



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Agronomia, Animali, Alimenti, Risorse
Naturali e Ambiente
Dipartimento di Scienze Economiche e Aziendali

Corso di laurea in
Scienze e Cultura della Gastronomia e della Ristorazione L-26

**L'impatto della crisi economica sulle scelte produttive e
sulle decisioni di consumo di birra artigianale in Italia.**

Relatore:
Prof. Stefano Solari

Laureando:
Davide Merzari
Matricola n.:
1220938

ANNO ACCADEMICO 2022-2023

Indice

Riassunto.....	5
Abstract.....	5
1. Scopo del lavoro.....	7
2. La birra.....	7
2.1 Ingredienti.....	8
2.1.1 Acqua.....	8
2.1.2 Malto.....	8
2.1.3 Lievito.....	9
2.1.4 Luppolo.....	9
2.1.5 Altri ingredienti.....	10
2.2 Produzione.....	10
2.2.1 Macinazione.....	10
2.2.2 Cottura.....	10
2.2.3 Fermentazione.....	11
2.2.4 Conservazione.....	13
2.3 Legislazione birra artigianale.....	13
3. Le difficoltà dell'economia italiana ed il mercato della birra.....	15
3.1 La situazione economica internazionale.....	15
3.2 L'inflazione.....	15
3.3 I problemi economici del settore.....	18
3.4 Le difficoltà dei consumatori.....	21
3.5 Il mercato in crescita.....	23
4. Materiali e metodi.....	27
5. Risultati e discussione.....	27
5.1 Analisi di mercato dei birrifici artigianali.....	27
5.2 Analisi di mercato dei consumatori.....	35
6. Conclusione: strategie per sopravvivere alle sfide economiche attraverso innovazione e collaborazione.....	39
Bibliografia.....	41
Sitografia.....	41

Riassunto

Lo scopo dell'elaborato finale è introdurre la birra artigianale, spiegando brevemente cos'è e come si produce. Si prosegue esponendo la situazione del mercato attuale influenzato dall'inflazione, da una situazione di incertezza generale e da un impoverimento dei consumatori. Per questo, sono stati fatti dei questionari rivolti ai produttori ed ai consumatori che mettono a fuoco la condizione odierna. Vengono mostrati i risultati, proposte delle possibili strategie e prospettive future, facendo una breve conclusione.

Abstract

The thesis purpose is to introduce craft beer, explaining briefly what it is and how it is produced. Continue exposing the current market situation influenced by inflation, general uncertainty, and impoverishment of consumers. For this reason, questionnaires have been sent to producers and consumers who focus on today's situation. The results are shown, proposals of possible strategies and prospects, making a brief conclusion.

1. Scopo del lavoro

Lo scopo del lavoro di tesi è evidenziare l'impatto della crisi economica sulle scelte produttive e sulle scelte di consumo, dovute all'aumento dell'inflazione nell'ultimo periodo. Analizzando la situazione economica generale, si è chiesto quanto sia sostenibile produrre birra per un birrificio e quali strategie ha attuato per calmierare i costi ed il prezzo finale, considerando che questa situazione ha avuto effetti soprattutto sul consumatore, il quale ha dovuto far fronte ad innumerevoli spese e la retribuzione annua è rimasta invariata negli anni. L'obiettivo è cercare di fare coincidere la domanda e l'offerta in modo tale che sia sostenibile per entrambi. A tal fine, attraverso i risultati che si sono ottenuti con l'utilizzo di questionari si è cercato di estrapolare dei dati ed ottenere delle risposte.

2. La birra

Secondo il dizionario Treccani, la birra è per definizione una “bevanda ottenuta dalla fermentazione alcolica di mosti ricavati mediante infusione in acqua di sostanze a base di amido e amaricati con luppolo.”¹

Secondo la legislazione italiana, l'art. 1 del 17 aprile 1989 n. 141 recita “La denominazione "birra" è riservata al prodotto ottenuto dalla fermentazione con ceppi di *Saccharomyces pastorianus (ex carlsbergensis)* o di *Saccharomyces cerevisiae* dei mosti preparati con malto di orzo anche torrefatto ed acqua, amaricati con luppolo. Il luppolo può essere utilizzato anche in polvere, sotto forma di estratti o di concentrati. Il Ministro per la sanità, con proprio decreto, stabilisce le caratteristiche ed i requisiti di purezza dei prodotti innanzi indicati, ne definisce le modalità di lavorazione e prescrive i necessari controlli per le varie fasi di produzione. Il malto d'orzo può essere sostituito con malto di frumento, con riso o con altri cereali, anche rotti o macinati o sotto forma di

¹<https://www.treccani.it/enciclopedia/birra#:~:text=Bevanda%20ottenuta%20dalla%20fermentazione%20alcolica,amido%20e%20amaricati%20con%20luppolo.>

fiocchi, fino alla percentuale massima del 40 per cento calcolata sul peso complessivo del cereale impiegato".² La birra si ricava quindi dalla fermentazione alcolica del mosto di malto d'orzo o di altre fonti amidacee, con aggiunta di lieviti, luppoli e in alcuni casi altri ingredienti come spezie o frutta. Le tipologie di birra sono molteplici ma si suddividono in due macrogruppi: le *Ale*, birre ad alta fermentazione, e le *Lager*, birre a bassa fermentazione.

2.1 Ingredienti

La birra è una bevanda alcolica costituita per legge da quattro ingredienti ma il birraio ha la possibilità di poter sperimentare e aggiungere a sua fantasia gli ingredienti che preferisce e ritiene necessari per la ricetta. Ha l'enorme vantaggio, rispetto al vino, di poter essere prodotta tutto il tempo dell'anno senza limitazioni.

2.1.1 Acqua

L'acqua rappresenta l'80-90% ed è un ingrediente importante all'interno della bevanda, perché non solo ne influenza il gusto, ma in alcuni casi anche i processi tra i vari elementi usati. Per questo motivo, alcuni birrifici ne modificano le caratteristiche organolettiche, aggiungendo sali minerali oppure utilizzando attrezzature specifiche come l'addolcitore o l'impianto ad osmosi inversa. In alcuni casi, però, le peculiarità dell'acqua della zona di produzione rendono la birra unica nel suo genere, donando note particolari che contraddistinguono lo stile brassicolo.

2.1.2 Malto

Il malto è l'esito della maltazione dei cereali, ovvero il procedimento nel quale viene attivata la germinazione per sviluppare zuccheri utili alla fermentazione e poi viene fermata tramite essiccazione. A seconda della temperatura utilizzata, si ottengono risultati diversi che danno caratteristiche organolettiche e colorazioni

²<https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/1989/04/26/089G0171/sg#:~:text=329%2F1974%20e%20dalla%20presen%20te.ed%20acqua%2C%20amaricati%20con%20luppolo.>

differenti. In base alla scelta della tostatura del malto si producono tipologie di birra diverse. Generalmente, le ricette prevedono l'utilizzo di una miscela di malti, principalmente orzo ma anche frumento, segale, farro, avena, riso e mais.

2.1.3 Lievito

Il lievito è l'attore della fermentazione, colui che trasforma gli zuccheri presenti in anidride carbonica e alcol. Come anticipato prima, in base ai fermenti utilizzati, si ottengono due macrogruppi di birra diversi:

- Birre ad alta fermentazione, chiamate *Ale*, tramite l'impiego di *Saccharomyces cerevisiae*;
- Birre a bassa fermentazione, chiamate *Lager*, tramite l'impiego di *Saccharomyces pastorianus (ex carlsbergensis)*.

Alcuni di questi lieviti contribuiscono attivamente alla costruzione del profilo aromatico, donando caratteristiche e sfumature particolari, che talvolta ricordano la frutta o le spezie.

