



Alimenti: la birra analcolica Ã la nuova protagonista dellâ??estate 2026, per la gen z Ã buona, versatile e â??coolâ??

Descrizione

(Adnkronos) â?? Da alternativa di nicchia a protagonista dei momenti di socialitÃ : la birra analcolica si afferma come uno dei fenomeni emergenti piÃ¹ interessanti dellâ??estate 2026, espressione di un cambiamento culturale nei consumi degli italiani, soprattutto tra i giovani. A guidare questa trasformazione Ã la Gen Z: 7 giovani su 10 (70%) di questa generazione lâ??ha assaggiata almeno una volta e il 37% ha dichiarato di consumarla ogni mese. Non solo, 2,4 milioni di loro la considera una bevanda â??coolâ??, capace di rappresentare un vero e proprio trend emergente. La birra analcolica per le nuove generazioni, Gen Z in primis, non Ã piÃ¹ un compromesso, ma unâ??opzione contemporanea, coerente con i propri valori e perfettamente integrata nei diversi momenti della giornata. Ã quanto Ã emerso dalla ricerca condotta da AstraRicerche per Heineken Italia, nellâ??ambito della campagna Together, che mostra una fotografia di come i giovani vivono oggi la socialitÃ . Pur rappresentando infatti ancora una quota contenuta del mercato, il segmento mostra segnali di crescita solidi e costanti, con una crescita a doppia cifra negli ultimi anni. Unâ??evoluzione che conferma il rafforzarsi progressivo della categoria e il suo crescente ruolo nel panorama beverage.

Un dato particolarmente significativo riguarda poi la versatilitÃ percepita: 3,9 milioni di giovani appartenenti a questa generazione apprezza infatti la possibilitÃ di consumarla in qualsiasi contesto, senza limiti o vincoli. Un elemento che segna una discontinuitÃ rispetto al passato e che riflette un approccio piÃ¹ fluido alla socialitÃ , dove il piacere della condivisione non Ã piÃ¹ necessariamente solo legato alla presenza di alcol, ma puÃ² alternarsi in diverse occasioni di socialitÃ . In questo scenario, la birra analcolica diventa una scelta inclusiva e di libertÃ , adatta a tutte le occasioni e capace di accompagnare momenti diversi con naturalezza.

â??Il piacere di una birra condivisa con gli amici nasce innanzitutto dal suo gusto e dal valore quasi rituale che attribuiamo al semplice gesto del â??bersi una birra insiemeâ??. Ã nella combinazione di sapore e socialitÃ che prendono forma i momenti di convivialitÃ piÃ¹ autentici. Proprio qui le birre analcoliche stanno trovando nuovo spazio: perchÃ© iniziano a essere percepite come una scelta pienamente appagante â?? spiega Alfredo Pratolongo, Corporate Affairs Director di Heineken Italia â?? Le birre 0.0 oggi offrono infatti un gusto che ha ben poco da invidiare alle versioni alcoliche, rendendole credibili e pienamente apprezzabili anche dai palati piÃ¹ esigenti. Le differenze con le tradizionali

naturalmente esistono ancora, ma la possibilità di godersi una birra di qualità senza alcol rappresenta un'opportunità nuova e concreta. Da oltre vent'anni Heineken promuove una cultura del consumo responsabile attraverso campagne, iniziative e innovazione di prodotto. Oggi le birre 0.0 rappresentano uno degli strumenti più concreti per accompagnare questo cambiamento culturale, offrendo ai consumatori la possibilità di scegliere la bevanda giusta per ogni occasione senza rinunciare al piacere della condivisione.

La birra analcolica si afferma così come una delle protagoniste indiscusse dell'estate della Gen Z, capace di adattarsi con naturalezza ai diversi momenti della giornata. Dalla pausa informale all'aperitivo, fino alle occasioni più dinamiche e sociali, la birra 0.0 entra in modo trasversale nelle abitudini quotidiane. Non a caso, quasi il 40% dei giovani tra i 18 e i 27 anni la associa a una sensazione di freschezza, elemento chiave soprattutto nei mesi estivi. Le occasioni di consumo si ampliano e si diversificano e quasi 2 milioni di giovani Gen Z (26,5%) la scelgono per occasioni di consumo tipicamente estive: il 15% la sceglie anche in spiaggia o al mare con gli amici, mentre il 16,6% la consuma durante feste e momenti di convivialità, confermando il suo ruolo sempre più centrale nei rituali di socialità di questa stagione. Questo cambiamento è sostenuto anche da una significativa evoluzione della qualità del prodotto e della sua percezione anche dei palati sempre più esigenti e consapevoli. Più della metà della Gen Z intervistata giudica infatti positivamente il gusto della birra analcolica. Non solo, questa evoluzione è confermata anche dal continuo investimento nell'innovazione di prodotto: nel 2026, per esempio, Heineken 0.0 amplia la propria presenza a scaffale con il lancio della nuova lattina, un formato pratico e contemporaneo pensato per adattarsi a stili di vita sempre più dinamici e a occasioni di consumo quotidiane, dentro e fuori casa.

Sempre più persone scelgono la birra analcolica per accompagnare la convivialità in diversi momenti: dal pranzo con gli amici alle pause in ufficio, fino all'aperitivo, soprattutto tra i più giovani commenta Michela Filippi, Marketing Director di Heineken Italia. In Heineken Italia lavoriamo con un obiettivo chiaro: rafforzare il legame con i consumatori, offrendo un portfolio completo e di qualità che risponda ai loro bisogni in rapido cambiamento. La categoria delle analcoliche è oggi una priorità strategica per Heineken Italia e continuiamo a investirci con un approccio pionieristico, sviluppando referenze come Heineken 0.0 e Moretti Zero che uniscono innovazione, qualità e riconoscibilità dei brand. Portare il segmento analcolico all'interno di marchi iconici significa dare un messaggio forte: non solo un'alternativa, ma una proposta di valore che arricchisce l'esperienza di consumo.

Alla luce di queste evidenze, la birra analcolica si afferma quindi come simbolo di una nuova cultura del bere: più consapevole, libera, inclusiva e contemporanea, sempre più focalizzata sull'esperienza, di cui la Gen Z si conferma indubbia protagonista. Un cambiamento che Heineken accompagna da anni attraverso il proprio impegno nella promozione del consumo responsabile e nello sviluppo di proposte innovative capaci di intercettare le nuove esigenze dei consumatori. Un fenomeno destinato a consolidarsi nel tempo, accompagnando non solo l'estate 2026 ma anche l'evoluzione futura dei consumi, in cui libertà di scelta e qualità dell'esperienza diventano sempre più centrali.

??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Giugno 18, 2026

Autore

redazione

default watermark