Report Carlsberg: vincono le birre premium e no alcohol

20240801093538shutterstock-2478772515-de8ba4d4

Ascesa dei prodotti premium, dettata dalla ricerca di esperienze di gusto più sofisticate, e **crescente attenzione per il no alcol**: sono queste le due **principali tendenze** nel comparto birrario italiano sulle quali Carlsberg Italia punta i riflettori a poche ore dalla Giornata Internazionale della Birra che si celebra il 2 agosto.

Nonostante lo scenario economico incerto a causa dell'inflazione, il **settore si dimostra dinamico e in ripresa** tanto da segnare, secondo i dati IRI, un **+2,3% dei volumi** con un **+3,8% nel canale Horeca** e **+2,8% nel canale della Gdo**. L'uscita da anni difficili segnati dalla pandemia ha portato una maggiore voglia di convivialità e condivisione che si traduce nella **voglia di birre sempre più spesso caratterizzate da ingredienti o tecniche di produzione speciali**, come la presenza di luppoli aromatici, l'uso di spezie o la luppolatura a freddo.

*«A livello globale, **il Gruppo Carlsberg sta puntando molto sulle birre premium**, una scelta che si è tradotta con l'arrivo di **1664 Blanc**, una birra leggera e rinfrescante, perfetta per il momento dell'aperitivo, oltre al rilancio della gamma delle specialità del Birrificio Angelo Poretti, tra cui la **9 Luppoli IPA** con luppoli agrumati. Inoltre, per valorizzare gli ingredienti delle nostre ricette, grazie alla collaborazione con Italian Hops Company abbiamo introdotto in ogni birra del Birrificio Angelo Poretti una varietà di luppolo coltivato in Italia, il Cascade»,* spiega a tal proposito **Olivier Dubost**, managing director Carlsberg Italia.

Se da un lato le premium la fanno da padrone, dall'altro la scena è dominata dalle **birre alcol free**, un trend in continua crescita, specialmente tra le giovani generazioni più disponibili a sperimentare. Oggi questo è il segmento che ha registrato **l'incremento più rapido negli ultimi quattro anni:** vale **53 milioni di euro e segna un +11,4%**, secondo il report IRI, fy23. Tale crescita è in linea con l'attenzione al benessere – sia mentale che fisico – che ha portato molti consumatori a cercare alternative più "light" o senza alcol.

*«Con il Birrificio Angelo Poretti stiamo puntando su una referenza analcolica, la **4 Luppoli Zero**, che sta mostrando tassi di crescita a doppia cifra* – continua Dubost. *Abbiamo investito per produrre 4 Luppoli Zero nel nostro Birrificio a Induno Olona, e, come per gli altri prodotti a marchio Birrificio Angelo Poretti, anche questa ricetta è stata arricchita con l'utilizzo di un Luppolo coltivato in Italia».*

Un tratto imprescindibile nella filiera brassicola, infine, è rappresentato dalla **sostenibilità** che nel concreto si traduce in pratiche produttive virtuose, volte a ridurre notevolmente i consumi di acqua e gli sprechi di energia, la ricerca di un packaging sempre più ecologico e sostenibile, oltre alla promozione di buone pratiche per il consolidamento del consumo responsabile. Gli stessi **consumatori sembrano preferire brand che riescano a conciliare esperienze di gusto appaganti con un background attento alla sostenibilità e all'inclusione**.
*«Abbiamo da poco pubblicato il nostro **tredicesimo report ESG** che si rifà alla strategia di gruppo Together Towards Zero & Beyond, in cui sostenibilità e innovazione vanno di pari passo. Con il nostro sistema di spillatura proprietario, **DraughtMaster**, continuiamo a portare valore nel nostro settore, offrendo un ottimo servizio e garantendo importanti risultati in termini di rispetto dell'ambiente, riduzione degli sprechi e degli imballaggi»* conclude Dubost.