vinetur

La mesa informal gana terreno entre los italianos

Un estudio de AstraRicerche para Birra Moretti vincula autenticidad, comida sencilla y cerveza compartida con los mejores momentos sociales

lunes 4 de mayo de 2026



Un estudio de AstraRicerche para Birra Moretti señala que el 94% de los italianos asocia los momentos más auténticos con una mesa informal, entre amigos, con comida sencilla y una cerveza compartida. El trabajo, difundido por la marca, apunta también que el 91,8% cree que las mejores historias surgen de forma espontánea.

La investigación se presenta como base de “Mangiare come piace a noi”, la nueva plataforma de comunicación de Birra Moretti. La firma, nacida en Udine en 1859, quiere poner en valor la mesa italiana como espacio de convivencia y de consumo relajado, con comida y cerveza de calidad.

Los datos muestran una preferencia clara por ambientes sin artificios. Casi uno de cada dos encuestados, el 49,2%, elige lugares donde se siente cómodo, y el 45,4% prefiere espacios simples y auténticos. En el plato, el 42,5% opta por recetas genuinas y reconocibles, frente al 25,2% que se inclina por propuestas más elaboradas.

El estudio también recoge que el 40,7% se siente menos espontáneo cuando la complejidad del menú es demasiado alta. Para Birra Moretti, esa lectura confirma un cambio en las preferencias de parte del público italiano: menos puesta en escena y más atención a lo que se come y se comparte.

La cerveza aparece en ese escenario como una bebida ligada a la mesa informal. Según la encuesta, para el 86,6% contribuye a crear un ambiente más relajado; para el 90%, forma parte de los momentos sencillos y compartidos; y para el 87%, aporta naturalidad en las reuniones entre amigos.

La campaña utiliza un lenguaje directo y juega con comparaciones como “menos gourmet, más crocchè” o “menos assaggini, más bucatini”. El objetivo es comunicar una idea simple: recuperar una forma de comer menos pensada para la foto y más ligada al placer de sentarse a la mesa sin formalidades.