

Alimarket

Disfrute responsable y vida saludable marcan los hábitos de consumo de cerveza

ALIMARKET ALIMENTACIÓN | 22/09/2017 Cervezas



Cada vez **más responsables y preocupados por su imagen, los millenials moderan su consumo de alcohol para no perder el control y evitar situaciones incómodas en redes sociales**, según se deduce de un estudio realizado por Canvas8 para Heineken en cinco países europeos, entre los que figura España. El informe analiza las respuestas de 5.000 jóvenes bebedores de cerveza premium de 21 a 35 años.

Más allá de los jóvenes, la importancia de la vida sana es una tendencia compartida a cualquier edad ya que, según datos de estudios internos elaborados por la compañía **el 65% de los consumidores españoles a menudo tiene en cuenta la salud al elegir su comida**. Este cambio viene reforzado por un incremento general del consumo de cerveza sin alcohol entre los españoles hasta suponer más del 14% . Según otro estudio de Millward Brown, **el consumo de cerveza sin alcohol en las mujeres está más asociado al wellness y estilo de vida saludable, mientras que en los hombres se vincula más a la conducción y la salud** . En el canal hostelería, tiene su mayor pico de consumo durante el aperitivo y la cena, y en alimentación es la variedad que experimenta un mayor crecimiento (+3,2%).

Nuevos hábitos de vida

Heineken España trabaja para responder a estos cambios en los hábitos de vida de sus consumidores mediante dos vías: el fomento de un disfrute responsable y la apuesta por la innovación del portafolio de cervezas 0,0 de nuestro país. La última prueba de este compromiso es el lanzamiento de 'Heineken 0,0', una cerveza premium sin alcohol y con solo 69 calorías por cada 33 cl. Este lanzamiento también ha venido marcado por **la búsqueda de nuevas experiencias (rich experiences) y el auge de las cervezas premium, debido al incremento de la cultura cervecera**. Respecto a la nueva marca Marta García, Directora de Marketing de la compañía, declara: “Nuestro país es el primer mercado en ambición de volumen para la compañía a nivel global, y en tan solo 6 meses desde la introducción en el mercado, ya hemos visto como el 74% de los consumidores de 'Heineken' ya conoce el nuevo producto, mientras el 60% ya lo ha probado”.

Por otro lado, Heineken España ha puesto en marcha **con la marca 'Paulaner' la edición 2017 de "Madrid Oktoberfest", en el Palacio Vistalegre de Madrid** a imagen de la Oktoberfest original de Múnich. La ceremonia de inauguración ha contado con dos invitados de lujo, el seleccionador nacional de baloncesto Sergio Scariolo y el ex seleccionador Pepu Hernández, encargados de abrir el barril de 'Paulaner', ritual que da comienzo a 8 días de fiesta en los que se podrá disfrutar de auténtica cerveza y gastronomía bávara con entrada libre (del 21 al 24 de septiembre y del 28 de septiembre al 1 de octubre).

Alimarket