

**FOCUS 1: Ricerca ISPO “Gli italiani e la birra 2012”****LA BIRRA CONQUISTA IL BELPAESE:  
E' LA BEVANDA ALCOLICA PREFERITA DEGLI UNDER 55  
15 MILIONI D'ITALIANI (+26% RISPETTO AL 2011) SONO SUOI FAN**

Nonostante la crisi e il calo generalizzato dei consumi alimentari, alla birra gli italiani proprio non vogliono rinunciare: **il 71% dei nostri connazionali si dichiara consumatore di questa bevanda**, confermando il bacino di appassionati (circa 36 milioni, 16 dei quali sono donne) dello scorso anno. E pensare che, solo due o tre anni fa, questa percentuale era sotto il 60%. A rivelarlo è la ricerca **ISPO/AssoBirra “Gli italiani e la birra 2012”**, che per il 16mo anno consecutivo studia l'evoluzione dei consumi e della percezione di chiare, rosse e scure.

Secondo l'indagine, realizzata su **un campione di 1200 individui** rappresentativo della popolazione italiana maggiorenne, **questa base di consumatori posiziona la birra quasi sullo stesso piano del vino**, i cui bevitori dichiarati sono solo l'8% in più (78,6%).

Ma c'è di più: **in un solo anno il gradimento verso la birra è cresciuto del +26%**. Alla domanda “quale bevanda alcolica preferisci?”, risponde “birra” il 28,8% dei nostri connazionali (lo scorso anno erano il 22,9%), mentre il vino resta stabile con il 37% delle preferenze.

Ma c'è di più: in un anno l'asticella dei suoi appassionati si sposta sensibilmente verso l'alto, conquistando un consumatore sempre più maturo. Oggi la birra risulta essere, in assoluto, **la bevanda alcolica preferita degli italiani fino ai 54 anni**, mentre nel 2011 questo dato era fermo agli under 45. Solo dai 55 anni in su il vino riafferma con decisione il suo primato nel gradimento del Belpaese. Resta costante

**MANNHEIMER: “PREZZO CONTENUTO FATTORE PREMIANTE IN TEMPO DI CRISI”**

*“Siamo di fronte alla bevanda alcolica più 'democratica' e più versatile che ci sia, commenta Renato Mannheimer, presidente ISPO: c'è una birra per tutte le stagioni e per tutte le occasioni di consumo, con il minimo comun denominatore del prezzo contenuto. Un fattore premiante, nel contesto dei tagli alla spesa imposti dalla crisi. Della birra ci piace soprattutto il suo gusto gradevole (69,2%) e la leggerezza (12,8%). Ma è ancora più indicativo l'incrinarsi di due storiche barriere al consumo: la percentuale di quanti non ne consumano di più perché ritengono che la birra gonfi oggi è scesa al 6,4% rispetto al 10,2% di due anni fa. Mentre quanti dichiarano di non berla più spesso perché molto alcolica “crollano” dal 12,5% del 2009 al risicato 2,7% di quest'anno.”*

**IN UN ANNO + 50% DEI CONSUMI DI BIRRA A CASA (E A PASTO) NEI GIORNI FERIALI**

**A trainare questo “alto gradimento” si conferma la fascia dei consumatori che la bevono meno di una volta a settimana**, passati in un anno dal 35,3% al 36,3%, mentre **crescono del +18% quanti si concedono** lo sfizio di una birra una volta al giorno (da 7,2% all'8,5%, 4,2 milioni). In ribasso di -0,4%, la percentuale di quanti la consumano almeno una volta a settimana.

Questa dimensione più quotidiana della birra si caratterizza per un approccio al consumo caratterizzato dall'assaggio e dalla moderazione. Complice la crisi, durante la settimana, pranziamo (+4,3 punti percentuali, per un totale dell'80,5%) e ceniamo (+0,1% punti percentuali, pari al **95,5%**) sempre più frequentemente a casa. Ed è proprio in queste occasioni che apprezziamo un buon bicchiere di birra: le persone che dichiarano di bere birra nei pasti a casa nei giorni feriali passano del 5,5% all'8,3%, per una crescita del + 50% rispetto al 2011.

