vinetur

Un sondaggio nel Regno Unito indica la birra come bevanda alcolica preferita dagli adulti

Il 18,5% ha inoltre scelto birre analcoliche o a basso contenuto alcolico invece di vino o distillati analcolici nei 12 mesi precedenti

lunedì 16 novembre 2026



La birra è risultata la bevanda alcolica preferita dagli adulti nel Regno Unito, secondo un sondaggio pubblicato lunedì 16 novembre. Interpellati sulle alternative a minore gradazione alcolica, i partecipanti hanno inoltre indicato le birre analcoliche o a basso

contenuto alcolico come preferibili al vino e ai distillati analcolici.

I risultati provengono da una ricerca commissionata da Budweiser Brewing Group e condotta online da OnePulse tra il 29 settembre e il 5 ottobre su 1.719 adulti residenti nel Regno Unito, di almeno 18 anni. Poiché lo studio è stato commissionato da un grande produttore di birra, i risultati offrono un quadro delle opinioni dei consumatori, non una misura indipendente delle vendite nazionali.

Secondo il sondaggio, il 30% degli intervistati ha indicato la birra come bevanda alcolica preferita, davanti a vino e distillati. Lo studio ha inoltre rilevato che, nei 12 mesi precedenti, il 18,5% del campione aveva scelto birre analcoliche o a basso contenuto alcolico, contro l'11% che aveva optato per distillati analcolici e il 10% per vino analcolico.

I risultati suggeriscono che moderare i consumi non significa necessariamente allontanarsi del tutto dalla birra. Tra chi ha dichiarato di bere birra, il 31% ha affermato di scegliere anche birre analcoliche o a basso contenuto alcolico quando vuole ridurre il consumo di alcol. Per le aziende produttrici di bevande, i rivenditori e gli operatori del settore della ristorazione, questo dato potrebbe essere rilevante: la competizione riguarda non solo birra, vino e distillati nelle loro versioni tradizionali, ma anche il crescente mercato delle alternative a minore contenuto alcolico. I risultati possono contribuire a orientare lo sviluppo dei prodotti, lo spazio sugli scaffali e le carte di pub e ristoranti, soprattutto mentre i produttori cercano di rispondere all'evoluzione delle abitudini di consumo.

Il gusto è il fattore principale per i consumatori che scelgono birre analcoliche o a basso contenuto alcolico. Un terzo, pari al 33% di chi le beve, ha indicato come aspetto più importante la possibilità di trovare un gusto il più possibile simile a quello della birra a gradazione piena. Secondo il sondaggio, il sapore ha quindi prevalso su fattori quali la fiducia nel marchio, il packaging e la marca.

Lo studio ha evidenziato anche differenze legate all'età. Tra gli intervistati di 18-29 anni che bevono birre analcoliche o a basso contenuto alcolico, il 25% ha indicato il rapporto qualità-prezzo tra i principali fattori di scelta, al secondo posto dopo il gusto. Tra gli intervistati con più di 62 anni, la percentuale è scesa all'8%.

I consumatori più anziani hanno attribuito maggiore importanza alla familiarità con il prodotto e alla sua disponibilità. Tra gli intervistati con più di 62 anni, il 47% ha dichiarato di voler vedere più marchi noti offrire birre analcoliche o a basso contenuto alcolico, mentre il 37% vorrebbe trovare più spesso questi prodotti alla spina.

Il sondaggio ha inoltre collegato la moderazione agli impegni quotidiani. Tra gli intervistati di 30-61 anni, il 35% ha indicato il lavoro, la famiglia o altri impegni del giorno successivo tra i principali fattori che lo spingono a ridurre il consumo di alcol.

Le donne che bevono birre analcoliche o a basso contenuto alcolico hanno posto particolare enfasi sulla disponibilità e sul gusto. Il 31% vorrebbe una maggiore presenza nei negozi e nei supermercati, mentre il 35% vorrebbe più scelta in pub, bar e ristoranti. Il sondaggio ha inoltre rilevato che il 30% delle donne considera i gusti distintivi il principale motivo per scegliere birre analcoliche o a basso contenuto alcolico, contro il 21% degli uomini.

Budweiser Brewing Group ha colto l'occasione della pubblicazione del sondaggio per sottolineare i propri investimenti in questo segmento di mercato. L'azienda ha dichiarato di aver rinnovato nel 2025 la propria gamma analcolica nel Regno Unito, introducendo Stella Artois 0.0 alla spina durante i campionati di Wimbledon 2025, prima di estenderne la distribuzione ai pub. Ha inoltre riferito di aver investito 2,93 milioni di sterline in un impianto di dealcolizzazione presso il birrificio Magor, nel Galles meridionale. Inaugurato nel dicembre 2025, l'impianto consente all'azienda di produrre nel Regno Unito birre analcoliche e a basso contenuto alcolico, tra cui Corona Cero.

Nel comunicato, Maria Neves, direttrice della strategia commerciale di Budweiser Brewing Group, ha affermato che i consumatori vogliono opzioni analcoliche senza rinunciare al gusto e che l'investimento dell'azienda a Magor punta a produrre questi articoli localmente.

L'azienda ha dichiarato che il campione online era composto in parti uguali da uomini e donne. Budweiser Brewing Group UK&I è il nome commerciale di AB InBev UK Limited, che fa parte di Anheuser-Busch InBev. In Gran Bretagna, l'azienda dichiara di impiegare oltre 1.500 persone nei birrifici di Magor, Samlesbury ed Enfield e nella sede centrale di Londra.