

Birre gluten free: cosa cerchiamo online?

Consumi sempre più dinamici

Negli ultimi anni, il mercato italiano delle birre senza glutine ha registrato una crescita significativa, alimentata da una combinazione di fattori epidemiologici, normativi e commerciali. Dal punto di vista medico, la celiachia si stima che colpisca circa l'1 % della popolazione italiana (~600.000 persone), con un numero di diagnosi certe nel 2023 pari a 265.125, corrispondente a circa lo 0,43 - 0,45% della popolazione nazionale. Tale prevalenza, unita al progressivo incremento delle diagnosi, ha generato una solida base di consumatori con esigenze nutrizionali certe, che si riflettono anche nel settore del *beverage* e in particolare in quello della birra.

Uno studio della società Market Research Intellect ha stimato il mercato globale della birra senza glutine nel 2024 in 4,5 miliardi di dollari statunitensi. In termini di valore, è stato previsto un tasso annuo di crescita del 10,5% entro il 2033. A livello nazionale non sono ancora disponibili dati specifici su volumi e fatturato, ma si stima che il mercato di alimenti e bevande gluten-free registri in Italia una crescita annua del 7,3%. Per quanto riguarda la birra, sul versante industriale e artigianale, i produttori hanno reagito integrando birre certificabili tramite il logo "Spiga Barrata" dell'Associazione Italiana Celiachia (AIC), che garantisce un contenuto di glutine ≤ 20 ppm (Reg. UE n. 41/2009 sostituito dal Reg. UE n. 828/2014).

In Italia la prima birra senza glutine è stata prodotta nel 2008 dal birrificio Lodigiano, a cui nel tempo hanno fatto

seguito anche produzioni industriali (ad esempio la senza glutine di Peroni, nel 2015). In generale, la birra senza glutine può essere ottenuta o tramite processi tecnologici che ne riducono il contenuto oppure utilizzando cereali naturalmente privi di glutine come il miglio, sorgo e grano saraceno, offrendo un'importante opportunità di crescita per i produttori in particolare quelli del settore artigianale sempre più interessati all'uso di cereali alternativi.

Strumenti online e leve di marketing

La birra senza glutine è un fenomeno in crescita, benché ancora poco visibile sugli scaffali dei supermercati o nelle birre spillate nei locali, mentre risulta maggiormente diffuso nel comportamento degli utenti sul web dove si concentrano gli acquisti di questo prodotto. In un settore in cui la principale fonte di informazione è rappresentata da strumenti online, con un considerevole incremento delle vendite attraverso canali e-commerce, l'interesse verso questa tipologia di prodotto emerge chiaramente anche nelle dinamiche delle ricerche. È proprio sul terreno digitale che la Search Engine Optimization (SEO) si rivela uno strumento strategico per tutte le aziende. Comprendere come e quando le persone cercano "birra senza glutine", quali parole usano e con quale frequenza, consente non solo di intercettare la domanda in modo più efficace, ma anche di soddisfarla con contenuti mirati, offerte personalizzate e una presenza online realmente competitiva.

In estrema sintesi, la SEO è l'insieme di tecniche che migliorano la visibilità di un sito web sui motori di ricerca, per-

mettendo di comparire tra i primi risultati organici (non a pagamento). A differenza della pubblicità, la SEO genera traffico gratuito e duraturo, migliorando la reputazione online e la competitività di un brand. Nel settore della birra artigianale, ad esempio, è un alleato prezioso per piccoli birrifici che vogliono emergere su Google con ricerche come "birra IPA italiana" o "birra artigianale online". Un sito ben ottimizzato può trasformarsi in un vero e proprio canale di vendita, collegando direttamente produttore e consumatore, anche senza una grande rete di distribuzione. Essere tra i primi risultati della Search Engine Results Page - SERP (pagina dei risultati) oggi significa farsi scegliere.

Per sfruttare in modo efficace le potenzialità della SEO, però, è indispensabile utilizzare strumenti specifici che possano analizzare i dati, interpretare i trend e pianificare le azioni da intraprendere: Google Trends e SEOzoom sono sicuramente tra i più idonei ed efficaci.

