Beer Attraction, successo dei Superpremium Brands di Birra Peroni

pilsner-urquell-f1e8dae0

Il bilancio, dopo quattro giorni di **Beer Attraction**, si conferma molto positivo per la **Business Unit dei Superpremium Brands di Birra Peroni**. A dirlo sono i numeri ma anche l'apprezzamento ricevuto per l'intera proposta birraria. Tra le novità in portfolio un prodotto innovativo, proposto in fiera per testarne il gradimento, che è andato ad arricchire la gamma ceca: la Kozel Dark Lager.

La Business Unit ha deciso di far leva sulla qualità e l'ottima bevibilità dei prodotti introducendo la grande novità del 2019 ossia la proposta al cliente di una vera e propria gamma ceca: rilanciando in Italia la **Kozel Premium Lager** e introducendo la **Kozel Dark Lager**.

A differenza di altre birre scure e "pesanti", la Kozel Dark Lager è molto bevibile e apprezzata. È la lager scura più premiata del mondo e la seconda birra scura più famosa a livello mondiale dopo Guinness.

"Nel mese di febbraio abbiamo proposto Kozel Dark Lager al pubblico di settore ottenendo un successo che avevamo previsto ma che è andato ben oltre le aspettative": esordisce così **Cristiano Marroni Darena**, direttore della Superpremium Brands Business Unit. "Il successo di questo test ha confermato la volontà di offrire il prodotto in modo continuativo e, nei prossimi mesi, Kozel Dark entrerà a far parte del nostro portfolio".

Qualche dato sulla Business Unit - Il 2018 si è chiuso con un bilancio positivo con crescita di volumi pari a un **+8%**; la crescita CAGR (tasso annuo di crescita composto) degli ultimi 9 anni è invece del +16% (quella delle birre artigianali, che ha avuto un boom negli ultimi 5 anni, è del +12%)

La gamma base è cresciuta a doppia cifra per 7 anni consecutivi e i nuovi lanci raddoppiano in un anno, portando la crescita totale a +8%. Tra i brand del portfolio le migliori performance del 2018, in termini percentuale, sono infatti di **Grolsch Lager** e **Meantime** (in particolare la London IPA).

Nel corso dello scorso anno la Business Unit ha continuato a sviluppare il suo asset più importante ossia il portafoglio, che è sempre più ampio e completo, portandolo ad essere ancora più interessante. Anche nel 2019 proseguirà nella stessa direzione, per identificare nuovi stili «in crescita» e per un'offerta sempre più costruita sul cliente.

Tra i focus del nuovo anno anche lo sviluppo del brand Meantime, con un rilancio grafico in occasione del ventesimo anniversario dalla prima cotta, avvenuta nel garage di Alastair Hook (le nuove bottiglie saranno disponibili in sell-in da fine marzo).

Infine la Business Unit continua a lavorare, da tanti anni e con sempre maggiore soddisfazione, con **Pilsner Urquell** che, solo negli ultimi 4 anni, è cresciuta di +50% in termini di volumi in Italia. Pilsner Urquell è riconosciuta dagli amanti della birra come prodotto di eccellenza e sta conquistando un pubblico sempre più ampio ed esigente. Il tank system, arrivato in questo mercato alla fine del 2015, è presente a oggi in 9 punti vendita in tutta Italia che propongono Pilsner Urquell non pastorizzata spillata direttamente dai tank di 500 litri. La birra ha una shelf-life molto breve ma sta confermando alti consumi, rafforzando il gradimento di prodotto unico e introvabile in Italia. La Superpremium Brands Business Unit, inoltre, sta lavorando su un sistema di tank mobili per portare la birra non pastorizzata fuori dai punti vendita, in eventi e fiere.

Oltre al portafoglio la Business Unit ha un altro elemento fondamentale per il proprio business: un **team di esperti del mondo birra** che rappresentano un reale valore aggiunto nel contesto specifico in cui opera (ossia il mondo delle birre Superpremium/speciali/di qualità alla spina nell'Ho.re.ca.) in grado di fornire consulenza e formazione ad agenti e publicans, inclusi corsi di spillatura, visite ai birrifici, ecc.