



## **BIRRA, NEL 2020 PERSI 1,6 MILIARDI DI EURO E 21MILA POSTI DI LAVORO IL SETTORE CHIEDE UNA DETASSAZIONE PER RILANCIARE IL FUORI CASA**

*Il valore condiviso creato dalla birra in Italia nel 2019 ha sfiorato i 10 miliardi di euro, confermandosi filiera strategica della nostra economia per ricchezza e occupazione generate.*

*L'effetto devastante della pandemia: nel 2020, in appena 6 mesi, -1,6 miliardi di valore condiviso, con una perdita di circa 21.000 posti di lavoro lungo l'intera filiera, soprattutto nel fuori casa.*

*Riduzione accise e sostegno all'Ho.Re.Ca. sono le proposte del settore della birra, che non vuole rinunciare a proporsi come pilastro per affrontare la crisi dell'out of home.*

*Wietse Mutters, AD HEINEKEN Italia: "Sosteniamo le richieste al Governo di AssoBirra perché il settore torni trainante per la ripresa del Paese".*

Oggi possiamo dire, a posteriori, che la "primavera della birra" era diventata una vera e propria estate: una filiera strategica per il Paese che nel 2019 generava quasi 10 miliardi di euro (9.483 milioni di euro) di valore condiviso, dando lavoro a 108 mila famiglie (+18% rispetto al 2017) e versando contributi allo stato per 4,5 miliardi di euro (+8% in 3 anni). A partire da marzo e con il lockdown è arrivata la "gelata" che ha fatto indietreggiare il valore condiviso del settore birra di quasi 1,6 miliardi, con una perdita di circa 21.000 posti di lavoro lungo l'intera filiera in appena 6 mesi. Ma il comparto non vuole rinunciare a proporsi come possibile motore della ripresa del fuori casa, di cui la birra, in virtù della sua ampia marginalità, è un elemento chiave, e chiede allo Stato di ripensare la fiscalità, riducendo accise ed Iva e permettere così quegli investimenti per un possibile rilancio.

I dati, che fotografano l'andamento del settore nel 2019 e nei primi 6 mesi del 2020, evidenziando un "prima" e un "dopo" Covid-19, sono stati diffusi dall'Osservatorio Birra con la presentazione del 4° Rapporto "La creazione di valore condiviso del settore della birra in Italia", realizzato da Althesys. Per calcolare il valore condiviso, lo studio ha analizzato tutte le fasi della filiera della birra (approvvigionamento materie prime, produzione, logistica, distribuzione e vendita), considerando gli effetti diretti (valore aggiunto, contribuzione fiscale, occupazione, ecc.) delle attività dell'industria birraria italiana, quelli indiretti e indotti, le ricadute degli investimenti pubblici.

### **LA PRIMAVERA DELLA BIRRA, IL BOOM DAL 2009 AL 2019 (PRODUZIONE +35%)**

**La birra è arrivata a fine 2019 forte di una crescita durata praticamente 10 anni:** +35% dal 2009 (17,2 milioni di ettolitri), con il 36,1% dei consumi concentrati nell'Ho.Re.Ca. e una quota, addirittura, del 63% del valore condiviso che fa capo a bar, hotel, ristoranti e pizzerie, in virtù di un notevole valore aggiunto.

**Nel 2019 il valore condiviso creato dall'industria della birra in Italia ha sfiorato i 10 miliardi di euro** (9.483 milioni di euro, +3% rispetto al 2019). A cosa corrispondono 10 miliardi? Parliamo di un mezzo punto percentuale (0,53%) del nostro PIL, del 21% del valore del recovery fund per il biennio 2021-2022 e del 72% del valore alla produzione del settore delle bevande alcoliche. La birra non ha portato ricchezza solo a chi la produce, anzi, ne hanno beneficiato soprattutto le fasi a valle e a monte della filiera... e lo Stato. Distribuzione e vendita hanno fatto la parte del leone (7.388 milioni di euro), mentre **la primavera della birra ha portato un buon contributo alle casse dello Stato: 4.552 milioni di euro** tra Iva, imposte e contributi sul reddito e sul lavoro, con una crescita del +8% rispetto a 3 anni prima. Ha permesso anche di distribuire 2.698 milioni di euro di salari e di dare lavoro, lungo la filiera, a 108.338 famiglie (con un valore di 31,4 occupati per ogni addetto alla produzione), registrando un aumento del +18% nella capacità di dare occupazione rispetto al 2017.