2.1.4 Luppolo

Il luppolo è una pianta rampicante appartenente alla famiglia delle *Cannabaceae*.³ Viene utilizzata l'infiorescenza femminile, di solito sotto forma di pellet, che viene inserita durante la fase di bollitura del mosto o successivamente, secondo la ricetta e in base allo stile che si vuole ottenere. Di solito, come per il malto, viene utilizzata una miscela di luppoli differenti. Sono presenti varietà diverse, divise in due gruppi: da amaro e da aroma. Quest'ultime sono responsabili dei sentori agrumati, floreali, fruttati, tropicali, erbacei o speziati. Questo ingrediente è responsabile anche della conservazione naturale della birra, grazie alle caratteristiche antiossidanti e antisettiche.

³ <https://www.enciclopediadelbirra.it/produzione-della-birra/luppolo-approfondimenti-sulla-pianta-dal-sottosuolo-fino-al-sole/>

2.1.5 Altri ingredienti

Secondo la ricetta o lo stile che si vuole ottenere, il birraio può ricorrere all'uso di spezie come il coriandolo, il pepe o il caffè, frutta come agrumi o frutta tropicale, cereali come frumento, segale, avena o farro.

Sono presenti stili di birra che richiedono l'uso di lattosio, chiamate *Sweet Stout*; sale e coriandolo, dette *Gose*; mosto d'uva, conosciute come *Italian Grape Ale*; oppure addirittura ostriche, con il nome di *Oyster Stout*.⁴

2.2 Produzione

2.2.1 Macinazione

La macinazione è il processo tramite il quale il malto d'orzo, assieme ad altri cereali, viene macinato con un mulino elettrico, secondo la ricetta e lo stile di birra che si vuole produrre.

2.2.2 Cottura

La cottura avviene in quattro fasi, così suddivise:

- ammostamento: viene inserita l'acqua nel primo tino di cottura assieme ai malti macinati preparati per la ricetta da eseguire. La miscela che si ottiene, chiamata "*mash*", viene scaldata per estrarre gli zuccheri, utili alla fermentazione, in vari step a temperature differenti, fino a raggiungere circa la temperatura di 75-78°C. Per sapere se gli amidi si sono scomposti, viene fatta una prova, chiamata saccarificazione. Prendendo un campione di mosto e inserendo una goccia di iodio, si vede se assume una colorazione rossa o rimane nero. Se si verifica il primo caso, il prodotto è pronto per il passo successivo, altrimenti si continua la sosta a 78°C;
- filtrazione: il mosto viene portato nel secondo tino dove al suo interno sul fondo è posizionato un filtro a maglia larga. Viene lasciato "riposare" per alcuni minuti per fare depositare le trebbie sul fondo. È molto importante verificare che

⁴ <https://www.baladin.it/blog/quali-sono-gli-ingredienti-per-fare-la-birra>

le trebbie non siano in vista, altrimenti si potrebbero estrarre i tannini e dare quindi astringenza alla birra, che è considerato un difetto. Per evitarlo, viene aggiunta acqua di tanto in tanto. Come ultimo passaggio della filtrazione, il mosto, privo di residui cereali, torna nel primo tino;

- bollitura: si porta il liquido a 100°C e si inseriscono in vari passaggi i luppoli, solitamente in pellet, in base alla ricetta che si deve eseguire. I primi vengono chiamati da “amaro”, per le resine che vengono estratte e conferiscono il tipico gusto della birra. Hanno inoltre azione antibatterica, preservano il prodotto, lo chiarificano e rendono stabile la spuma. Verso la fine vengono aggiunti gli altri luppoli, chiamati da “aroma”, i quali donano, per esempio, un sentore fruttato. In questa fase è possibile aggiungere una sostanza estratta dalle alghe marine, chiamata carragenina, che ha proprietà addensanti e la capacità di favorire la sedimentazione e la rimozione delle proteine;

- *whirlpool*: il mosto viene mandato nel secondo tino, dove viene fatta la misurazione del grado Plato, prelevando un campione e inserendolo nel saccarometro si rileva il valore attuale. Per raggiungere il valore ideale si aggiunge acqua nel tino e si fa una seconda misurazione che viene registrata. In questa fase avviene per centrifugazione, da qui il termine “*whirlpool*”, il deposito dei luppoli utilizzati durante la bollitura. Una volta terminato tutto il processo, il prodotto caldo passa dal secondo tino, attraverso uno scambiatore di calore che lo raffredda, al fermentatore, dove starà per il passaggio successivo.

2.2.3 Fermentazione

Il passaggio fondamentale della trasformazione del mosto in birra è la fermentazione alcolica, che si distingue in due fasi:

- fermentazione principale, dove si sviluppa l'alcol;
- fermentazione secondaria, che dona la “presa di spuma” al prodotto.

La prima fase può essere di tre tipologie:

- bassa fermentazione: viene condotta dal lievito *Saccharomyces pastorianus* (chiamato una volta “*carlsbergensis*” poiché prese il nome dal birrificio danese

Carlsberg nel quale fu analizzato la prima volta da Emil Christian Hansen a fine Ottocento) ad una temperatura compresa tra i 5°C e gli 8°C, grazie al raffreddamento del fermentatore e al mantenimento della temperatura controllata. Questa fase può durare circa due settimane, dal quale si ottengono stili di birra leggeri e freschi come per esempio *Lager*, *Pils*, *Helles*;

- alta fermentazione: condotta dal lievito *Saccharomyces cerevisiae* ad una temperatura compresa tra 16°C e 23°C. Il risultato del prodotto è sicuramente con aromi e sapori particolari ed intensi come per esempio le *Ale*, *Blanche*, *Weizen*.

- fermentazione spontanea: il mosto viene esposto all'aria e grazie all'azione dei lieviti e dei batteri nell'aria, viene avviata la fermentazione. Questo metodo però presenta maggiori criticità, in quanto i ceppi dei lieviti che si ottengono non sono garantiti come ottimali e costanti. Il risultato è una birra dal gusto forte e acidulo, tipico delle birre *Lambic*, prodotte principalmente in Belgio.

La seconda fase della fermentazione è attuata per aggiunta di zucchero nel mosto all'interno del fermentatore e avviene durante il processo di rimescolo.

Dopo l'imbottigliamento, avviene la seconda fermentazione, durante la quale i lieviti rimanenti producono anidride carbonica che rimanendo intrappolata all'interno della bottiglia, rendono gassata la bevanda.

Questo processo dura circa un paio di settimane e viene denominato "rifermentazione in bottiglia", utilizzato anche per il vino spumante con metodo classico o champenoise. La presenza e la formazione di lieviti sedimentati sul fondo della bottiglia è un sinonimo di qualità nelle birre artigianali.⁵ Terminata la fermentazione, il prodotto è pronto per essere etichettato, stoccato nelle celle frigorifere e venduto.

⁵ <https://www.enciclopediaellabirra.it/produzione-della-birra/>

2.2.4 Conservazione

La birra artigianale è una bevanda che generalmente va consumata a breve termine, infatti, al momento della vendita è pronta per essere degustata. Passato un anno circa, il prodotto inizia a deteriorarsi e a perdere le sue peculiarità organolettiche, anche se non ha alcun effetto negativo sulla salute del consumatore perché non sviluppa microrganismi patogeni.

Per legge sull'etichetta è obbligatorio indicare, oltre al lotto di produzione, un "termine minimo di conservazione", indicato con mese e anno.

Per mantenere le caratteristiche inalterate, è importante mantenere il prodotto al fresco, ad una temperatura massima compresa tra 10 °C e 15 °C, in un luogo pulito e al buio, in quanto la luce influisce negativamente sulla bevanda. Per questo, solitamente le bottiglie sono di un vetro spesso e di color marrone che protegge la birra dall'esposizione dei raggi UV.

