Tendenze, l'estate della birra sarà consapevole, sostenibile e conviviale

20250731073437immagine-birra-0b66862d

Un consumo sempre più consapevole fatto di scelte responsabili, condivise da tutte le generazioni, ma interpretate in modo diverso a seconda dell'età e della sensibilità individuale. E' la fotografia del mondo birra secondo la nuova edizione del Centro Informazione Birra (CIB) di Assobirra che mette in evidenza l'evoluzione dei consumi di birra nei momenti di socialità estiva, tra consapevolezza, nuovi formati e contesti d'uso.

A trainare questo cambiamento è soprattutto la **Gen Z, che amplia il concetto di responsabilità includendo anche dimensioni valoriali e sociali, come il rispetto dei contesti e il consumo moderato**. Durante l'estate, la birra si inserisce infatti in un ventaglio di scelte più attente al benessere, alla leggerezza e alla moderazione, con una crescente apertura verso alternative analcoliche e driver di scelta legati alla sostenibilità, con attenzione particolare al packaging e a pratiche rispettose dell'ambiente, spinte soprattutto dalle nuove generazioni.

CONSAPEVOLEZZA E CONSUMO RESPONSABILE

Il bere responsabile è un principio condiviso trasversalmente da tutte le generazioni, come conferma la quasi totalità degli intervistati che dichiara di adottare sempre o spesso comportamenti consapevoli (89% del campione totale). A distinguersi in particolare è la Gen X, con un 62% che afferma di farlo sempre, contro il 57% del totale. **Tra i comportamenti più diffusi associati al consumo responsabile emerge l'evitare di bere prima di guidare o lavorare**, indicato dal 65% del campione, con un picco del 70% ancora una volta tra la Gen X. Seguono l'attenzione alla lucidità mentale (52%) e il rispetto dei propri limiti psico-fisici (48%). Se la Gen Z mostra una particolare attenzione al benessere psicofisico, all'autocontrollo e alla sostenibilità, i Millennials si distinguono per un approccio più funzionale e orientato alla qualità, mentre la Gen X collega il consumo responsabile soprattutto a lucidità e senso del dovere.La Gen Z, inoltre, interpreta il bere responsabile in modo più ampio,

includendo anche aspetti valoriali e relazionali: l'influenza del contesto sociale (32% contro il 18% del totale), il bere solo in situazioni percepite come sicure (25%) e la coerenza con il proprio stile di vita (30%) sono, per i più giovani, componenti importanti del proprio rapporto con il consumo di alcol.

Tra le scelte di consumo emergono anche quella di **alternare alcolici e bevande analcoliche o acqua (16%) e la preferenza per bevande alcoliche sostenibili (12%), segnali di una crescente attenzione anche all'impatto ambientale e culturale delle proprie scelte**. Un comportamento che si inserisce perfettamente nel trend definito "zebra striping": l'alternanza consapevole tra drink alcolici e opzioni low/no alcohol, che consente di vivere momenti di socialità in modo più attento e responsabile, senza rinunciare al piacere. Una tendenza in crescita soprattutto tra i più giovani, in particolare nella Gen Z, anche nei contesti estivi.

«*I dati confermano un cambiamento culturale in atto: oggi il consumo di birra si lega sempre più a scelte consapevoli, che riflettono nuovi stili di vita, varietà dell'offerta e una maggiore attenzione al contesto* - commenta **Andrea Bagnolini, direttore generale di AssoBirra**-. *Un approccio che coinvolge tutte le generazioni e che rende la birra protagonista di una socialità estiva più responsabile, leggera e attenta ai valori. Del resto, la birra è già di per sé tra le bevande alcoliche con la più bassa gradazione in assoluto e il settore offre oggi un'ampia gamma di alternative low e no alcol, capaci di rispondere alle nuove esigenze di consumo*».

LE SCELTE DI CONSUMO ESTIVE

Con l'arrivo dell'estate, **le preferenze dei consumatori si orientano prevalentemente verso birre leggere, scelte dal 31% del campione totale durante le giornate molto calde**. A distinguersi sono i Millennials (38%), seguiti da Gen Z (30%) e Gen X (25%). Allo stesso modo, la birra dal gusto fresco e dissetante è la qualità più ricercata nel periodo estivo, indicata come "molto importante" dal 65% del campione, con un picco del 69% nella Gen X.Tra gli altri elementi più apprezzati emergono infatti il gusto delicato, non invadente e piacevole anche per chi non è abituato a sapori forti (44%), la bassa gradazione alcolica (29%) e il basso contenuto calorico (26%), segnali di un consumo che coniuga piacere e leggerezza.

