La primavera della birra: cresce il mercato brassicolo

primavera-birra-46826786

A l primo approccio si potrebbe pensare a un sorpasso nelle vendite delle birre speciali sulle lager. In realtà, come ha affermato **Alfredo Pratolongo, Presidente della Fondazione Birra Moretti**, le due tipologie sono complementari e non sono in rivalità, in entrambi i casi le cifre, dal 2010 al 2017, hanno registrato grandi progressi, in primis nella GDO ma pure nel comparto Ho.Re.Ca. Complessivamente si parla di un incremento totale delle vendite di birra del 32%, con un +49,5% delle speciali in volume e un +69,7% a valore, e di +15,2% a volume e +21,4% a valore delle lager, il tutto riassunto in un giro d'affari che tocca circa 1,6 miliardi di euro. Cifre rese note in occasione di **Heineken Incontra**, l'appuntamento che la grande azienda olandese tiene ogni anno coinvolgendo gli esperti del mondo brassicolo. A dare supporto i sondaggi **Doxa** che evidenziano, nonostante un primo e generico disorientamento causato dalla varietà di etichette entrate nel mercato, come gli italiani stiano prendendo confidenza con le birre speciali, principalmente per tre motivi: la provenienza della birra, il colore e le caratteristiche di gusto e sapore.

QUESTIONE DI SCELTA

I gusti stanno mutando o, ancor meglio, si stanno evolvendo, mettendo sotto la lente d'ingrandimento anche l'Italia la quale, nonostante registri il consumo pro capite inferiore rispetto al resto d'Europa, sta "educando" gli amanti della birra a una maggior consapevolezza del prodotto, sia in fatto di utilizzo moderato e consapevole, sia in fatto di rapporto qualità-prezzo: in sintesi si è disposti a pagare un po' di più riconoscendo i requisiti di una buona birra. Secondo Doxa, 7 italiani su 10 consumano birre speciali, senza mai rinunciare alla lager che continua a essere lo zoccolo duro degli acquirenti. "Si inizia assaggiando una lager – dichiara Pratolongo – poi si testano nuovi gusti con le speciali e quando riassaggiamo le lager se ne apprezzano maggiormente gli aromi prima meno riconoscibili".

BIRRA CONTRO VINO?

Un altro fattore che ha suscitato interesse è stato scoprire che oltre l'80% delle persone coinvolte nei

sondaggi, identifica la birra – in primis le speciali – come una bevanda perfetta per la tavola mediterranea, ossia ideale per abbinamenti che esulano dalla consolidata pizza, ma ben indicata



anche per un menù più ampio, l'importante che rispetti gli ingredienti che compongono il piatto, la stagionalità e la tipicità della sua origine. In aggiunta la birra sta diventando sempre di più un "argomento di conversazione" tra commensali, non solo nei pub ma anche nei ristoranti e durante incontri di lavoro. Purché antico, il mondo brassicolo, sembra essere più semplice e di immediato approccio rispetto a quello enologico, portando così a una convivialità spiccata e socievole. Quindi, anche se la birra si consuma principalmente a casa, si sta ritagliando una fetta importante nella ristorazione, supportata pure dalla realizzazione di una carta a lei dedicata, un tempo privilegio solo dei vini.

LA FORTUNA DELL'HO.RE.CA.

A prescindere che si scelga una lager o una birra speciale, i pub, le pizzerie e i ristoranti generano ancora la maggior parte dei ricavi del mercato birrario con un netto 75%. Sono stati i primi portavoce delle proposte e delle sperimentazioni brassicole, è qui che il pubblico ha assaggiato nuovi prodotti, nuove tendenze e abbinamenti gastronomici. Un mix di elementi che ha portato a una cultura della birra più ampia, una maggior curiosità e un maggior interesse anche in fatto di produzione.

I MICRO BIRRIFICI ITALIANI

Cresce il consumo ma cresce anche la voglia di produrre birra, soprattutto per mano di giovani imprenditori che hanno deciso di aprire micro birrifici in molte regioni italiane. **AssoBirra** nell'ultima mappatura ne conta 850, distribuiti principalmente al nord con la Lombardia a fare da capofila (134), seguita da Piemonte (80), Veneto (74) e Toscana (63). Al sud invece si trova la Campania con 55 strutture tra micro birrifici e brew pub. La quota di mercato a loro associabile è del 3,2%, per una produzione complessiva di 483.000 ettolitri. Si tratta di attività supportate in tutta la lavorazione della filiera, attente alla territorialità e ai prodotti tipici del luogo dove sorgono i quali, inevitabilmente, diventano una delle materie prime utilizzate.

La birra svelata: numeri, accise, tipologie