Survey BVA Doxa/Kozel: 3 italiani su 4 hanno cambiato stile di vita

birra-kozel-6a75e1d5

Secondo un’indagine BVA Doxa con Kozel, 3 italiani su 4 hanno hanno cambiato stile di vita e per il 65% cresce la voglia di sentirsi una comunità. Secondo il 54% degli intervistati inoltre, collaborare e sostenersi a vicenda fa bene all’autostima e consente di raggiungere gli obiettivi personali più difficili con maggiore entusiasmo.

Il modo in cui gli italiani intendono la vita in città è cambiato. **Niente più stress, traffico e routine da capogiro**. Il 74% ha decisamente cambiato vita, si parla di circa 3 persone su 4, **ripensando piccole abitudini** (35%) o, addirittura, **apportando cambiamenti più consistenti** (39%) come trasferirsi in un’altra Regione o Paese o intraprendere un percorso professionale inaspettato. Al centro della rivoluzione le relazioni sociali e familiari: in città, sentirsi **parte di una comunità**, per il 65% degli italiani, ha assunto un significato diverso.

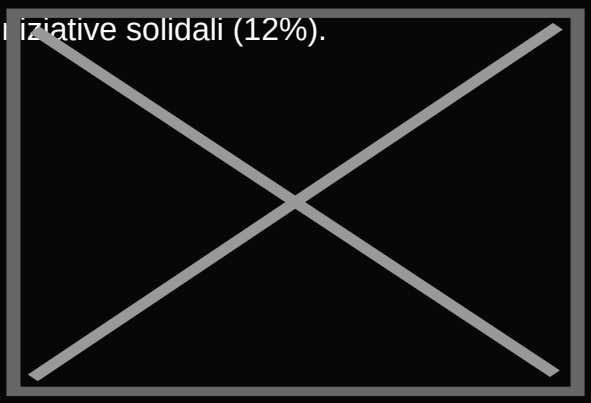
La città si trasforma in un villaggio
Città quasi sempre più a misura d’uomo, come fossero un piccolo villaggio, animate da un **inedito spirito di coesione**. Ma cos’è che rende questi luoghi una comunità? La collaborazione tra le persone (47%), **l’ospitalità** (34%), la partecipazione (31%), l’appartenenza a un gruppo nel quale ciascuno è importante per l’altro (29%), **tradizioni condivise** (26%) oltre che luoghi fisici in cui poter tornare a incontrarsi di persona stabilmente (25%), dopo la distanza forzata imposta dalla pandemia.

“La città si è trasformata in un villaggio, assecondando le esigenze di chi la abita e arricchendosi di quelle piccole connessioni dimenticate che tornano a impreziosire la quotidianità: il bar come punto di ritrovo, la bottega di quartiere in cui soffermarsi tra una chiacchiera e un acquisto, il parco di zona - spiega **Francesca Bandelli**, Marketing & Innovation Director di Birra Peroni. T*ante nuove abitudini che, seppur piccole e apparentemente insignificanti, sono entrate a far parte del nostro stile di vita e si*

riflettono sui consumi. È proprio osservando queste trasformazioni che abbiamo scelto di andare incontro ai nostri consumatori lanciando un brand che dà ai valori di collaborazione, ospitalità e tradizione e al senso del villaggio grande centralità".

Sentirsi e riconoscersi una comunità

Se i cambiamenti sociali, economici e strutturali degli ultimi anni hanno portato a **ripensare il modo di vivere ed intendere la routine**, la popolazione italiana ha dimostrato di voler **rielaborare convinzioni apparentemente anacronistiche** e alimentare il bisogno di collaborare e sostenersi a vicenda. Come emerge dall'indagine, infatti, da una parte c'è chi ha **rafforzato il legame con la famiglia e gli amici** (37%), stretto amicizia coi vicini (20%) e **ripensato molte occasioni di incontro** (15%); dall'altra chi ha accresciuto la partecipazione alla vita della comunità (12%) magari prestando aiuto ai vicini meno giovani o anziani (15%) o facendo offerte anche economiche per sostenere iniziative solidali (12%).



Comunità come opportunità di miglioramento

Dall'analisi delle risposte emerge, inoltre, che vivere come una comunità influisce positivamente sull'esistenza delle persone, che si mostrano invogliate a **cercare alternative migliori e di migliore qualità** (42%), ad allargare i propri orizzonti e a sperimentare (40%). Senza dimenticare che per il 54% del campione il lavoro di squadra contribuisce a stimolare l'ambizione e l'autostima, consentendo di **affrontare gli obiettivi più difficili con maggiore entusiasmo**. Predomina, in ogni caso, una complessiva tendenza alla valorizzazione di questi valori: solo il 17% degli intervistati non riconosce giovamenti nella collaborazione e nelle dinamiche di gruppo.

Il Villaggio Kozel in sostegno dell'associazione iBVA

Parlando di spirito di comunità e condivisione, infine, va ricordato che il **Villaggio Kozel** - evento tenutosi lo scorso 20 maggio a Milano in piazza Gae Aulenti - ha rappresentato **un'occasione di solidarietà**: parte dei proventi sarà devoluta all'associazione iBVA per sostenere "Solidando", il primo social market milanese con casse, scaffali e carrelli, dove è possibile fare la spesa gratuitamente pagando con una tessera a punti, per assicurare il sostegno alimentare ai più bisognosi. Il progetto oggi fa parte del Dispositivo di Aiuto Alimentare del Comune, e conta 2 sedi nel capoluogo lombardo

(una nello storico stabile di iBVA in via Santa Croce 15, l'altra in via Appennini 50).