



**DALLA BIRRA ALLE BIRRE.
ECCO LA TENDENZA CHE CONQUISTA IL FRIGO DEGLI ITALIANI
DAL 2010 +50% DEI VOLUMI DI BIRRE SPECIALI VENDUTI NELLA GDO**

Un rapporto diffuso dall'Osservatorio Birra promosso da Fondazione Birra Moretti rivela che la birra è protagonista indiscussa della ripresa dell'alimentare, con una crescita dei volumi del 32% dal 2010. A trainare il trend nella GDO le birre speciali, cresciute nello stesso periodo, del +49,5% a volume e del +69,7% a valore. Un fenomeno nazionale che testimonia come le birre siano per gli italiani elemento ormai irrinunciabile nel carrello della spesa.

Alfredo Pratolongo, Presidente Fondazione Birra Moretti: "Sempre più marchi e tipologie di birra alimentano la curiosità degli italiani. In 10 anni il peso delle birre speciali è almeno raddoppiato."

Dopo la "crisi dei 7 anni" dei consumi degli italiani e il picco negativo del 2014, negli ultimi 3 anni sono ripartite le vendite dei generi alimentari nella GDO. E la birra è la protagonista di questa ripresa: a fronte di un +3,2% (dal 2014 al 2017) complessivo del settore, **le birre** hanno registrato un **+18%. Allargando lo sguardo agli ultimi 10 anni questa forbice è ancora più evidente: se l'alimentare è rimasto sostanzialmente "flat"** (+1,64% dal 2010 al 2017), nello stesso periodo **la birra ha messo il turbo, +32%**. Fatto sta che nel 2017 **la birra venduta nella GDO** (il 58,8% del totale) ammonta a **9,2 milioni di ettolitri** e a **1,6 miliardi di euro** di ricavi (+19,8% in quantità e +31,8% a valore rispetto al 2010). Rispetto al paniere delle famiglie italiane (Istat, 2016) ormai **la birra si ritaglia l'1,2% della spesa per i beni alimentari**.

È la fotografia del settore birrario italiano diffusa dall'**Osservatorio Birra** in occasione dell'appuntamento HEINEKEN Incontra, con la presentazione del Rapporto **"Dalla birra alle birre"**, realizzato da **Althesys** per conto della **Fondazione Birra Moretti**, Fondazione di partecipazione costituita nel 2015 da **HEINEKEN Italia** e **Partesa** al fine di contribuire alla crescita della cultura della birra in Italia.

Buona parte del merito di questa accelerazione è delle **birre cosiddette speciali**, categoria eterogenea che racchiude prodotti molto diversi tra loro per tecnica di produzione, gradazione alcolica o tipologia di fermentazione. Parliamo di Ale, Trappiste, birre rifermentate, Rosse, Stout, ma anche di birre più "vicine" alla normale lager, come Regionali, Radler, Light o Analcoliche... Dal 2010 al 2017 le birre speciali sono **cresciute del +49,5% a volume e del +69,7% a valore. Anche le lager, però, crescono a due cifre** (+15,2% a volume e +21,4% a valore), a sottolineare una fase molto positiva che riguarda l'intero comparto e non solo una parte di esso. Il peso della birra lager nella GDO continua a rimanere preponderante (83,3% a volume e 71,8% a valore), segno che le due tipologie sono percepite come complementari e non antagoniste nel carrello della spesa degli italiani.

ALFREDO PRATOLONGO: LE SPECIALI RENDONO PIÙ COMPLETA L'ESPERIENZA BIRRARIA DEGLI ITALIANI

Secondo **Alfredo Pratolongo, Presidente di Fondazione Birra Moretti**, *"Oltre alle birre speciali, le **lager** rimangono protagoniste di questa felice stagione di crescita della birra nel canale domestico. È stata la 'chiara' a far scoprire la birra agli italiani, la prima ad essere prodotta nel nostro Paese, la più facile e versatile nell'abbinamento con i piatti della cucina Italiana. Per questo ancora oggi resta il punto di partenza di ogni percorso conoscitivo dell'universo birrario. **Gli italiani partono dalle lager, poi sperimentano nuovi gusti** provando delle birre più particolari, e quando riassaggiano le lager riescono quindi ad apprezzarne maggiormente i sapori delicati e le sfumature di aromi che precedentemente erano meno riconoscibili. La cultura della birra in Italia passa attraverso la varietà, che è sinonimo di ricchezza. **La maggiore complessità delle birre speciali educa e affina il gusto in fatto di birra.**"* Fondazione Birra Moretti – conclude **Pratolongo** – *sta portando avanti un percorso di promozione e valorizzazione della cultura della birra all'interno della cultura alimentare Italiana, promuovendo quindi un consumo intelligente, che si abbina alla varietà della cucina mediterranea, quindi in quantità moderate e durante i pasti"*



