Vino (bianco e rosso) finiscono, invece, al terzo posto (43,8%), cocktail e spirits al quarto (42,7%), lo spumante al quinto (19,8%), mentre anche birre low-alcohol e analcoliche (10,4%) avranno un ruolo sempre crescente.

Lo studio, realizzato in collaborazione con **Partesa**, la più grande azienda di distribuzione food&beverage in Italia, mostra quanto il Covid abbia lasciato il segno sul fuori casa. Negli ultimi 2 anni, la metà dei locali (53,1%) ha avuto un calo di fatturato. E 1 su 5 (22,9%) è stato costretto a ridurre il personale. Ma c'è di più: **il 60,4% dei locali - dopo la pandemia - hanno cambiato profondamente il loro business**, rivedendo prezzi e offerta (34,4%), aprendosi al delivery e all'asporto (21,9%), immaginando menù con meno portate (19,8%) e ampliando le fasce orarie di apertura, per intercettare nuove occasioni di consumo (16,1%). Sul fronte degli investimenti, il 58,3% dei locali, nonostante le difficoltà, sta spendendo cifre, in media, entro i 20 mila euro per adeguarsi alle nuove esigenze di oggi e, soprattutto, di domani.

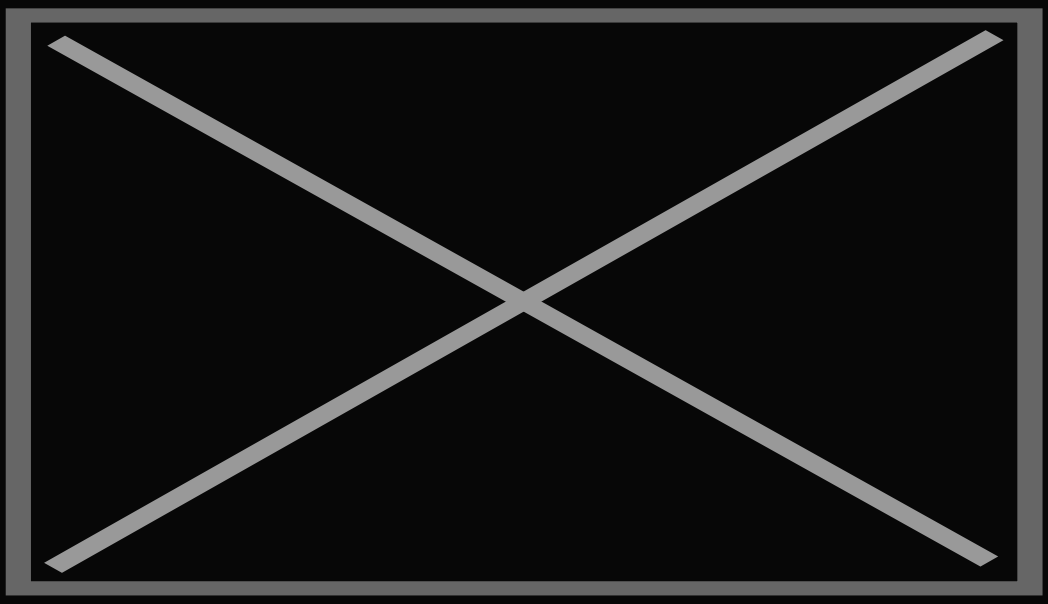


Nuovi trend: tradizione, sostenibilità e flessibilità

Per un fuori casa che sta cambiando, il primo trend attivo è quello di un ritorno alla **tradizione**, all'insegna della qualità (58,3%), di cui parla anche il boom delle trattorie moderne, quelle del "cibo come una volta" (12,5%). Seconda tendenza emergente, quella che parla di più **sostenibilità** nel piatto e nel bicchiere (12,5%). Terzo asse del cambiamento è la **flessibilità**, che si traduce in ampliamento delle fasce orarie di aperture e servizio e nella formula dell'all-day dining (17,7%).

Un fuori casa con la birra al centro

Le risposte degli addetti ai lavori delineano un futuro più 'liquido' rispetto alle vecchie coordinate del fuori casa; momenti e finestre temporali finora definite e sequenziali (colazione-spuntino-pranzo-aperitivo-cena) domani si dilateranno sempre di più. Simbolo di questo cambiamento è la transizione dall'aperitivo all'italiana al **tapeo tipico della tradizione spagnola**, che prevede l'assaggio di cibo e bevande per tutto il pomeriggio. "*Queste nuove occasioni di consumo, sempre nel segno della convivialità e della cultura di prodotto, premiano la birra*", afferma Massimo Reggiani, ad di Partesa. "*Parliamo di una bevanda poco o per nulla alcolica, leggera e trasversale, già amatissima dagli italiani e perfetta per conquistare queste nuove occasioni di consumo*".



Un futuro con più birra per il 60,6% dei locali

Già oggi la birra è un ingrediente strategico per la ripresa dei luoghi del fuori casa, dove questa bevanda ha un peso strategico sempre più rilevante, con un valore condiviso di 4.385 milioni di euro. In generale, gli addetti ai lavori del fuori casa apprezzano la dimensione socializzante della birra nei locali. Se per il 35,9% dei locali italiani la birra è già oggi centrale nella propria offerta (e per questo non crescerà in futuro), **il 60,6% dei rispondenti dice che ci sarà sempre più birra domani nei loro locali**, mentre tra 5 anni raddoppieranno i locali per i quali la bevanda rappresenta oltre il 50% del business.