Ci sono alcune tipologie di birra, come le *Lambic* o le *Barley wine*, che possono conservarsi per anni.⁶

2.3 Legislazione birra artigianale

Per comprendere al meglio il settore della birra artigianale, è importante vedere la sua definizione secondo la Gazzetta Ufficiale, all'articolo 2 della legge 16 agosto 1962, n. 1354, dopo il comma 4 è aggiunto il seguente: "4-bis. Si definisce birra artigianale la birra prodotta da piccoli birrifici indipendenti e non sottoposta, durante la fase di produzione, a processi di pastorizzazione e di microfiltrazione. Ai fini del presente comma si intende per piccolo birrificio indipendente un birrificio che sia legalmente ed economicamente indipendente da qualsiasi altro birrificio, che utilizzi impianti fisicamente distinti da quelli di qualsiasi altro birrificio, che non operi sotto licenza di utilizzo dei diritti di proprietà immateriale altrui e la cui produzione annua non superi 200.000

⁶ <https://www.enciclopediaellabirra.it/servizio-e-abbinamento/conservazione-della-birra/>

ettoltri, includendo in questo quantitativo le quantità di birra prodotte per conto di terzi”.⁷

⁷https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaArticolo?art.versione=1&art.idGruppo=8&art.flagTipoArticolo=0&art.codiceRedazionale=16G00169&art.idArticolo=35&art.idSottoArticolo=1&art.idSottoArticolo1=10&art.dataPubblicazioneGazzetta=2016-08-10&art.progressivo=0

3. Le difficoltà dell'economia italiana ed il mercato della birra

3.1 La situazione economica internazionale

La guerra russo-ucraina ha influenzato considerevolmente l'inflazione, la crescita, le relazioni internazionali e gli scambi commerciali. I governi sono intervenuti per attenuare il problema e tamponare quello che sarebbe divenuto da lì a poco un fenomeno considerevole. Gli aumenti energetici hanno stravolto la ricchezza dai Paesi importatori a quelli esportatori, mettendo in crisi alcuni Stati, i quali non essendo abbastanza autosufficienti, hanno dovuto cambiare la geografia degli scambi di queste materie prime. Le tensioni politiche hanno avuto ripercussioni in tutte le economie europee, soprattutto in settori dove le materie prime provenivano da Ucraina e Russia. Dal momento della guerra il PIL europeo ha rallentato, influenzato dall'incertezza economica e dal protrarsi dei conflitti in atto.⁸

3.2 L'inflazione

Secondo l'Enciclopedia Treccani, la definizione di "inflazione" è "aumento progressivo del livello medio generale dei prezzi, o anche diminuzione progressiva del potere di acquisto (cioè del valore) della moneta. Il fenomeno può avere molteplici cause, sia reali sia monetarie, e assumere forme differenti."⁹

L'inflazione in Europa nel 2022 ha raggiunto i massimi livelli storici, mettendo in crisi sia il comparto manifatturiero che le famiglie stesse, che si trovano a dover rinunciare ad alcuni beni di consumo che prima erano facilmente accessibili a tutti. Secondo Eurostat l'inflazione ha segnato +10% a settembre 2022, alzando i prezzi più alti dalla ideazione della moneta dell'euro, superando le aspettative degli esperti ed è dovuta all'aumento dell'energia del +40,8% a causa della guerra russo-ucraina.

⁸ 2023. L'economia internazionale. Banca d'Italia Relazione annuale in sintesi 2022: 3-4

⁹<https://www.treccani.it/enciclopedia/inflazione#:~:text=Aumento%20progressivo%20del%20livello%20medio,monetarie%2C%20e%20assumere%20forme%20differenti.>

Dal 1° ottobre 2022 si è segnato un innalzamento delle bollette del 59% segnando una spesa media di 1322 euro rispetto ai 632 euro dell'anno precedente.

In aumento sono stati anche i prezzi dei beni alimentari con una crescita del +11,4% andando ad ampliare il divario tra le famiglie con meno capacità di spesa e quelle agiate, evidenziando ancor di più le difficoltà sia per le famiglie in primis che per le aziende di far quadrare i conti, se pensiamo che picchi di questo tipo dell'aumento dell'inflazione non si vedevano dal 1983-84.

A fine ottobre 2022 l'Unione Nazionale Consumatori aveva stimato un aumento, per una famiglia con due figli, "pari a 4.059 euro su base annua, di cui 2.219 per abitazione, elettricità e combustibili, 1.073 per il solo carrello della spesa. Per una coppia con un figlio, la spesa aggiuntiva annua è pari a 3.770 euro. In media per una famiglia il rincaro è di 3.324 euro, 2.016 per l'abitazione, 789 per il solo carrello della spesa. Il primato spetta ancora una volta alle famiglie numerose con più di 3 figli con una spesa pari a 4.561 euro, 1.275 per i beni alimentari e per la cura della casa e della persona."¹⁰

Nel 2023 l'inflazione ha subito un calo, dovuto alle bollette di luce e gas, ma rimangono comunque lievemente invariati i prezzi dei beni di consumo, facendo proseguire questa lunga crisi economica.

¹⁰ <https://www.forbes.com/advisor/it/finanza-personale/2023/05/16/inflazione-italia-ultime-notizie/#:~:text=L'inflazione%20in%20Italia%20segna,%2C3%25%20su%20base%20mensile.>

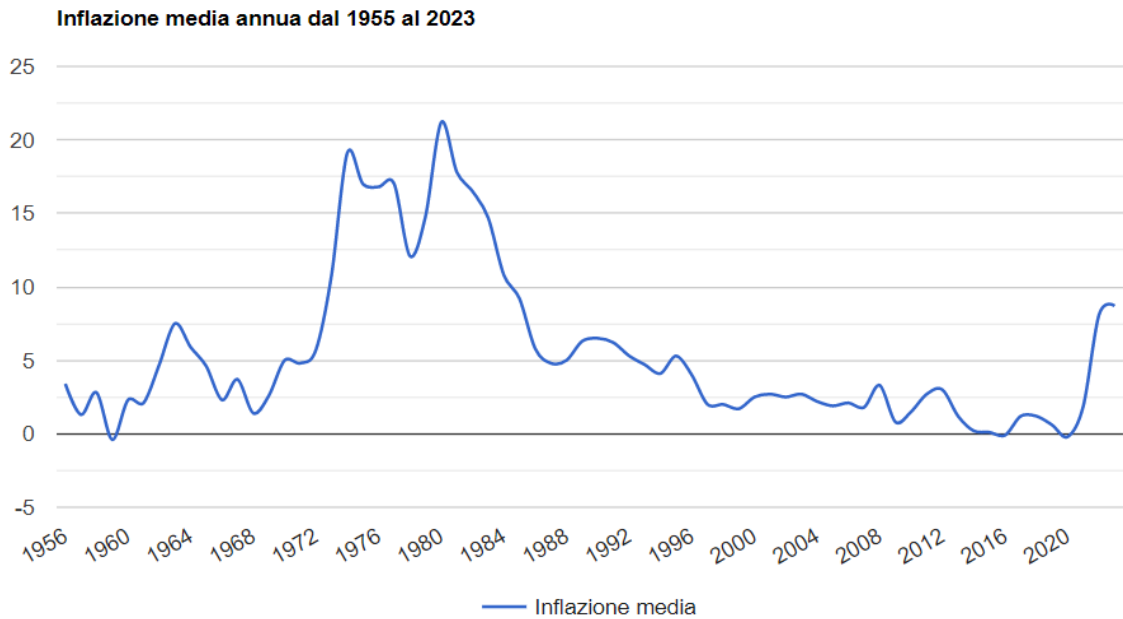


Fig. 1: Grafico dell'inflazione media in Italia dal 1956 al 2023, che evidenzia come quello più recente sia stato il periodo dove si è verificato il picco più alto dopo gli anni Ottanta.¹¹

Un ulteriore problema sarebbe dato dal fatto che, sebbene il prezzo del gas sia sceso a 33 euro dagli oltre 340 dell'estate del 2022, questo non ha ancora avuto effetto sulle famiglie. Inoltre, il prezzo dei beni energetici ad aprile 2023 sono aumentati su base annua più del doppio rispetto al resto d'Europa, dovuto al fatto che il mix energetico italiano è meno favorevole e il prezzo del gas che utilizziamo oggi è quello comprato all'ingrosso quando i costi erano più alti. Durante questo periodo gli italiani hanno perso potere d'acquisto a causa degli stipendi che non hanno seguito l'andamento generale dell'inflazione. Ciò che ha attenuato il problema sono stati i risparmi accantonati durante la pandemia, registrando una tenuta del reddito disponibile e questo ha sostenuto i consumi e l'inflazione.¹² Questa situazione ha portato ad una minore propensione al risparmio e ad una maldistribuzione dei redditi. Le famiglie nella fascia media hanno dirottato le loro spese verso beni meno impattati dall'aumento dei prezzi.