**Per 4 italiani su 10 (41,6%) la birra è l'opzione ideale per un pranzo o una cena leggera a casa**, magari in terrazza o in giardino. A seguire, e a confermare la dimensione conviviale di questa bevanda, il **dopocena (20,3%) o l'aperitivo (15%)**, purché in relax con gli amici.

Non stupisce, allora, che, acqua esclusa, **la birra sia, in assoluto, la bevanda più presente nel frigorifero degli italiani (v. comunicato n. 1)**: con il **37,6%** delle preferenze, precede in questa speciale classifica tanto gli analcolici, come **succhi di frutta (31,4%)**, **soft drinks (30,7%)** e **tè**

(24%), quanto gli alcolici, come vino **rosso** (20,8%) e **vino bianco** (20,3%).

Su quale birra portare in tavola a casa, gli italiani hanno le idee chiare. La acquistiamo soprattutto (66,2%) al supermercato. Dove, per rispondere a una sempre maggiore curiosità verso il prodotto, lo spazio riservato alle birre sugli scaffali è più che raddoppiato rispetto al passato. Basti pensare che ormai si può scegliere tra quasi 2000 marchi di birra, contro i 700 di 10 anni fa. Eppure, di fronte a un'offerta così ampia, **la metà (53%) degli italiani sceglie in base alle proprie conoscenze**, lo fa in meno di un minuto (59,5%) e sa già cosa prendere. **Il 47,6% predilige sempre lo stesso formato e marca**. Mentre solo 1 italiano su 4 (21,9%) cambia la birra nel suo frigorifero in base a offerte e convenienza.

#### **AL RISTORANTE LA BIRRA È LA BEVANDA ALCOLICA PREFERITA DAGLI ITALIANI**

Il successo della birra sulle tavole domestiche deriva anche dalla sua popolarità nei ristoranti e in pizzeria. Dove nel 2012 si conferma, consolidandosi, una tendenza in atto da diversi anni. Nei pasti fuori casa, sia dei giorni feriali che festivi, la birra è, dopo l'acqua minerale, regina incontrastata della tavola. Cresce dal 21,8% al 26,3% nei giorni feriali (con il vino fermo a 20,4%) e arriva a 42,8%, nei festivi, con il vino, anche in questo caso, in calo rispetto al 2011 (39,6% rispetto a 41,9%).

#### **CONSUMO RESPONSABILE. GLI ITALIANI VOTANO PER UNA CAMPAGNA SU ALCOL E GUIDA**

A proposito di birra e consumo responsabile di alcol, la ricerca ISPO ha **evidenziato che 9 italiani su 10 promuovono l'impegno di AssoBirra**, che, da diversi anni ha promosso con diverse iniziative di informazione e sensibilizzazione per il "bere responsabile". **Per 2 italiani su 3 alcol e guida resta il tema più "caldo"** che dovrebbe essere portato avanti nei prossimi anni. A seguire (24,8%), le campagne per **l'aiuto ai genitori per impostare un corretto dialogo con i figli sull'alcol**. Mentre l'11,6% vorrebbe riproporre campagne rivolte alla **dissuasione del bere per le donne in gravidanza**.

#### **Per info ufficio stampa AssoBirra**

##### **Roma**

Matteo de Angelis – 06.44160834 – 3346788708 – [m.deangelis@inc-comunicazione.it](mailto:m.deangelis@inc-comunicazione.it)

Simone Silvi – 06.44160881 – 3351097279 – [s.silvi@inc-comunicazione.it](mailto:s.silvi@inc-comunicazione.it)

##### **Milano**

Eugenia Montanaro – 02.8900870 – [emontanaro@eidos.net](mailto:emontanaro@eidos.net)