1,5 I MILIONI DI HL DI BIRRE SPECIALI VENDUTI NELLA GDO

La ricerca Althesys conferma che la tendenza birra conquista le case degli italiani grazie alla GDO, il cui peso è cresciuto del +40% in 20 anni. Oggi il 58,8% della birra si vende nei supermercati e ipermercati (contro il 42% del '97 e il 50% del 2007) e gli scaffali sono sempre più forniti in varietà, stili e quantità di marchi. Se 10 anni fa 9 volte su 10 si comprava una birra chiara, nella Grande distribuzione le birre speciali oggi rappresentano un mercato maturo che pesa **1,5 milioni di ettolitri e vale 466 milioni** di euro (il 28,2% a valore) e, di conseguenza, hanno conquistato anche una **buona fetta dello spazio a scaffale**. Nei **supermercati** la crescita della birra si può vedere anche a occhio nudo, osservando **lo spazio a scaffale dedicato**, che ha visto il numero di **referenze esposte passare da 111 a 133 (+20%)**. Ebbene, i due terzi (67,4%) del numero di referenze, ben 90, sono da attribuire alle birre speciali.

RISTORANTI, PUB E PIZZERIE GENERANO ANCORA I TRE QUARTI DEI RICAVI DEL MERCATO BIRRARIO

La rivoluzione che ha visto il passaggio dalla birra alle birre è dunque oggi una tendenza domestica, ma non solo. **L'Ho.Re.Ca. continua a conservare un ruolo fondamentale**. Ristoranti, bar, pub e pizzerie rappresentano infatti il 41% dei consumi di birra e generano il 75% dei ricavi del settore birrario italiano. Proprio nel fuori casa gli italiani hanno scoperto e continuano a scoprire nuovi stili, abbinamenti gastronomici, carte delle birre sempre più fornite e a prezzi abbordabili. Un insieme di elementi che hanno consentito al consumatore di sperimentare e di accrescere la propria personale cultura della birra.

DOXA: 7 ITALIANI SU 10 BEVONO BIRRE SPECIALI (MA NON RINUNCIANO ALLE LAGER)

La conferma di uno scenario in evoluzione arriva dalla ricerca "Gli Italiani e le birre speciali", realizzata nel 2018 da DOXA per l'Osservatorio Birra, che guarda al fenomeno birra analizzando i motivi del gradimento crescente degli italiani per le birre speciali. Secondo lo studio (v. focus), **ormai 7 italiani su 10 bevono birre speciali (ma solo 1 su 10 ha rinunciato alla classica chiara)**. Il 77% apprezza le sperimentazioni di nuovi ingredienti e sapori nelle birre speciali, mentre l'82% pensa che le birre – soprattutto a fronte dell'attuale varietà – si adattino perfettamente al cibo e alle ricette tipiche della dieta mediterranea. Una vera e propria rivoluzione epocale.

www.osservatoriobirra.it

www.fondazionebirramoretti.it

L'**Osservatorio Birra** nasce come punto di osservazione sul mondo della birra, con l'obiettivo di analizzare il ruolo e l'impatto della filiera sul panorama economico e culturale italiano. Promosso dalla Fondazione Birra Moretti, produce analisi, studi e ricerche sul mercato, l'industria, il consumo e il futuro della bevanda più diffusa al mondo.

La **Fondazione Birra Moretti**, costituita nel 2015 da HEINEKEN Italia e Partesa, opera senza fine di lucro e ha lo scopo di migliorare la conoscenza della birra in Italia, diffondendone la cultura e abbinamenti gastronomici, coerenti con lo stile alimentare italiano e con un consumo di birra intelligente e moderato. La Fondazione Birra Moretti è una Fondazione di Partecipazione. Porta avanti il suo lavoro con il contributo di operatori del settore, sommelier, ristoratori, chef e di quanti condividono la passione per la birra o nutrono interesse per le opportunità che essa può offrire per sostenere la crescita e il benessere del Paese, e decideranno di diventarne sostenitori.

Althesys Strategic Consultants è una società professionale indipendente specializzata nella consulenza strategica e nello sviluppo di conoscenze. Guidata dal professor Alessandro Marangoni, è attiva nelle aree dell'analisi strategica, della ricerca economico-finanziaria e della sostenibilità. Ha una profonda conoscenza dei settori ambientali, energetici, delle public utilities e agro-alimentari. I think tank IREX nel settore dell'energia, Top Utility nel comparto delle public utility e WAS in quello della gestione ambientale e del riciclo sono punti di riferimento e occasioni di confronto per gli operatori dei rispettivi settori. Althesys realizza studi e ricerche a livello nazionale e internazionale per conto di primarie imprese e istituzioni.



Per informazioni:

Ufficio Stampa Fondazione Birra Moretti

INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione
Matteo de Angelis - Tel. 334 6788708
m.deangelis@inc-comunicazione.it

Fondazione Birra Moretti

Presidente: Alfredo Pratolongo - @AAPratolongo
Paolo Merlin
Savino Dicorato