¹¹ <https://www.rivaluta.it/serie-inflazione-media.asp>

¹² https://www.ilsole24ore.com/art/gas-minimi-luglio-2021-ma-carovita-resta-elevato-AEaf0HSD?refresh_ce

Globalmente, in linea generale, questa crisi sembra sia iniziata con l'avvento della pandemia e un'ulteriore spinta sia stata data dalla guerra in Ucraina ma sembra non placarsi a breve termine.

3.3 I problemi economici del settore

Nonostante il settore sia in evidente crescita per vari aspetti, non sono da nascondere alcuni problemi economici. Innanzitutto, le accise sono per molti aspetti un costo considerevole nella produzione della birra. L'Agenzia delle Dogane nel 2023 con la circolare n. 8 del 7 marzo ha concordato la riduzione delle accise a 2,97 euro per ettolitro e per grado Plato e il comma 1 dell'art. 15 bis del decreto Milleproroghe stabilisce dei tagli fiscali ovvero che "per i piccoli birrifici artigianali con una produzione sino a 10 mila ettolitri lo sconto sulle accise per il 2023 rimarrà al 50%; per chi produce sino a 30 mila ettolitri sarà pari al 30%, mentre per le imprese sino a 60 mila ettolitri lo sconto arriverà al 20%" ma questa misura sarà in vigore solo per quest'anno e dall'anno prossimo il costo aumenterà a 2,99 euro per ettolitro e per grado Plato, mentre lo scorso anno il valore era a 2,94 euro.¹³

Inoltre, il fatto che in Italia la birra sia l'unica bevanda da pasto oppressa da accise la mette in una situazione tale che pesa su tutta la filiera, dai produttori ai consumatori, a differenza del vino che non è sottoposto a questo tipo di tassazione.

A luglio 2022 le accise in Paesi come Germania, Spagna o Repubblica Ceca non superavano i 16 euro a ettolitro mentre in Italia erano oltre i 34 euro.

¹³ https://www.ansa.it/sito/notizie/economia/2023/02/11/arriva-il-salva-birra-taglio-delle-accise-anche-nel-2023_21122ddf-d4a9-4557-9e9e-c35f6a43a02d.html

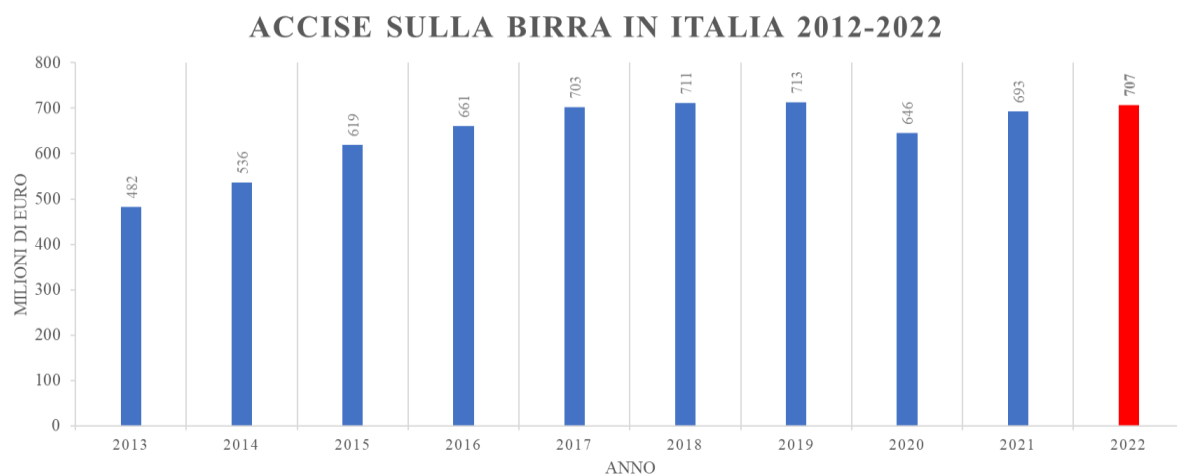


Fig. 4: Grafico che rappresenta i milioni di euro di accise pagate per ogni anno nell'ultimo decennio dal 2012 al 2022¹⁴

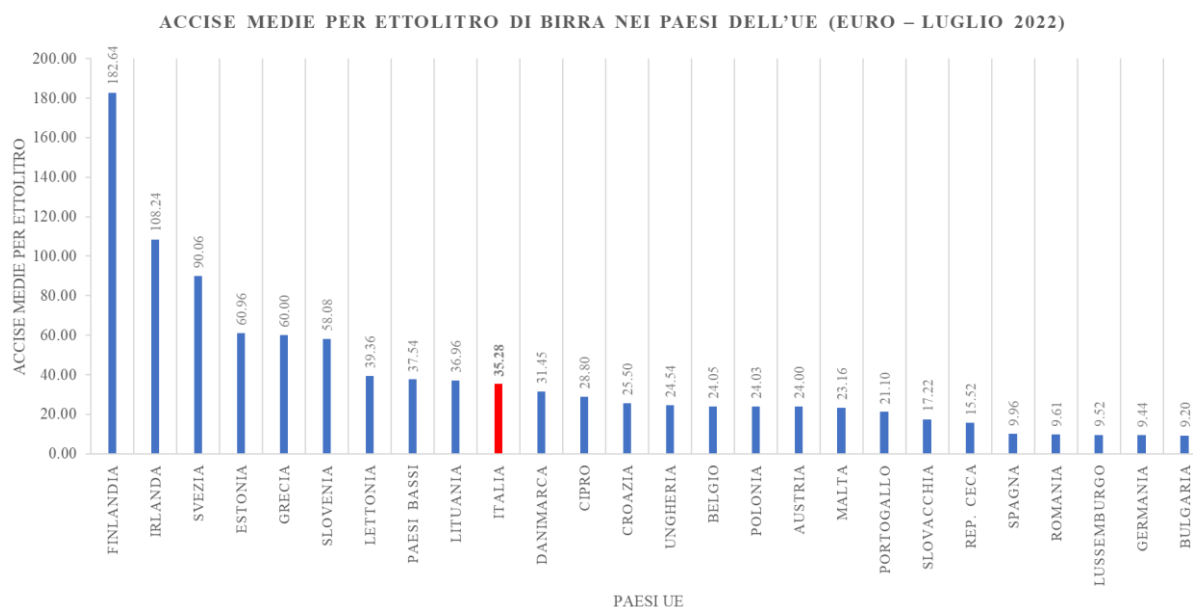


Fig. 5: Grafico che mette in evidenza i costi delle accise per ettolitro a luglio 2022 in relazione agli altri Paesi europei.¹⁵

Alle accise si aggiungono gli effetti dell'inflazione che hanno inciso sul costo di orzo e frumento, sul materiale di confezionamento come per esempio tappi, etichette, bottiglie e fusti, ed infine sulle bollette energetiche.

