



Part of the Carlsberg Group

Informazioni base per la stampa

Rheinfelden, 7 febbraio 2024

La birra analcolica nel mercato svizzero 2023

Riepilogo

Prosegue il trend positivo della birra analcolica. Sempre più persone bevono birra analcolica. Il mercato della birra analcolica in Svizzera non è ancora saturo e presenta un ulteriore potenziale di crescita. Dal punto di vista del valore, quasi una birra su 10 tra quelle vendute nel commercio al dettaglio è analcolica. Dal 2019 l'immagine delle birre analcoliche è migliorata in modo significativo. I pregiudizi di consumatrici e consumatori nei confronti del gusto sono diminuiti. La birra analcolica viene consumata quasi con la stessa frequenza sia dagli uomini che dalle donne. La notorietà e la popolarità delle birre analcoliche e delle bevande a base di birra analcolica del marchio Feldschlösschen sono considerevoli.

Il mercato della birra svizzero: birra analcolica sempre di tendenza

La quota di mercato della birra analcolica nell'intero mercato svizzero della birra continua a svilupparsi in modo positivo e nel 2023 si è attestata al 6,1%¹. Sempre più persone, infatti, bevono birra analcolica. In un sondaggio² condotto nell'ottobre 2023, circa il 20% delle persone intervistate ha dichiarato di bere generalmente birra analcolica. Dal 2019, la percentuale di persone che dichiarano di bere birra analcolica è aumentata in modo significativo, così come il numero di persone che afferma di volerla bere il mese successivo. Per quanto riguarda la penetrazione del mercato³ annuale della birra analcolica, nel 2023 la Svizzera era ancora nettamente indietro rispetto ad altri Paesi europei, come Francia, Svezia o Polonia, secondo i risultati della

¹ SBV, anno di produzione 2022/2023, 28.11.2023

² 20 minuti, Market Research per Feldschlösschen_W7. Ottobre 2023; sondaggio online su www.20min.ch con oltre 25 000 interviste tra luglio e settembre 2023

³ Penetrazione del mercato: percentuale di popolazione che consuma la categoria di prodotti almeno una volta all'anno.

ricerca di mercato del Gruppo Carlsberg⁴. Si può quindi presumere che il mercato svizzero racchiuda un potenziale di crescita per la birra analcolica.

Straordinario sviluppo nel commercio al dettaglio: qui la quota di mercato della birra analcolica è più che raddoppiata dal 2017 (oggi è 2,5 volte maggiore)⁵. Con un tasso di crescita annuo del volume del 18,5% dal 2018, la birra analcolica rappresenta la categoria di birra in più rapida espansione nel mercato al dettaglio svizzero. In termini di valore, già oggi quasi una birra su dieci venduta nel commercio al dettaglio è analcolica (value share del 9,3%). Nel 2023, mentre il consumo della birra analcolica nel commercio al dettaglio nella Svizzera tedesca ha registrato una crescita in volume del 9,7% nel 2023, la crescita in volume nella Svizzera francese è stata significativamente inferiore, pari al 2,8%.

I consumatori: chi beve la birra analcolica in Svizzera?⁶

Età e sesso: rispetto alla popolazione totale, i millennial⁷ compongono una quota consistente dei consumatori di birra analcolica. I millennial e la generazione X rappresentano il 78% delle persone che consumano birra analcolica, il 54% delle quali è costituito da uomini. In altre parole, la birra analcolica viene consumata quasi in egual misura da uomini e donne. Nel caso della birra alcolica, la percentuale di uomini è del 62%.

Fattori socioeconomici e stile di vita: le persone che consumano birra analcolica hanno un livello di istruzione e un reddito più elevati rispetto alla media della popolazione totale. Un numero significativamente superiore alla media di consumatrici e consumatori di birra analcolica vive in un contesto urbano ed è composto da «early adopter», ovvero da persone che recepiscono tempestivamente le nuove tendenze. Inoltre, una percentuale relativamente elevata pratica jogging nel tempo libero.

⁴ Brand Health Tracker T4/2023 (BHT), tool interno per le ricerche di mercato del Gruppo Carlsberg.

⁵ Nielsen, esercizio finanziario 2023. Nota: The Nielsen Company è una società di ricerche di mercato operante a livello internazionale. I dati qui riportati coprono circa il 60% del commercio al dettaglio in Svizzera e rappresentano pertanto una fonte di informazioni significativa per il mercato al dettaglio.

⁶ Consumer Insights, Statista. Target audience: non-alcoholic beer drinkers in Switzerland, agosto 2023, Consumers & Brands.

⁷ Millennial (chiamati anche GenY): per millennial si intendono tutte le persone nate tra il 1980 e la fine degli anni Novanta. Generazione X: gruppo di persone nate tra il 1965 e il 1980.

L'immagine: cosa pensa la popolazione svizzera della birra analcolica?

Da un sondaggio di mercato qualitativo⁸ condotto a dicembre 2023 emerge che l'immagine e l'atteggiamento nei confronti della birra analcolica si sono sviluppati positivamente negli ultimi anni, ma che barriere e riserve continuano a influenzare la percezione di questo tipo di bevanda. Le persone intervistate hanno l'impressione che il potenziale dei prodotti del comparto della birra analcolica sia in costante crescita, che vi sia una loro maggiore accettazione sociale e che le offerte rispondano alla crescente domanda di prodotti più sani. Anche un altro sondaggio⁹ dell'ottobre 2023 lo conferma: dal 2019 i valori dell'immagine della birra analcolica sono notevolmente migliorati (cambiamento nella valutazione delle affermazioni «è naturale», «è buona», «mi piace», «è salutare» e «la bevo volentieri»).

Feldschlösschen influenza positivamente lo sviluppo della categoria della birra analcolica

L'azienda Feldschlösschen è leader in Svizzera nello sviluppo e nella vendita di birra analcolica e di bevande a base di birra analcolica. Nel 2023 il fatturato generato dalla birra analcolica in tutto il mercato di Feldschlösschen è aumentato del 10% rispetto all'anno precedente.

Notorietà¹⁰: alla domanda su quale marchio viene in mente quando si pensa alla birra analcolica, oltre il 60% ha nominato spontaneamente/senza indicazioni «Feldschlösschen». Alla domanda se conoscessero la birra analcolica Feldschlösschen almeno di nome, quasi il 90% ha risposto affermativamente. «Quanta simpatia suscita in te Feldschlösschen Alkoholfrei, la birra analcolica di Feldschlösschen?». Il 70% delle persone che conoscono Feldschlösschen Alkoholfrei ha risposto a questa domanda con «molta simpatia» o «abbastanza simpatia». Anche le consumatrici e i consumatori intervistati nell'ambito di uno studio qualitativo¹¹ hanno valutato la birra analcolica di Feldschlösschen come invitante.

⁸ Fonte: birra analcolica e bevande a base di birra analcolica, Qualitative Research, dicembre 2023, Insight Institute.

⁹ 20 minuti, Market Research per Feldschlösschen_W7. Ottobre 2023; sondaggio online su www.20min.ch con oltre 25 000 interviste tra luglio e settembre 2023

¹⁰ 20 minuti, Market Research per Feldschlösschen_W7. Ottobre 2023; sondaggio online su www.20min.ch con oltre 25 000 interviste tra luglio e settembre 2023

¹¹Fonte: birra analcolica e bevande a base di birra analcolica, Qualitative Research, dicembre 2023, Insight Institute.