Consumi, Birra Moretti celebra lâ??autenticitÃ a tavola

Descrizione

default watermark

(Adnkronos) â?? Per il 94% degli italiani, una tavolata tra amici davanti a una birra rappresenta il luogo in cui sentirsi davvero liberi di essere sÃ© stessi: lontani da aspettative e pressioni, confermando un cambiamento verso momenti piÃ¹ autentici e genuini. Cresce quindi la distanza da tutto ciÃ² che Ã¨ costruito, a favore di unâ??idea di tavola piÃ¹ semplice e genuina. Questo orientamento si traduce in una maggiore attenzione allâ??autenticitÃ dellâ??esperienza: per una cena tra amici, quasi un italiano su due (49,2%) sceglie ambienti in cui sentirsi a proprio agio, seguiti da locali semplici (45,4%) e da una proposta gastronomica genuina e gustosa (42,5%), fatta di porzioni generose, meglio se da condividere. Allo stesso tempo, lâ??eccesso di sofisticazione viene sempre piÃ¹ percepito come un limite: lâ??86,6% degli italiani ritiene che possa compromettere lâ??esperienza del pasto e il 40,7% evidenzia come lâ??aumento della complessitÃ riduca la spontaneitÃ . Si conferma cosÃ¬ una chiara tendenza verso il ritorno alla sostanza e al piacere piÃ¹ autentico della tavola italiana.

Eâ?? quanto emerge da unâ??indagine inedita condotta da AstraRicerche per Birra Moretti, che esplora un ritrovato bisogno degli italiani di vivere il mangiare in modo piÃ¹ autentico nella costruzione delle relazioni e dei ricordi. Un significato che il brand ha voluto celebrare con lâ??evento â??Milano mangia come piace a noiâ??, svoltosi il 14 maggio 2026 presso Pizza Stella, insieme ai content creator NiccolÃ² Califano e Margherita Pontecorvo: una serata senza troppe complicazioni, dove una fetta di pizza e una birra diventano la combo perfetta per godersi il momento. Lâ??esperienza Ã¨ stata resa ancora piÃ¹ memorabile dalla prima distribuzione di t-shirt e tote bag firmate Birra Moretti e da una photo opportunity che ha permesso a tutti di diventare, per una sera, lâ??iconico baffo di Birra Moretti. Lâ??iniziativa si inserisce allâ??interno della nuova piattaforma di comunicazione â??Mangiare come piace a noiâ??, che invita a vivere il cibo con semplicitÃ , senza troppi formalismi, con una Birra Moretti sempre al centro della condivisione.

â??I dati â?? dichiara Michela Filippi, Marketing Director di Heineken Italia â?? mettono in evidenza un cambiamento culturale importante: oggi le persone cercano momenti piÃ¹ genuini, semplici e informali, e rifiutano unâ??eccessiva sofisticazione che rischia di compromettere lâ??esperienza a tavola. Ã? da questa consapevolezza che nasce â??Mangiare come piace a noiâ??, la nuova piattaforma di comunicazione di Birra Moretti: un progetto che celebra il piacere autentico della tavola italiana, dove cibo e birra di qualitÃ si incontrano in modo naturale, senza formalismi. Per noi Ã¨ lâ??evoluzione

coerente di un percorso che Birra Moretti porta avanti da sempre con il mondo del food, un impegno che si consolida nel tempo e che oggi trova una nuova espressione, ancora piÃ¹ allineata ai cambiamenti culturali in atto, con lâ??obiettivo di essere parte di unâ??esperienza di qualitÃ , che riporta al centro una tavola fatta di gesti sinceri e momenti autentici, senza complicazioni, che permette di godersi appieno il cibo e il momento condivisoâ?•.

Una serata tra amici diventa davvero indimenticabile quando a prevalere Ã¨ lâ??informalitÃ . Per il 56,5% degli italiani, infatti lâ??assenza di formalitÃ Ã¨ lâ??elemento chiave. Anche il modo di vivere questi momenti lo conferma: il 48,7% degli intervistati dichiara di sentirsi libero senza troppe preoccupazioni e il 43,4% sottolinea lâ??importanza di mettere da parte il telefono per dedicarsi pienamente ad amici e familiari. Unâ??esigenza ancora piÃ¹ evidente tra i piÃ¹ giovani, con il 43% della Gen Z che evidenzia il bisogno di disconnettersi per vivere il momento attorno alla tavola in modo piÃ¹ autentico e consapevole. Questa evoluzione si riflette anche nei desideri personali: oltre un italiano su tre (37,4%) vorrebbe concedersi piÃ¹ momenti semplici. Un cambiamento che si configura come culturale prima ancora che comportamentale. In questo scenario, cambia anche il significato attribuito alle storie piÃ¹ memorabili: per il 93,9% degli italiani nascono dalla spontaneitÃ attorno a del cibo semplice e autentico, per il 91,8% le storie piÃ¹ belle sono quelle che prendono forma da ciÃ² che non Ã¨ programmato e per il 90,9% sono quelle destinate a restare nella memoria piÃ¹ che sui social. Quindi il valore si sposta: non sta piÃ¹ nel vivere unâ??esperienza costruita, ma nel godersi il pasto con autenticitÃ , lasciando che la birra accompagni e valorizzi lâ??informalitÃ del momento

default watermark

La tavola si conferma uno spazio centrale di relazione e condivisione, in cui ciÃ² che si mangia e si beve racconta qualcosa della propria identitÃ per lâ??87,3% degli italiani. In questo contesto, Birra Moretti si inserisce in modo naturale nei momenti di condivisione intorno al cibo: per il 90% la birra rappresenta lâ??essenza dei momenti semplici e autentici, per lâ??86,6% contribuisce a creare unâ??atmosfera rilassata e informale e per lâ??84,1% Ã¨ un elemento tipico delle occasioni informali tra amici. La birra non Ã¨ solo una presenza abituale, ma si inserisce in modo coerente in questo nuovo modo di vivere la tavola.

In questo contesto, Birra Moretti rafforza il proprio posizionamento celebrando ciÃ² che conta davvero: la semplicitÃ della tavola italiana. â??Mangiare come piace a noiâ?? diventa cosÃ¬ un vero e proprio punto di vista, raccontato con ironia attraverso il gioco del â??meno/piÃ¹â??: â??Meno assaggini, piÃ¹ bucatiniâ??, â??Meno gourmet, piÃ¹ crocchÃ¨â??, â??Meno spiegoni, piÃ¹ spiediniâ??. Al centro, unâ??idea chiara: i momenti migliori sono quelli senza costruzioni. Dopo Milano, il format prosegue con nuove tappe pensate per valorizzare i luoghi piÃ¹ autentici della convivialitÃ italiana: il 27 maggio a Napoli presso Masardona Friggitoria, insieme a Stefano Maiolica, e il 18 giugno a Roma da Margherita â?? Osteria alla Scrofa, con Ruben, per continuare a raccontare, attraverso esperienze concrete, il piacere piÃ¹ genuino dello stare insieme, brindando con una Birra Moretti.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione
Maggio 15, 2026
Autore
redazione

default watermark