Secondo l'analisi di Osservatorio Birra, i prezzi di materie prime come il malto d'orzo sono cresciute del 95% dal 2021 al primo semestre 2022, mentre i costi

¹⁴ Elaborazione su dati del Ministero dell'Economia. 2022. Assobirra Annual Report 2022. 172

¹⁵ Commissione Europea 2022. Assobirra Annual Report 2022. 173

del confezionamento sono raddoppiati e quelli energetici sono quattro volte più alti. Nel 2022 si registra un aumento del 50% dell'incidenza dei costi delle materie prime ed energia a parità di prodotto venduto, superiore anche ai margini dell'anno precedente. Si attesta che ipotizzando una diminuzione del 5% dei ricavi, secondo l'aumento dell'offerta e la diminuzione della domanda, porterebbe a perdite per il 48% dei birrifici italiani. Il problema del settore è che non porta ricchezza a chi la produce ma a valle della filiera, infatti, solo il 2% del valore generato viene trattenuto e se entrano in difficoltà i produttori, con scarse marginalità, ne risente tutta la filiera.¹⁶

Alcune problematiche del settore vengono espone nell'ultimo report Unionbirrai-Obiart 2022, attraverso un'indagine rivolta ai produttori, i quali lamentano i punti di debolezza come le strutture lavorative, inadatte per organizzare e ottimizzare il lavoro, la logistica e la produttività degli impianti. I macchinari talvolta non sono adeguatamente grandi da soddisfare la domanda, non si hanno abbastanza risorse economiche e spazi per poterli ampliare. Le dimensioni del birrificio rendono impossibile l'economia di scala e spesso tutte le mansioni sono svolte dall'imprenditore, il quale è costretto a svolgere attività di gestione, promozione, produzione, etc.

I notevoli aumenti dei costi di produzione che riguardano il processo, l'energia, l'imballaggio e le materie prime, uniti agli altri aspetti elencati sopra, chiaramente incidono sui costi. Questi ultimi vanno ad alzare il prezzo finale, il quale però non può essere spropositato rendendo quindi i margini molto risicati. Inoltre, sono state espone le minacce, come l'industria, la quale lancia sul mercato birre “*craft*” che cercano di imitare il prodotto artigianale con mezzi comunicativi e distributivi decisamente più potenti.

L'aumento crescente e smisurato del numero di microbirrifici sul territorio italiano va a saturare l'offerta, rendendo spregevole la concorrenza e abbassando i prezzi di mercato, a fronte dell'impossibilità di ridurre i costi aziendali.

¹⁶ <https://osservatoribirra.it/birra-problemi-in-vista-per-1-birrificio-su-2/>

Attraverso l'analisi di questi parametri si evince come sia difficile al giorno d'oggi operare in questo settore, considerando inoltre la scarsa presenza di investitori e l'impossibilità di accesso al credito per potersi ingrandire.¹⁷

3.4 Le difficoltà dei consumatori

La situazione di crisi si comprende ancora meglio, se in aggiunta all'inflazione, al mercato in crescita e ai problemi del settore, si parla anche delle difficoltà economiche dei consumatori. Queste difficoltà sono dovute allo scarso potere d'acquisto del denaro, non solo dovuto all'inflazione come si è già riportato, ma anche ai salari bloccati da 30 anni. Infatti, a differenza degli anni Novanta, l'Italia è l'unico Paese europeo con retribuzioni decrescenti a -2,9% e sono l'emblema di un'economia ferma.

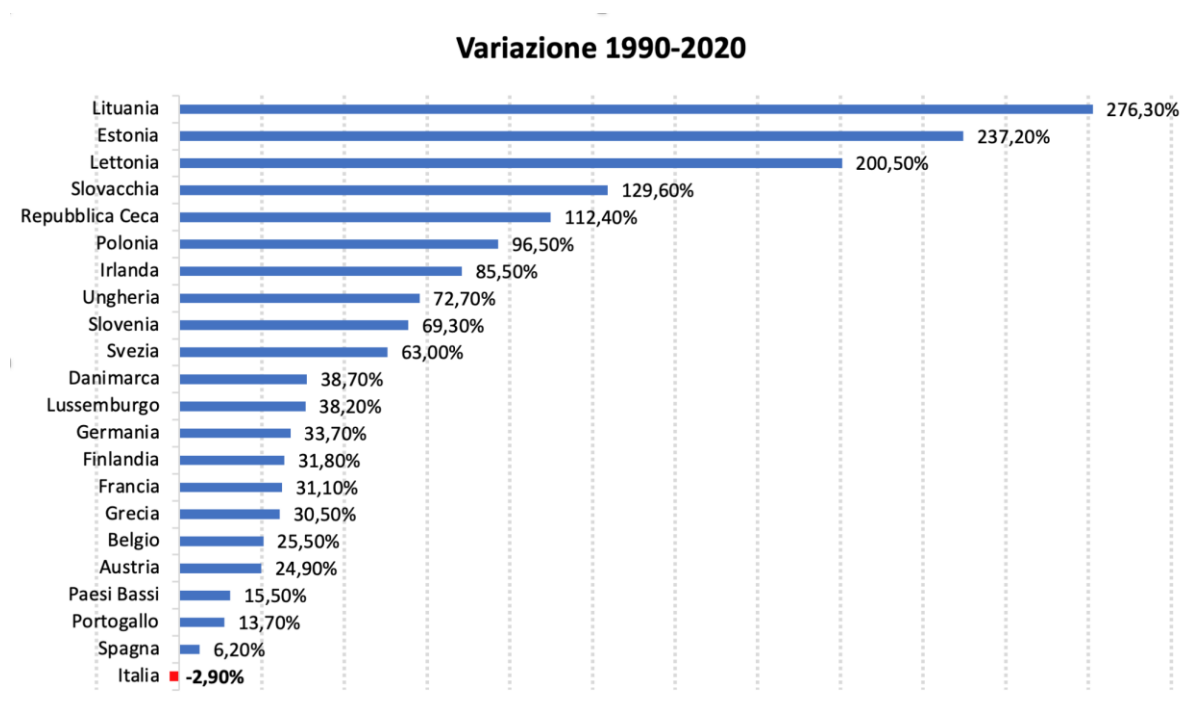


Fig. 6: Grafico che rappresenta la variazione percentuale dei salari dal 1990 al 2020 dei Paesi europei.¹⁸

¹⁷ 2023 UnionBirrai-Obiart. L'analisi SWOT: i punti di forza e di debolezza, i rischi e le opportunità. Birra Artigianale Filiere e Mercati Report 2022: 39-43

¹⁸ Elaborazione Openpolis su dati Ocse

Il problema di questa situazione è imputabile al *Total Factor Productivity* (TFP) a cui va associato lo scenario economico. La produttività totale dei fattori dipende dal processo tecnologico, dall'istruzione e dalla qualità dei servizi pubblici amministrativi (burocrazia, giustizia, etc.) che rendono meno attrattivo il Paese per gli investitori e per l'economia in generale.¹⁹

Oltre alle difficoltà economiche dei consumatori, bisogna considerare la differenza di approccio, di conoscenza del tema e di capacità di spesa rispetto, per esempio, al vino.

La birra artigianale è un prodotto nuovo, è infatti approdata in Italia meno di 30 anni fa, solamente nel 1996. Sebbene sia un articolo in crescita e ci sia un aumento della domanda, la scarsa marginalità rimane un problema. Per risolverlo, si dovrebbe ricorrere all'innalzamento dei prezzi, causando però la diminuzione degli acquisti.

Secondo il report Unionbirrai-Obiart 2022, esistono due tipologie di consumatori-tipo: i consumatori di birra industriale, che hanno un rapporto abitudinario e prediligono l'acquisto economico; i consumatori di birra artigianale e industriale, i quali amano sperimentare e spingersi verso nuovi stili. Nel 2021 i primi hanno consumato in media 6,20 L/mese e speso in media 3,60 €/litro mentre gli altri hanno consumato in media 7,3 L/mese e speso 7,10 €/litro.

