

QUANDO IL LOW È ANCHE SLOW

LA BIRRA ANALCOLICA SEMBRA AVANZARE CON ECCESSIVA LENTEZZA NEGLI ASSORTIMENTI DEI BAR. ANCORA ELEVATA LA QUOTA DI ESERCENTI CHE NON LA PROPONGONO, CONVINTI CHE INTERESSI POCO AI LORO CLIENTI

Le città a campione



da leggere al banco



da condividere



QUANTE BIRRE IN BOTTIGLIA O IN LATTINA HA IN ASSORTIMENTO IL SUO BAR? Valori %

	PISA	MILANO	NAPOLI	ROMA	TORINO	MEDIA
Meno di 5	100	60	30	20	60	54
Da 5 a 10	0	30	60	80	40	42
Da 11 a 15	0	10	10	0	0	4

QUANTE DI QUESTE SONO ANALCOLICHE? Valori in %

Valori in %

	PISA	MILANO	NAPOLI	ROMA	TORINO	MEDIA
Nessuna	70	80	0	70	100	64
Una	30	20	60	30	0	28
Due	0	0	30	0	0	6
Tre	0	0	10	0	0	2

TESTI **Domenico Apicella** **Domenico Apicella**

Le società di ricerca e gli analisti di mercato non hanno dubbi: il no/low alcohol è una delle tendenze di sviluppo più promettenti del mondo beverage. Un'evoluzione che non trova certo impreparato il comparto birrario, alla luce della consolidata tradizione di varianti analcoliche commercializzate anche in Italia. Eppure, a guardare l'assortimento dei bar visitati dagli auditor di Immediando nell'ambito delle rilevazioni condotte dall'Osservatorio Fuori Casa, qualche dubbio viene sull'attenzione che gli esercenti riservano a questa categoria merceologica. L'indagine ha riguardato 50 bar collocati in zone centrali di cinque città: Milano, Torino, Pisa, Roma e Napoli. «Per inqua-

Le città a campione

PISA

MILANO

NAPOLI

ROMA

TORINO

MEDIA

PERCHÉ NON VENDE BIRRA ANALCOLICA?

Valori in %

Ho un'offerta di bevande analcoliche già ampia	14	38	N.D.	0	10	16
I grossisti non me l'hanno mai proposta	0	13	N.D.	0	20	9
La mia clientela non è interessata alla birra analcolica	29	50	N.D.	57	70	53
La qualità della birra analcolica non è soddisfacente a mio avviso	57	0	N.D.	43	0	22

IN FUTURO, LEI PENSA DI...

Valori in %

Continuare a non vendere birra analcolica	71	75	N.D.	100	80	81
Iniziare a vendere birra analcolica	29	25	N.D.	0	20	19

QUALI TIPOLOGIE DI BIRRA ANALCOLICA OFFRE NEL SUO BAR?

Valori in %

Possibilità di risposte multiple (la somma delle % per città può essere superiore a 100%)	Ale	100	0	0	0	N.D.	17
	Birre addizionate con aromi di frutta	0	0	30	0	N.D.	17
	Birre artigianali	0	0	10	0	N.D.	6
	Lager	0	100	90	33	N.D.	67
	Pilsner	0	0	100	0	N.D.	56
	Altro	0	0	0	100	N.D.	17

QUAL È IL MOMENTO DI CONSUMO PIÙ RILEVANTE PER LE VENDITE DI BIRRA ANALCOLICA?

Valori in %

Aperitivo	67	100	30	67	N.D.	50
Pranzo	33	0	40	0	N.D.	28
Cena	0	0	30	33	N.D.	22

drare il contesto di riferimento - afferma Diego Rovetta, presidente e direttore commerciale di Immediando - abbiamo innanzitutto chiesto a ciascun intervistato di quantificare il numero di referenze di birra confezionata trattate nel proprio bar. È emerso che il 54% ne offre meno di cinque e il 42% da cinque a 10; solo un bar di Napoli supera le 10 birre. Al Centro-Sud la scelta risulta essere più ampia, probabilmente anche per ragioni climatiche: a Napoli il 70% dei bar conta più di cinque birre e la quota sale all'80% a Roma».

