Birra: bevanda 'inclusiva' per 9 beer lover su 10. Ma tra i consumatori rimane il gender gap

20231122172645drinkbeer-ecac278e

Una **“bevanda inclusiva” da 9 italiani su 10** perché adatta a tutti, senza alcuna distinzione di genere, età, provenienza o stili di vita. E' l'immagine della birra che emerge da una recente indagine condotta da da BVA Doxa per il Centro Informazione Birra (CIB) di AssoBirra. Una concezione che si inserisce in un contesto in cui la “Diversity & Inclusion” rappresenta un **tema di crescente importanza per i consumatori**, amanti della birra compresi.

L'89% degli intervistati considera la birra una bevanda inclusiva, un'**opinione trasversale a tutte le fasce di età** in quanto condivisa dalla Generazione Z, dai Millennials e dalla Gen X. Tra le motivazioni, in primis la sua **ampia reperibilità in tutti i Paesi del mondo** (87%), seguita dalla capacità di **creare un ambiente di socializzazione rilassato e aperto** (86%).

Non è un caso che per il 36% dei rappresentanti della Gen Z e dei Millennials la birra sia infatti la bevanda della condivisione per eccellenza. Apprezzati particolarmente anche la **bassa gradazione alcolica** (82%) e il **rapporto qualità-prezzo** tra i più convenienti in assoluto (81%), che rendono la birra una bevanda perfettamente adattabile a ogni contesto e stile di vita.

Per circa il 60% dei consumatori, infine, la birra si distingue, inoltre, come un **elemento che rispecchia le tradizioni locali** e il cui consumo di ampie varietà diventa veicolo per **sperimentare anche le diversità culturali.**

Dalla ricerca, tuttavia, emergono però ancora alcuni **pregiudizi**, come quello di identificare il target a cui la birra sembra più adatta: **il 57% degli intervistati la ritiene una bevanda che si addice maggiormente agli uomini** e solo il 43% pensa che sia più adatta alle donne. Un **“gender gap”** che si rafforza nella percezione da parte della Gen X (58% vs 39%) ma che coinvolge anche Gen Z (55% vs 41%) e Millennials (59% vs 42%).

Alcune differenze ci sono anche per quanto concerne le **fasce di età**: per la Gen Z la birra è infatti più adatta agli individui dai 25 ai 44 anni, per Millenials e Gen X il target si allarga invece ai soggetti fino ai 54 anni.

“La diversità è uno dei punti di forza della birra, che si riflette nella vasta gamma di ingredienti e processi di produzione - ha commentato Mathieu Schneider, Project Director dei Brewers of Europe -. *Nessun'altra bevanda alcolica offre una tale varietà di scelte: riflettere questa peculiarità attraverso politiche DEI rispettose favorisce l'inclusione e l'apprezzamento della birra da parte di un pubblico più ampio,* ***promuovendo di conseguenza socializzazione e benessere.*** *Per l'industria birraria, la DEI diventa un* ***acceleratore di crescita*** *e di benessere per la birra, i birrifici e le persone”.*