I problemi maggiori che si evincono da entrambi i consumatori-tipo sono il prezzo e la scarsa reperibilità del prodotto. Il prezzo del prodotto artigianale viene erroneamente comparato con le birre della GDO perché spesso il consumatore, oltre alle difficoltà economiche attuali, non riesce a distinguerne la differenza. Non bisogna confrontare le due tipologie diverse perché il produttore locale non può abbassare i prezzi, altrimenti andrebbe a peggiorare la qualità. È quindi necessario “educare” il consumatore con una corretta campagna di informazione e comunicazione, che verta a mettere in risalto i punti di forza e i

¹⁹ <https://www.econopoly.ilsole24ore.com/2022/12/05/questione-salari-italia/>

vantaggi che porterebbero all'acquisto di birra artigianale, come per esempio un maggior legame con il territorio, la promozione di piccoli produttori locali, la maggior qualità delle materie prime, etc.²⁰

3.5 Il mercato in crescita

Nel 2022 si registra in Italia una crescita del PIL del 3,7%, dopo che nel 2021 ha segnato un incremento del 7%²¹, inoltre si è raggiunta la quota record di 1085 birrifici artigianali con consumi sempre più in aumento che hanno fatto arrivare da zero a cento gli ettari di luppolo e a 30 mila gli ettari di orzo per la produzione di malto coltivati in Italia in pochi anni.²² I consumi pro capite sono passati dai 34,9 litri del 2019 ai 37,8 litri nel 2022 generando un consumo totale di più di 2 miliardi di litri e un valore economico da 9,5 miliardi di euro.²³ Gli acquisti complessivi di birra, invece, nel 2022 sono aumentati del 6,2% in volume rispetto al 2021 e del 5,2% in volume rispetto al 2019.²⁴ Inoltre, i consumatori stanno diventando sempre più consapevoli e informati, cercando di privilegiare produzioni italiane e locali, a dimostrazione del fatto della crescita del settore.

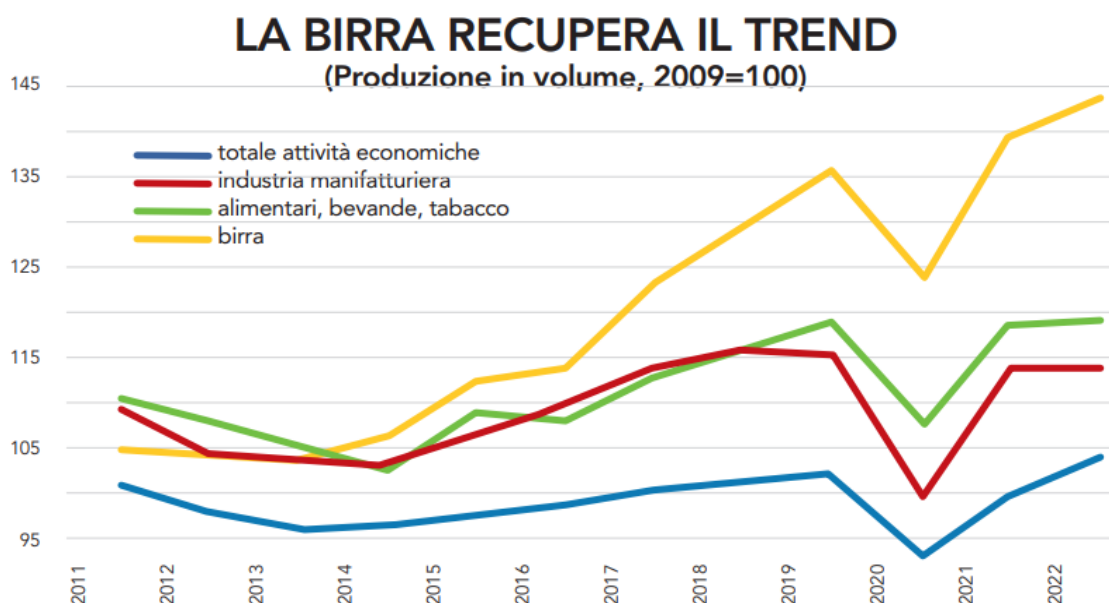
²⁰ 2023 UnionBirrai-Obiart. Il consumatore: l'indagine diretta. Birra Artigianale Filiere e Mercati Report 2022: 53-64

²¹ 2023. L'economia italiana: il quadro di insieme. Banca d'Italia Relazione annuale in sintesi 2022: 5

²² <https://www.coldiretti.it/consumi/consumi-triplica-la-birra-made-in-italy-e-record-del-decennio>

²³ 2022 Consumatori più esperti e consapevoli, numeri in crescita: ma occorrono più certezze a tutela di comparto e filiera. Assobirra Annual Report 2022: 15-17

²⁴ Paolazzi L. 2022. Una politica di lungo termine per sostenere la crescita. Assobirra Annual Report 2022: 11-13



Fonte: elaborazioni e stime su dati Assobirra, ISTAT

Fig. 7: Grafico del trend della birra che mostra la crescita del mercato post-pandemico e che è in linea con gli altri settori economici²⁵

	2019	2020	2021	2022
Produzione	17,3 mio hl	15,8 mio hl	17,8 mio hl	18,4 mio hl
Consumi	21,2 mio hl	18,9 mio hl	21 mio hl	22,3 mio hl
Consumi pro capite	34,9 litri	31,7 litri	35,4 litri	37,8 litri
Export	3,5 mio hl	3,3 mio hl	3,9 mio hl	3,8 mio hl
Import	7,4 mio hl	6,4 mio hl	7,1 mio hl	7,8 mio hl

Fig. 8: Tabella che raffigura i dati della produzione, dei consumi, dei consumi pro capite, dell'import ed export dal 2019 al 2022 in Italia.

A rafforzare la teoria della crescita, il settore brassicolo è un mercato che nel 2021 ha portato nelle casse dello Stato 4.206 milioni di euro, che ha generato un valore condiviso per 9,4 miliardi di euro, ovvero lo 0,53% del PIL, e che sta dando lavoro a più di 95 mila famiglie.²⁶

Nella prima parte del 2023 il PIL è incrementato con una contemporanea discesa dell'inflazione, che però rimane comunque elevata, sostenuta ancora dai rincari energetici dell'anno precedente.

²⁵ Paolazzi L. 2022. Una politica di lungo termine per sostenere la crescita. Assobirra Annual Report 2022: 11-13

²⁶ <https://osservatoribirra.it/birra-problemi-in-vista-per-1-birrificio-su-2/>

Secondo i dati ISTAT, nel 2021 le famiglie italiane hanno speso mediamente 2437€ e di questi, per l'acquisto di bevande alcoliche, hanno pagato mensilmente 24€, di cui il 60% per il vino, il 28% per la birra e il 12% per altri alcolici. Facendo un confronto con il 2014, le bevande alcoliche hanno visto un aumento dei consumi pari al +13,7% per il vino, +22,9% per la birra e +21,1% per altri alcolici, dimostrando il fatto che i consumi di alcolici sono in aumento e che quelli del comparto brassicolo sono superiori al vino.

Variazione della spesa per gli alcolici (2014-2021)

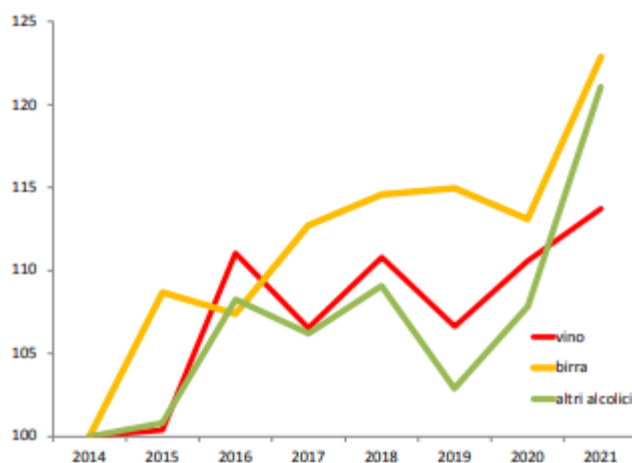


Fig. 9: Grafico che rappresenta la variazione della spesa per gli alcolici dal 2014 al 2021²⁷

Ad unirsi all'aumento dei consumi pro capite, è curioso osservare l'andamento dell'impiego degli alcolici fuori dai pasti e notare come questo trend stia mutando anche la nostra dieta, la quale sta passando da un modello "mediterraneo", dove si predilige per cultura il consumo di un bicchiere di vino rosso a pasto, ad uno stile di dieta "nordica", dove l'uso di alcolici è concesso al di fuori dei pasti e in situazioni più ricreative. L'evoluzione in atto, scaturita in parte anche dai più giovani, dimostra come il mercato sia dinamico e come ci sia un'importante opportunità di crescita economica delle birre artigianali che deve essere colta dagli operatori brassicoli del settore.