La *birra analcolica* appare però poco diffusa: «Il 64% degli esercenti non la tratta - continua Rovetta - con l'eccezione di Napoli, dove tutti i bar visitati la vendono, proponendo nel 40% dei casi più di una referenza. All'estremo opposto troviamo Torino, dove nessuno dei bar del campione ha in assortimento birra analcolica». Come viene giustificata una scelta che sembra andare controcorrente rispetto alla tendenza generale? «Tra i baristi che non trattano birra analcolica - spiega Rovetta - il 53% sostiene che non interessa ai loro clienti, mentre il 22% ne giudica la qualità insoddisfacente e il 16% ritiene di avere un'offerta di bevande analcoliche già sufficientemente ampia. Inoltre, l'81% di questi esercenti non prevede di inserire la birra analcolica in futuro, risposta che arriva al 100% a Roma».

La varietà dell'offerta è totalmente assente in termini di packaging - tutti coloro che propongono birra analcolica hanno optato per la bottiglia in vetro - e abbastanza contenuta in riferimento alle tipologie, con Lager (indicata nel 67% dei casi) e Pilsner (56%) nettamente prevalenti.

L'*aperitivo* è il momento di consumo più rilevante (50% delle risposte), sebbene a Napoli la birra analcolica venga bevuta spesso anche a pranzo e a cena, e il 44%

QUAL È INVECE IL TARGET DI CLIENTELA PIÙ IMPORTANTE?

Valori in %

Uomini	0	0	0	0	N.D.	0
Donne	100	0	0	33	N.D.	22
Giovani	0	100	40	67	N.D.	44
Adulti	0	0	60	0	N.D.	33
Anziani	0	0	0	0	N.D.	0

QUANTO INCIDE L'ANALCOLICA SUL TOTALE DELLE VENDITE DI BIRRA?

Valori in %

Dall'1% al 2%	100	50	0	100	N.D.	39
Dal 3% al 5%	0	50	0	0	N.D.	6
Dal 6% all'8%	0	0	10	0	N.D.	6
Dal 9% al 10%	0	0	80	0	N.D.	44
Dall'11% al 15%	0	0	10	0	N.D.	6

NELL'ULTIMO ANNO, LE VENDITE DI BIRRA ANALCOLICA SONO...

Valori in %

Diminuite in maniera consistente	0	0	0	0	N.D.	0
Diminuite di poco	0	50	0	0	N.D.	6
Rimaste invariate	67	50	70	100	N.D.	72
Aumentate di poco	33	0	30	0	N.D.	22
Aumentate in maniera consistente	0	0	0	0	N.D.	0

RIGUARDO ALL'ASSORTIMENTO DI BIRRA ANALCOLICA, IN FUTURO LEI PENSA DI...

Valori in %

Accrescerlo	0	0	20	0	N.D.	11
Lasciarlo invariato	100	50	80	100	N.D.	83
Diminuirlo	0	0	0	0	N.D.	0
Eliminarlo	0	50	0	0	N.D.	6

degli esercenti concorda nel dire che è la clientela più giovane a richiederla maggiormente. «Quanto all'*incidenza* della versione analcolica sul totale delle vendite di birra - riprende Rovetta - possiamo affermare che va di pari passo con l'ampiezza dell'offerta. Solo a Napoli, infatti, viene indicato un peso superiore al 6% e nella maggior parte dei casi compreso tra il 9% e il 10%; nelle altre quattro città si resta al di sotto del 5% di incidenza. In particolare, a Pisa e Roma non viene mai superata la soglia del 2% rispetto al totale di birra commercializzata. Nell'ultimo anno il 67% degli esercenti non ha notato variazioni nelle vendite di birra analcolica e soltanto a Napoli e a Pisa viene segnalato un leggero incremento, mentre a Milano si è registrato un leggero calo. La stragrande maggioranza, ben l'89% degli esercenti, dichiara che anche i *prezzi* sono rimasti invariati da 12 mesi a questa parte».

E all'insegna della stabilità si prospetta il futuro, con l'83% dei baristi che prevede di non modificare l'assortimento di birra analcolica. Fa ancora eccezione Napoli, dove una minoranza del campione (20%) pensa di incrementare l'offerta, mentre a Milano uno dei due baristi intervistati che trattano birra analcolica ha intenzione di eliminarla. Ulteriore piccolo indizio di quanto il low/no alcohol non sia ancora considerato da tutti gli addetti ai lavori come una nicchia destinata a crescere.

L'Osservatorio Fuori Casa si chiude con le attese degli esercenti. Anche qui la parola d'ordine è *stabilità*, indicata dal 52% dei rispondenti. «Gli altri - conclude Rovetta - tendono più all'ottimismo che al pessimismo: il 28% pronostica un andamento abbastanza positivo o molto positivo, mentre un'evoluzione abbastanza negativa o molto negativa è prefigurata dal 20% del campione».

MIXER