In questi contesti emerge anche la birra analcolica come alternativa valida alla classica per circa la metà del campione: il 25% della Gen Z la sceglie sempre, contro il 19% dei Millennials e il 18% della Gen X, mentre oltre la metà degli intervistati (53%) ne valuta il consumo a seconda dell'occasione. **Durante gli eventi estivi all'aperto, le preferenze si orientano con decisione verso le birre locali**. Un intervistato su tre (34%) ne considera molto importante la disponibilità, con punte del 36% nella

Gen Z e del 35% tra i Millennials. Nel complesso, il 78% del campione le indica tra le opzioni più apprezzate. A confermare questa tendenza, il 54% del totale dichiara di scegliere più volentieri birre locali in occasione di eventi all'aperto, con un picco tra i Millennials (59%). Quando si parla di formati preferiti, la birra alla spina si conferma in assoluto la più scelta (48%), con picchi tra Gen X (53%) e Millennials (51%). Anche la birra in bottiglia mantiene una buona rilevanza (34% totale), risultando particolarmente apprezzata dalla Gen Z (34%) e dalla Gen X (36%).

LA VISIONE DEL MONDO HORECA

Nel periodo estivo, la birra si conferma protagonista dei momenti di socialità e convivialità, soprattutto nel fuori casa. A rendere possibile tutto questo è una filiera distributiva che, oltre al servizio, inizia a farsi portavoce di buone pratiche e nuovi standard di consumo estivo. A offrire una lettura più ampia sulla visione e sul ruolo del mondo Horeca è **Dino Di Marino, direttore generale di Italgrob**, che sottolinea come sia ormai evidente la crescente attenzione del consumatore verso una fruizione della birra sempre più ponderata e consapevole.

«*L'Horeca si è sempre dimostrata pronta a intercettare i cambiamenti in atto, a partire dai distributori, che stanno già adattando assortimenti e strategie per rispondere alla crescente domanda di scelte più consapevoli e a basso contenuto alcolico* - spiega Di Marino -. *È fondamentale, come operatori del settore, accompagnare il cambiamento in atto con proposte e servizi concreti. Perché - come ha ben evidenziato il Rapporto Italgrob-Censis - il mercato Horeca non è solo un luogo di business, ma un luogo di relazioni, indispensabile alla crescita sociale del nostro Paese*».

BIRRA E SOSTENIBILITA'

Un approccio, quello della filiera Horeca, sempre più attento non solo alla qualità del servizio e al ruolo sociale del fuori casa, ma anche all'impatto ambientale. La sostenibilità entra progressivamente nelle scelte di consumo e nei modelli organizzativi, riflettendo un cambiamento culturale più ampio che coinvolge anche altri ambiti del tempo libero. In questo scenario, ad esempio anche il mondo dei viaggi offre spunti interessanti: **si diffonde la filosofia del mindscape - fusione di "mindful" e "landscape" - che promuove esperienze autentiche, lente e a basso impatto, come il viaggio in treno**. Una tendenza che ben si inserisce nel più ampio cambiamento valoriale in atto, che tocca anche il settore brassicolo e le abitudini di consumo della birra.

Una visione che trova riscontro anche nei dati della ricerca, da cui emergono **segnali significativi di attenzione ambientale nei contesti estivi, soprattutto nella generazione più giovane**: il 52% della

Gen Z, ad esempio, dichiara di trovare spesso o sempre contenitori per il riciclo, contro il 46% dei Millennials e il 41% della Gen X. Inoltre, la presenza di contenitori per la raccolta differenziata nei luoghi di consumo all'aperto è considerata "molto importante" da due intervistati su tre nella Gen X (65%), a conferma di una sensibilità trasversale tra le generazioni.

«*Sostenibilità e consapevolezza rappresentano oggi driver fondamentali per accompagnare l'evoluzione dei consumi e rafforzare il legame tra la birra e i suoi contesti di fruizione. Con questa seconda edizione del CIB vogliamo contribuire a valorizzare le scelte responsabili dei consumatori e l'impegno di tutta la filiera, soprattutto in una stagione come l'estate in cui il consumo di birra, legato alle opportunità di convivialità, aumenta in modo trasversale*», conclude Andrea Bagnolini, direttore generale Assobirra.