### **LO STOP IMPOSTO DAL COVID-19: IN 6 MESI PERSI 1,6 MILIARDI E 21MILA POSTI DI LAVORO**

**Con l'arrivo del virus è cambiato tutto:** da marzo a giugno 2020 la produzione ha subito una battuta d'arresto del -22%, con picchi, tra marzo e maggio, del -30%, e una timida ripresa a luglio (+8%) e agosto (+2%). Di riflesso, anche **il valore condiviso è crollato, nel primo semestre 2020, del -22,7%** (circa 900 milioni di euro) rispetto al primo semestre 2019 e **del -34,2% rispetto al potenziale stimato (quasi 1,6 miliardi di euro)**, visto che i primi due mesi dell'anno seguivano il trend positivo degli ultimi anni, registrando un aumento della produzione del +7 e del +12%.



**La perdita di quasi 1,6 miliardi di euro (1.564) va a penalizzare soprattutto distribuzione e logistica, con l'Ho.Re.Ca. che da sola perde 1.373,9 milioni di euro.** Il che significa anche **21.016 posti di lavoro persi** lungo la filiera.

In questi mesi difficili non è però venuta meno la voglia di birra degli italiani, che è stata la bevanda più consumata nel lockdown e nei mesi estivi, come rilevato dallo studio di Osservatorio Birra *“La birra specchio della socialità dal pre al post Covid-19”*. E i produttori di birra, con un importante sforzo logistico, hanno messo in sicurezza i dipendenti per mantenere “accesi” i birrifici e garantire alla GDO regolare fornitura di prodotto. Ma il sostanziale blocco del canale Ho.Re.Ca. non è stato compensato dalle vendite del canale moderno.

La conferma arriva da **Wietse Mutters, Amministratore Delegato di HEINEKEN Italia**, azienda presente nel nostro Paese dal 1974, dove ha portato ricchezza e occupazione puntando sulla valorizzazione di birre locali che hanno una tradizione e un posto speciale nel cuore delle persone. *“La birra è stata colpita alla crisi proprio nel suo momento di massima espansione. La situazione è preoccupante e parte dal fuori casa, dove le prospettive sono incerte e migliaia di operatori sono in crisi, ma tutta la filiera ne risente a monte passando dall'industria fino ad arrivare all'agricoltura. Per guardare al futuro con più fiducia, sosteniamo le richieste al Governo di AssoBirra perché il settore torni trainante per la ripresa del Paese.”*

#### **FUORI CASA: 7 ADDETTI SU 10 INVESTIREBBERO NELL'IMPRESA I BENEFICI DI UNA MINORE ACCISA SULLA BIRRA**

Un appello a ripensare la fiscalità della birra arriva anche dal resto della filiera, in particolare Ho.Re.Ca. e distribuzione, non considerando adeguati gli aiuti ricevuti in questi mesi.

Un sondaggio somministrato da **Fondazione Birra Moretti** a 135 soggetti tra proprietari e lavoratori dell'Ho.Re.Ca. e del settore della distribuzione indica che **circa il 15% delle aziende è stata costretta a licenziare**, percentuale che sale a 19,2% nel caso del solo Ho.Re.Ca..

**Per il 40% del campione, gli aiuti non sono stati per nulla adeguati, mentre il 70% di chi lavora nell'Ho.Re.Ca. investirebbe volentieri nell'impresa i benefici di una minore accisa.** Per poter sopravvivere, chiedono infatti: agevolazione sugli spazi, riduzione dell'Iva e dell'accise, incentivi per impianti sulla birra in fusto, agevolazioni sul vuoto a rendere e sulla mobilità.

Un diverso sistema di tassazione della birra potrebbe permettere quegli investimenti che servono a rilanciare l'out of home, un settore che altrimenti rischia di veder chiusi, nei prossimi mesi, circa 50 mila locali che attualmente danno lavoro a 350 mila persone (Fonte Fipe Confcommercio).

---

[www.osservatoribirra.it](http://www.osservatoribirra.it)

[www.fondazionebirramoretti.it](http://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](mailto:m.deangelis@inc-comunicazione.it)