In un libro le 4 P fondamentali del marketing della birra

20250605150058schermata2025-06-05alle145927-739a09c8

Strategie, cultura imprenditoriale e comunicazione per distinguersi nel mercato brassicolo. Arriva in libreria **“Marketing della birra - Dalla teoria alla pratica, come trasformare la birra in un business di successo”** (Edizioni Lswr 23,90 euro, 184 pagine)

Il mondo della birra artigianale italiana vive da anni un autentico fermento: birrifici che nascono in ogni angolo dello Stivale, ricette sempre più creative, appassionati sempre più attenti. Eppure, dietro questo effervescente entusiasmo produttivo, si nasconde una lacuna tanto invisibile quanto decisiva: la mancanza di una solida cultura del marketing e dell’impresa.

BIRRA E MARKETING

Il libro di Matteo Malacaria nasce per colmare questo vuoto. È i**l primo saggio italiano a esplorare il settore brassicolo attraverso la lente del marketing strategico e operativo**, rivolgendosi a chi fa birra, a chi la vende, e a chi desidera comprendere i meccanismi che portano un prodotto di qualità a diventare anche un successo commerciale.

Dalla definizione del brand alla scelta dei canali di vendita, dal racconto del prodotto all’esperienza del cliente, il testo affronta con approccio pratico e critico tutte le sfide che un birrificio – piccolo o grande che sia – deve oggi saper affrontare. Il testo invita i produttori italiani a superare il mito del “piccolo è bello” per abbracciare un modello più consapevole e sostenibile, in cui passione e competenze gestionali possano coesistere. Perché fare buona birra è un’arte, ma saperla vendere è un mestiere. E in un mercato sempre più affollato, chi non si distingue rischia di estinguersi.

Pensato per birrai, imprenditori, comunicatori, appassionati e studenti del settore agroalimentare e del marketing, Marketing della birra è ricco di spunti concreti, casi reali ed esempi virtuosi, per iniziare a costruire una cultura brassicola che sappia guardare al futuro con intelligenza e

visione strategica.

LE 4 P FONDAMENTALI DEL MARKETING DELLA BIRRA

Il marketing mix è un insieme di strumenti e strategie utilizzati da un'azienda per promuovere e vendere il proprio prodotto o servizio, soddisfacendo i bisogni dei clienti. Le sue quattro leve principali – note come le 4P – sono: Prodotto, Prezzo, Punto vendita (Place) e Promozione P di Prodotto Il prodotto birra ha subito un'evoluzione millenaria, da bevanda casalinga a prodotto industriale e artigianale. **Oggi non basta offrire una buona birra: conta anche il packaging, l'etichetta e il contenitore, che proteggono e valorizzano il contenuto. La birra artigianale, in particolare, deve distinguersi sia dai grandi marchi sia dalla moltitudine di piccole produzioni simili**. Tuttavia, il prodotto da solo non è sufficiente: è solo una parte del marketing mix.

P di Prezzo. Un tempo usata come moneta, la birra ha sempre avuto un forte valore economico e sociale. Oggi esiste una distinzione netta tra il prezzo basso della birra industriale e quello più alto, giustificato dalla qualità, della birra artigianale. Stabilire il prezzo "giusto" è una sfida: esso nasce dall'equilibrio tra costi, percezione del valore da parte del consumatore e concorrenza. L'impresa propone un prezzo, ma è il cliente a decidere se accettarlo o meno.

P di Punto vendita. Il canale di vendita influenza sia la disponibilità che la percezione del prodotto. Le birre industriali puntano su ampia distribuzione, mentre quelle artigianali scelgono pochi punti vendita selezionati per valorizzare il brand e il senso di esclusività. Il luogo può essere anche quello del consumo diretto, come brewpub o locali specializzati, dove il cliente vive un'esperienza completa. La collocazione è strategica e deve rafforzare la percezione di qualità e valore.

P di Promozione. La promozione non coincide con pubblicità o comunicazione, ma riguarda tutte le attività che incentivano direttamente l'acquisto nel breve periodo. L'obiettivo è vendere di più, più in fretta. È un elemento essenziale per supportare le altre leve del marketing mix e rendere visibile e desiderabile il prodotto, soprattutto in mercati affollati o per prodotti di nicchia come la birra artigianale.

Matteo Malacaria ha lavorato in uffici marketing italiani ed esteri, oggi è consulente commerciale nel settore birrario ed è articolista per magazine settoriali. Nel 2021 ha pubblicato il suo libro d'esordio, Viaggio al centro della birra (Bookabook).