²⁷ 2023 UnionBirrai-Obiart. La birra nei consumi delle famiglie italiane. Birra Artigianale Filiere e Mercati Report 2022: 47-50.

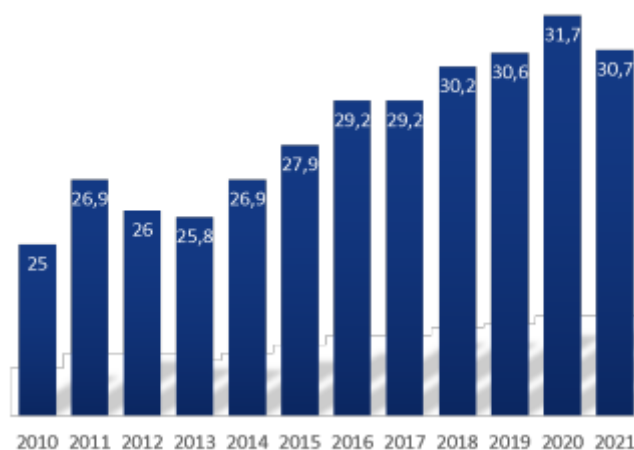


Fig. 10: Percentuale di individui che consumano alcolici fuori dai pasti dal 2010 al 2021.²⁸

La GDO è un canale di vendita che viene poco sfruttato dal settore della birra artigianale ma rappresenterebbe una strategia più diretta per poter arrivare al consumatore finale, poiché è tramite i supermercati che viene soddisfatta la maggior parte della domanda domestica. Secondo UnionBirrai nel 2021 le vendite della birra nella GDO rispetto all'anno precedente sono cresciute del 3,8% in volume e del 5,7% in valore, a testimonianza del fatto che si conferma come uno degli ambienti commerciali al quale guardare con maggiore attenzione in futuro se si vorranno cogliere opportunità di mercato quantitative e qualitative. La strategia efficace per arrivare sullo scaffale in futuro, sarà quella di proporre al cliente un prodotto diverso, studiato ad-hoc per la GDO ed in grado di differenziarsi dalle etichette industriali.²⁹

²⁸ 2023 UnionBirrai-Obiart. La birra nei consumi delle famiglie italiane. Birra Artigianale Filiere e Mercati Report 2022: 47-50.

²⁹ 2023 UnionBirrai-Obiart. Le tendenze di mercato nella GDO. Birra Artigianale Filiere e Mercati Report 2022: 51-52.

4. Materiali e metodi

In questa sezione si espongono i materiali e le metodologie utilizzate. Per capire la situazione economico-sociale attuale, si è condotta un'analisi tramite l'utilizzo di sondaggi di Google Forms rivolti a tutti i birrifici artigianali italiani ed ai consumatori.

Sono stati posti dei quesiti tali da creare grafici e tabelle con i quali si è potuto estrapolare dei dati che sono serviti alla creazione di questo elaborato. Per il sondaggio rivolto ai birrifici italiani, è stata inviata singolarmente una e-mail nella quale si chiedeva la compilazione volontaria delle domande. Per i consumatori l'indagine è stata condivisa attraverso i social network, le app di messaggistica e il passaparola.

5. Risultati e discussione

In questa sezione vengono esposti i risultati, nella prima parte vengono mostrate le analisi condotte per i birrifici artigianali che hanno portato alla raccolta di 118 campioni. Nella seconda parte, vengono presentati i dati delle indagini rivolte ai consumatori con 86 campioni raccolti.

5.1 Analisi di mercato dei birrifici artigianali

Dai risultati si è evinto che le aziende che sono composte da: meno di 5 persone sono 76 e rappresentano il 64%; tra 5 e 10 persone sono 34 e rappresentano il 29%; più di 15 persone sono 8 e rappresentano il 7%.

Dipendenti, collaboratori e/o stagisti

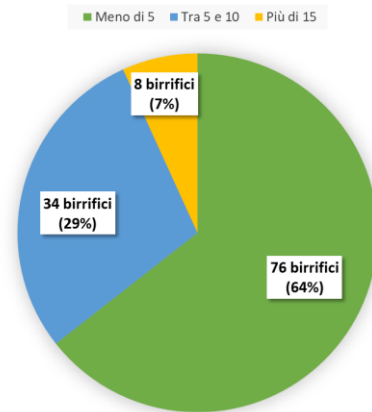


Fig. 9: Grafico a torta che rappresenta la grandezza dei birrifici artigianali italiani in termini di personale.

Di queste le aziende che fatturano: meno di 100.000€ sono 31 e rappresentano il 26%; tra 100.000€ e 250.000€ sono 33 e rappresentano il 28%; tra 250.000€ e 500.000€ sono 20 e rappresentano il 17%; più di 500.000€ sono 34 e rappresentano il 29%.

Fatturato

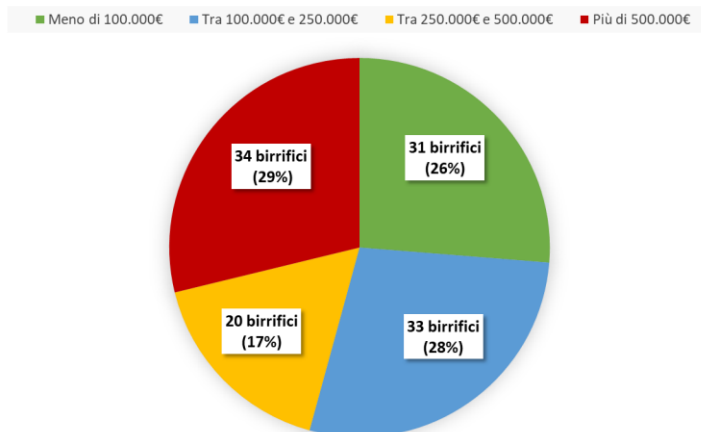


Fig. 10: Grafico a torta che rappresenta il fatturato annuo di ciascuno dei birrifici artigianali italiani.

I birrifici con una produzione in volumi annui di: meno di 250hL sono 34 e rappresentano il 29%; tra 250hL e 1000hL sono 54 e rappresentano il 46%; tra 1000hL e 5000hL sono 25 e rappresentano il 21%; più di 5000hL sono 5 e rappresentano il 4%.

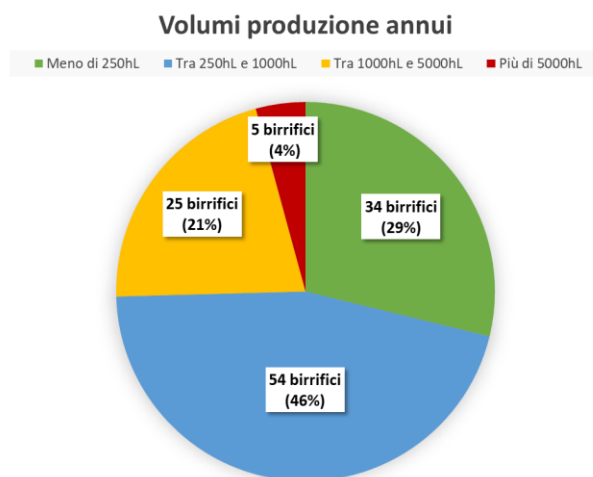


Fig. 11: Grafico a torta che rappresenta i volumi di produzione annui di birra artigianale.

