Birra stout, Guinness rallenta e i pub cercano alternative

Il successo di Guinness ha fatto riscoprire la stout ai consumatori britannici. Adesso potrebbe favorire anche i suoi concorrenti. Su **Drinks International**, Shay Waterworth racconta come Heineken stia cercando spazio alle spine dei pub con due marchi irlandesi del proprio portafoglio, Murphy’s e Beamish, rimasti a lungo in secondo piano rispetto alla birra di Diageo. Il momento è favorevole per tentare l’assalto. Dopo anni di crescita sostenuta, nel trimestre chiuso il 30 settembre le vendite nette organiche di Guinness nel Regno Unito sono diminuite di una percentuale a una cifra bassa. Diageo ha indicato tra le cause l’estate calda e l’aumento della concorrenza. Murphy’s, intanto, secondo i dati comunicati da Heineken UK, ha raggiunto 4mila pub britannici e registrato una crescita del 227% a valore su base annua nei tre mesi fino a luglio. La partita, però, non si gioca soltanto sulla curiosità del consumatore. L’esperta di birra Jane Peyton spiega alla testata che Heineken propone i due marchi al canale a prezzi inferiori rispetto a Guinness, offrendo ai gestori la prospettiva di margini maggiori. Per un publican, affiancare o sostituire una stout diventa quindi anche una decisione economica. L’inchiesta di *Drinks International* mette a confronto le strategie dei produttori e le valutazioni degli operatori. Il nodo è capire se una seconda stout possa allargare davvero la categoria o se, nei mercati in cui Guinness è già dominante, finisca soprattutto per sottrarle quote.