**BIRRA, PIZZA, MUSICA ED AMICIZIE AUTENTICHE: ECCO GLI INGREDIENTI PREFERITI DAI GIOVANI ITALIANI PER SENTIRSI DAVVERO SE STESSI**

*Birra Moretti, che da sempre promuove l’importanza di ricordarci che siamo al nostro meglio quando riusciamo a mostrarci semplicemente così come siamo, ha chiesto ai giovani italiani, attraverso un’indagine inedita realizzata con AstraRicerche, cosa li aiuta a presentarsi per quello che sono davvero.*

*27 novembre 2023* **– Quando i giovani si sentono davvero se stessi?** Per quasi **5 giovani italiani su 10** non ci sono dubbi: **in compagnia dei** **veri amici** (**47.3%,** cifra che sale al 57% tra i 18-23enni), soprattutto se ci si ritrova per vivere momenti autentici accompagnati da un’accoppiata semplice, ma da sempre vincente: **una birra e una pizza**. Anche la musica gioca un ruolo fondamentale, che permette ai giovani di esprimere a pieno il loro essere e le loro personalità, sentendosi come realmente sono (46.5%, di cui il 50% delle rispondenti sono donne, e si sale al 53% tra i 18-23enni).

Questo è quanto emerge dall’indagine inedita condotta da Birra Moretti in collaborazione con AstraRicerche su un campione di oltre 1000 giovani italiani, tra Millennials e Gen Z (18 - 35 anni), per scoprire in quali situazioni e contesti i giovani si sentono davvero se stessi, liberandosi di maschere e filtri sociali per fare spazio alla sincerità.

**PIZZA E BIRRA CON GLI AMICI SI CONFERMANO GLI INGREDIENTI PERFETTI PER SENTIRSI SÉ STESSI**

E se il binomio intramontabile “**pizza e birra**” **in buon compagnia** è per il **53,2%** del campione la situazione preferita in cui sentirsi davvero se stessi, **è proprio la birra** la bevanda protagonista in assoluto della convivialità, tanto da essere indicata dal **20,5%** degli intervistati come **prima scelta per essere semplicemente come si è** (indicata come prima scelta in tutte le aree geografiche, percentuale che sale al 28% per gli uomini e al 26% per i 30-35enni), seguita dal caffè (14.7%) e dall’acqua (14.2%), che supera la leggerezza della tisana (8.5%) o del soft drink (11.2%), ma soprattutto vari alcolici (cocktail 14.0%, vino 12.0%, bollicine 5.0%).

Per i giovani italiani, al secondo posto, nel ranking dei promotori di momenti sinceri, autentici, e spontanei, troviamo il proprio **piatto preferito cucinato a casa** (donne 55%, uomini 45%), seguito in terza posizione, quasi a pari merito, da un **food delivery** portato in casa e condiviso con gli amici davanti alla tv (nettamente preferito dalle donne 44%, che dagli uomini 35%), mentre si torna fuori casa per il quarto posto in ordine di preferenza, occupato da “**uno street food** (mangiato in strada)” rigorosamente accompagnato da una buona birra (**38.8%**).

**I GIOVANI ITALIANI NON SI SENTONO SÉ STESSI CON COMITIVE ‘ESTESE’**

La vera sorpresa è che i giovani italiani **non si sentono pienamente se stessi se i gruppi si ‘allargano’**: **4 su 10** dichiarano, infatti, di non sentirsi a proprio agio **nelle giornate di festa quando ci sono tanti parenti** (38.9% - donne 42%) – fatta eccezione per i Millennials per i quali (47%), la famiglia diventa un luogo di confort dove rifugiarsi senza maschere e pregiudizi - e **nelle serate in cui escono in comitiva**, con gruppi di amici più estesi (36.9% - donne 41%); ma anche **al lavoro o all’università** (30.6% -18-23enni: 35%).

**E SUI SOCIAL MEDIA? SI SENTONO SÉ STESSI SOLO SE UTILIZZATI CON DISTACCO**

Analizzando il contesto dei social media, non si riscontra una visione unica: quasi 3 su 5 (59.4%) dichiarano di riuscire a sentirsi sé stessi nel mondo dei social, ma solo il 16.9% dichiara di riuscirci perché può effettivamente esprimersi in modo sincero per quello che è, mentre ben **il 42.6% dichiara di riuscirci perché li utilizza col giusto distacco**. Inoltre, 2 giovani su 5 (40.6%) dichiarano, invece, di non mostrarsi per quello che sono sulle piattaforme social: in particolare, il 32.1% crede che i social siano ormai una vetrina dove ostentare solo le cose belle, trascurando altri aspetti più realistici della vita quotidiana, e l’8.4% si sente a disagio perché crede che vengano proposti modelli inarrivabili di successo e perfezione.

**“COSÌ COME SIAMO” LA WEB SERIES DI BIRRA MORETTI**

Sentirsi liberi di mostrarci come siamo e vivere con spontaneità sono quindi gli ingredienti fondamentali per godersi a pieno la vita. Un concetto che, appunto, riguarda in primo luogo la buona compagnia. Ed è proprio in nome della **buona compagnia e del celebrare l’essere se stessi** che **Birra Moretti** ha deciso di produrre “**Così come siamo**”, una **web series** che, attraverso i racconti delle vite di cinque protagonisti – **Nicolò Devitiis, Chef Ruben, Tananai, Veronica Ruggeri e Melissa Satta** –, ha l’obiettivo di ricordarci che **i momenti migliori che viviamo sono quelli in cui ci mostriamo, autenticamente, per quello che siamo.**

La web serie, che si snoda attraverso **5 episodi** disponibili sul canale Youtube del brand, nasce infatti con lo scopo di promuovere i **valori di Birra Moretti** e parlare ai giovani attraverso storie di ispirazione, mettendo al centro i racconti di un vero gruppo di amici che incoraggiano lo stare insieme in modo autentico.

**Birra Moretti** nasce nel 1859 a Udine nella “Fabbrica di Birra e Ghiaccio” fondata da Luigi Moretti. Apprezzata da subito in tutto il Friuli Venezia Giulia, diventa in pochi decenni una birra nazionale. Esportata in oltre 50 Paesi nel mondo – fra cui gli Stati Uniti, la Gran Bretagna, il Canada e il Giappone – Birra Moretti continua a essere universalmente riconosciuta anche in contesti internazionali da esperti del settore provenienti da tutto il mondo. I più recenti riconoscimenti sono stati assegnati alle specialità della famiglia Birra Moretti in occasione del Brands Award, a luglio 2017. Birra Moretti è disponibile sul canale Modern Trade e Ho.Re.Ca. nelle Birra Moretti Ricetta Originale, Birra Moretti Zero, Birra Moretti Baffo d’Oro, Birra Moretti La Rossa, Birra Moretti La Bianca, Birra Moretti IPA, Birra Moretti Limone e Birra Moretti Zero Limone, Birra Moretti Grand Cru. Nel 2021 è nata Birra Moretti Filtrata a Freddo.

Birra Moretti: [www.birramoretti.it](http://www.birramoretti.it)

**INC Istituto Nazionale per la Comunicazione**

Novella D’Incecco [n.dincecco@inc-comunicazione.it](mailto:n.dincecco@inc-comunicazione.it) 338 8538983

Alessandra Dinatolo [a.dinatolo@inc-comunicazione.it](mailto:a.dinatolo@inc-comunicazione.it) 348 4151778

Ludovica Sampalmieri [l.sampalmieri@inc-comunicazione.it](mailto:l.sampalmieri@inc-comunicazione.it) 345 4000009