Birra protagonista delle vacanze degli italiani

birra-vacanza-ca3f676b

È tempo di vacanze per gli italiani che, dopo due anni di restrizioni e con una ritrovata libertà, riscoprono la voglia di viaggiare – anche di più del periodo pre-Covid – e di farlo soprattutto all'insegna di birra e cibo. Tra i driver di viaggio, gli interessi e le passioni acquisiscono un ruolo importante, tanto che si sceglie la meta estiva anche in base alle esperienze che si possono vivere durante i soggiorni stessi. In tanti partono alla volta del buon cibo e del buon bere, scegliendo di partecipare a eventi food & beverage. Proprio in questi contesti, la birra è protagonista e si conferma bevanda di accompagnamento al cibo per eccellenza, capace di esaltarne gusti e sapori.

Sono queste, in sintesi, le principali evidenze dell'indagine condotta da BVA Doxa per il Centro Informazione Birra (CIB) di **AssoBirra**, la fotografia periodica sul mondo birrario italiano attraverso lo sguardo dei consumatori, dei principali player della filiera birraria e della stessa AssoBirra. Un appuntamento fisso che, in questa edizione, accende i riflettori sul legame indissolubile tra gli italiani, il turismo e la birra e coinvolge anche Roberta Garibaldi, amministratore delegato di Enit - Agenzia Nazionale del Turismo.

NUOVE DESTINAZIONI, STESSE PASSIONI

L'Italia resta la meta privilegiata per l'estate: 1 italiano su 2 ha preferito prenotare le vacanze nel nostro Paese e solo il 16% ha scelto l'estero. Tanti in Italia, quindi, ma in destinazioni sempre diverse - il 49% per l'esattezza - e in particolare i Millennials che amano scoprire sempre luoghi nuovi. Per 1 intervistato su 5, invece estate vuol dire "tradizione" ed è un momento speciale in cui ritrovare il luogo familiare e gli amici di sempre. Ma un aspetto accomuna le scelte di molti ed è la voglia di mangiare e bere bene in viaggio. A testimoniarlo i dati: un italiano su 3 infatti predilige una vacanza alla scoperta del buon cibo abbinato al buon bere (anche di più dell'estate 2021, quando la percentuale ammontava

al 19%). Infatti, il 62% degli intervistati, almeno una volta ha scelto viaggi con finalità enogastronomiche per gustare birra e cibi locali.

A TUTTA BIRRA

L'estate si conferma la stagione d'oro per i consumi di birra. Secondo l'indagine BVA Doxa per il CIB di AssoBirra, in vacanza, gli italiani consumano birra mediamente 4 volte a settimana, in linea con le rilevazioni 2021, con un 29% che dichiara di bere birra tutti i giorni. A piacere particolarmente è l'abbinamento della "bionda più amata" con il cibo. La cena è il momento in cui la birra viene consumata maggiormente (72%), seguita dall'aperitivo (41%), il pranzo (36%), il dopo cena (31%) e, per 1 intervistato su 4, anche il pomeriggio. Quasi la totalità degli intervistati si divide tra chi beve birra tutte le volte che desidera e chi la beve in accompagnamento al cibo per esaltare il sapore dell'una e dell'altro.

"L'estate è la stagione per eccellenza della birra, non solo per il consumo, ma anche per l'interesse espresso dalle persone nel voler approfondire sia la storia che la produzione di questa bevanda tanto amata, sia gli abbinamenti durante tutti i momenti della giornata e in particolare con il cibo. In questo contesto, la birra è la bevanda perfetta perché - grazie alla sua leggerezza, alla grande varietà e al gusto inconfondibile - si può accompagnare a tutti i pasti e inserire in uno stile di vita improntato al benessere e all'equilibrio, oltre che ad essere un elemento di convivialità" dichiara **Andrea Bagnolini**, Direttore Generale di AssoBirra.

IL CONNUBIO TRA EVENTI E BIRRA

La birra si conferma un'esperienza da vivere. Gli italiani, infatti, amano partecipare a momenti ed eventi ad hoc dedicati alla bevanda da pasto per eccellenza. Tra questi, soprattutto picnic con birra e cibo (68%), degustazioni di birre artigianali (67%) seguiti da feste in spiaggia con diverse tipologie di birre (56%) - momento particolarmente amato da millennials e Gen Z - visite guidate a birrifici (42%), e, seppur in percentuale minore, visite a musei e hotel a tema birra (rispettivamente 21% e 15%).

BIRRA, CENTRALE PER IL TURISMO

Come dimostrato dalle preferenze degli italiani emerse dalla ricerca BVA Doxa per AssoBirra, il settore birrario, al pari di tutto quello enogastronomico in generale, è un driver fondamentale che può dare un impulso concreto a un turismo esperienziale in grado di creare ricchezza non solo per i principali e diretti protagonisti ma anche per tutto l'indotto.

Lo conferma **Roberta Garibaldi**, amministratore delegato di Enit - Agenzia Nazionale del Turismo, che ospite del CIB commenta: *"Il turismo italiano, in questo momento, conta tra le migliori*

performance europee. L'esordio dell'estate, infatti, ci riporta a sentori pre-2020. L'enogastronomia è uno dei segmenti cardinali della promozione internazionale della Penisola messa in campo da Enit con il Ministero del Turismo, dato che consente di vivere i territori sotto una luce rinnovata e attraverso esperienze inedite che portano a connessioni con l'identità più profonda del tessuto territoriale e sociale, per rispondere ad una domanda turistica sempre più esigente e personalizzabile".

E prosegue: *"Il ruolo della birra è cambiato molto nel tempo. Oggi non è più esclusivamente una bevanda che accompagna i momenti conviviali degli italiani in viaggio. È forte l'interesse a partecipare ad attività che consentano di fare esperienza della cultura brassicola locale, come ben evidenziato dal Rapporto sul Turismo Enogastronomico Italiano del 2021.*

L'acquisto di birre locali si conferma la più attenzionata (indicata dal 65% dei viaggiatori); forte è pur la voglia di poter degustare questa bevanda in abbinamento a specialità locali (65% al 2021, +3% sul 2019). La visita ai birrifici è vista come un momento da vivere a 360 gradi: il 65% (+6%) vorrebbe scoprire i metodi di produzione artigianali, il 58% la storia e gli aneddoti relativi all'azienda (+6% sul 2019), il 57% vivere una giornata come "mastro birraio" per provare a produrre la birra (+7%), il 56% visitare i luppoleti e i campi d'orzo (7%). Ma l'esperienza non si limita ai luoghi di produzione: avere a disposizione una carta delle birre nei ristoranti, analogamente a quanto avviene già per i vini, è un'opportunità gradita dal 59% degli italiani (+3%); il soggiornare in hotel tematici dal 49% (+9%)."

A conclusione, Andrea Bagnolini commenta: *"Negli anni, la birra ha fatto breccia sempre più nel cuore degli italiani e in particolare delle generazioni più giovani. La grande attenzione al turismo enogastronomico e alla scoperta del processo produttivo della birra e alla storia dei birrifici è per noi un elemento centrale di lavoro che ci indica come poter portare ancora più persone a vivere ed esplorare tutti i momenti che caratterizzano l'universo birra".*