Birra: chi la conosce bene ne apprezza anche la schiuma

birra-schiuma-web-400x300-390x279-68cada76

Agli italiani la birra piace da sempre, ma è negli ultimi anni che hanno cominciato ad apprezzarla maggiormente, perché considerata leggera, versatile e democratica. A dirlo l'indagine AssoBirra/ISPO "Gli Italiani e la birra" che sottolinea come nel 2012 ad amarla sia il 71% dei nostri connazionali: ben il 20% in più rispetto al 2011. E che è addirittura la bevanda preferita per il 28,4%, parecchi di più rispetto al 2011, quindi, quando ci si attestava al 22,9%.

Peccato però che a questo generalizzato apprezzamento non corrisponda sempre un'adeguata conoscenza del prodotto.

A partire dalla sua più nota peculiarità: la schiuma, da molti vista come un elemento negativo che gonfia, appesantisce e sottrae spazio al liquido nel bicchiere.

Proprio per sfatare tanti falsi miti negativi, è stata realizzata da Nextplora (e commissionata da Heineken) l'indagine "Gli italiani e la schiuma". L'obiettivo è quello di individuare le false credenze per poi smontarle con un'adeguata formazione dei consumatori.

Vediamo allora qual è oggi il ruolo della schiuma nell'immaginario collettivo.

Il primo dato sconcertante è che per l'86% del campione coinvolto la schiuma non abbia alcuna utilità. Praticamente solo un risicato 14% è consapevole del fatto che la schiuma preservi le proprietà organolettiche della birra.

Si spiega quindi facilmente come il 48% di chi beve birra non si preoccupi della qualità del servizio e non abbia mai fatto attenzione alla birra nel bicchiere.

Una trascuratezza, questa, più visibile al Sud (54%), tra i più giovani (57%) e fra le donne (52%).

Per fortuna c’è pure un 24% del campione che vorrebbe gustare una birra con due dita di schiuma e sono più gli uomini tra i 45 e i 55 anni quelli più intransigenti su questo punto.

Cinque profili

Sulla base di queste evidenze sono emersi 5 profili del consumatore italiano.

C’è per esempio il rituale (33% della popolazione), fedele alle marche e che associa la birra ad un momento di relax.

Diverso è l’esploratore (28% della popolazione) che ama sperimentare gusti e marchi nuovi.

Poi ci sono l’impulsivo (16%) che si lascia affascinare dalle promozioni e il distratto, (15%) che sceglie la marca più per caso che in seguito a un ragionamento. Infine ecco l’esperto (8% della popolazione) che sa davvero gustare la birra, conosce il valore della schiuma e apprezza le birre speciali.

I quattro mondi

Sulla base di queste diverse modalità di approccio, è emerso che il rapporto delle persone con la schiuma si sviluppa secondo 4 driver, 4 “mondi”.

Il mondo del relax in cui la birra, simbolo di purezza e candore (e qui viene da pensare alla schiuma di Gaber) trasmette piacere, calma e serenità.

Il mondo della famiglia, in cui la schiuma, sinonimo di memoria e affettività evoca la tradizione familiare.

Il mondo della gioia, in cui la birra viene associata alla convivialità, alla condivisione e al divertimento tra amici.

E, infine, il mondo del gusto, in cui la schiuma è strettamente collegata al piacere di assaporare una buona birra.

Correlati: Accise sugli alcolici: continua la corsa agli aumenti