Dal grafico sottostante si deduce che la maggior parte dei birrifici artigianali italiani concentrano maggiormente il proprio business tramite Ho.Re.Ca, tap room e spaccio con vendita diretta, e in alcuni in misura minore con produzione conto terzi oppure altro. L'estero, in Italia, è scelto da poche aziende, perché risulta burocraticamente ed economicamente difficile esportare il proprio prodotto, infatti, viene utilizzato dalle aziende più grandi e strutturate. La GDO, invece, è un canale poco seguito per motivi culturali, per i quali generalmente si associa la birra "da supermercato" ad un prodotto di scarsa qualità. Il prodotto artigianale risulterebbe probabilmente fuori target e non verrebbe giustamente valorizzato.

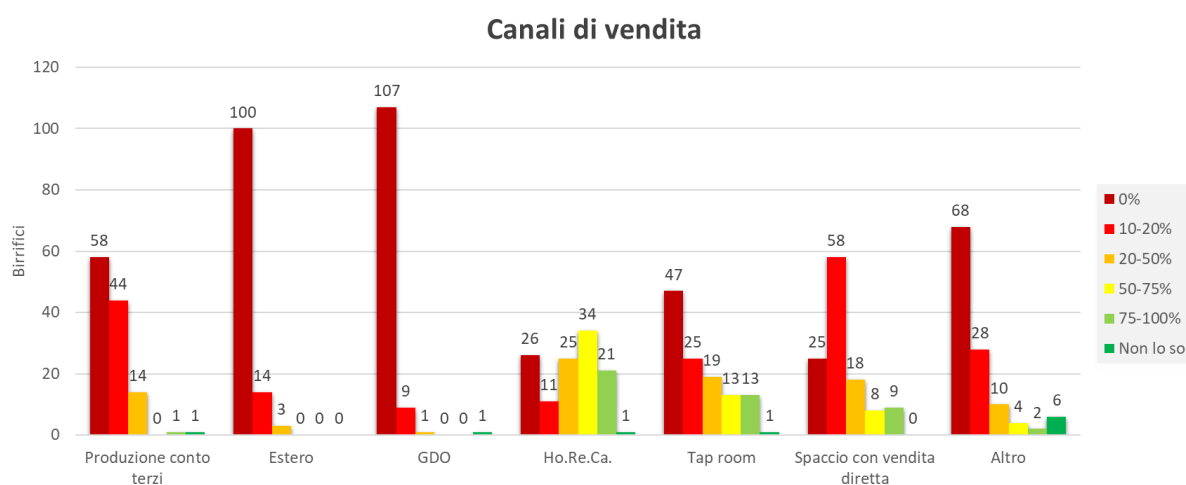


Fig. 12: Grafico a colonne che rappresenta i canali di vendita in percentuale dei birrifici artigianali.

Come formati di produzione destinati alla vendita, i birrifici artigianali italiani prediligono la bottiglia e il fusto, mentre la lattina rimane poco diffusa poiché è un prodotto prettamente giovanile, con grafiche tendenzialmente “accattivanti” destinate ai pub o ai beer shop. Inoltre, dal punto di vista culturale si pensa erroneamente che il prodotto all’interno della lattina sia più “scadente” in quanto questa possa trasferire sentori metallici alla birra, ma non si considera che nel tempo si sono fatti grandi passi avanti dal punto di vista tecnologico e che la bevanda al suo interno è meno soggetta a degradamento a causa della minor esposizione ai raggi UV rispetto, per esempio, alla bottiglia di vetro.

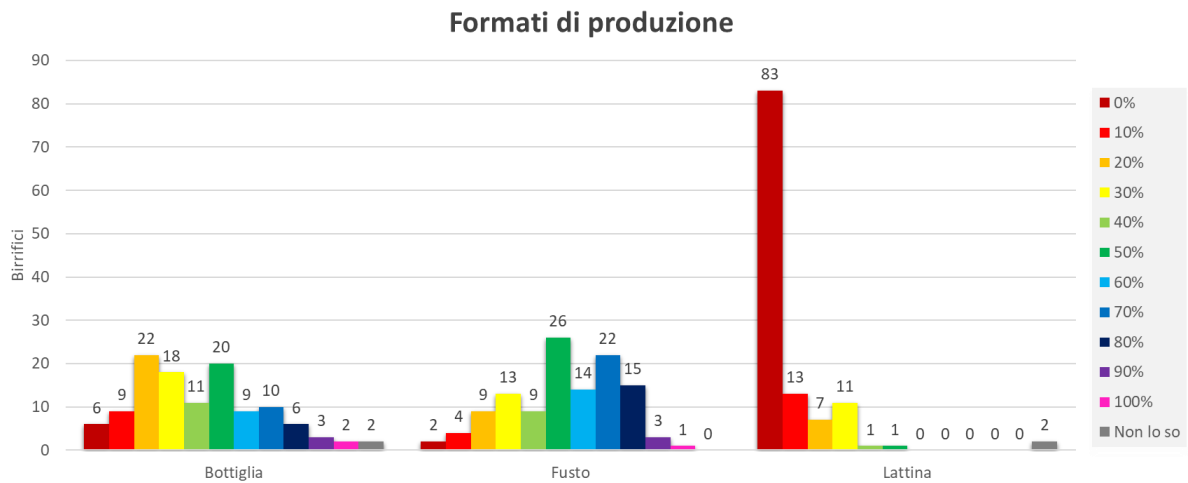


Fig. 13: Grafico a colonne che rappresenta i formati di produzione di birra artigianale.

Dopo una breve disamina e classificazione dei campioni, si è chiesto quanto abbiano impattato i costi sulla produzione della birra.

Dal grafico seguente, si desume che i costi di produzione della birra artigianale dal 2019 al 2022 siano aumentati per la maggior parte delle aziende dal 15 al 30%.

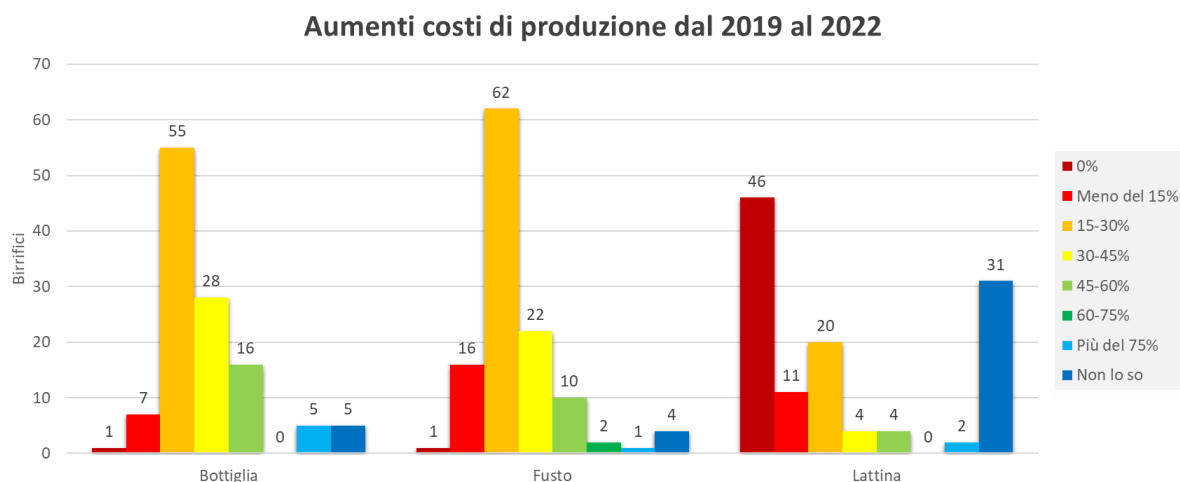


Fig. 14: Grafico a colonne che rappresenta gli aumenti dei costi di produzione di birra artigianale dal 2019 al 2022 in percentuale.

Di seguito si è trovato l'aumento del prezzo finale del prodotto dal 2019 al 2022 in percentuale per sostenere l'aumento dei costi. Il risultato dei sondaggi dice che l'incremento è stato per la maggior parte dei casi meno del 15%, andando quindi a risicare il margine di guadagno oppure in altri casi ha seguito l'andamento dei costi del 15-30%, tenendo quindi inalterati i ricavi.

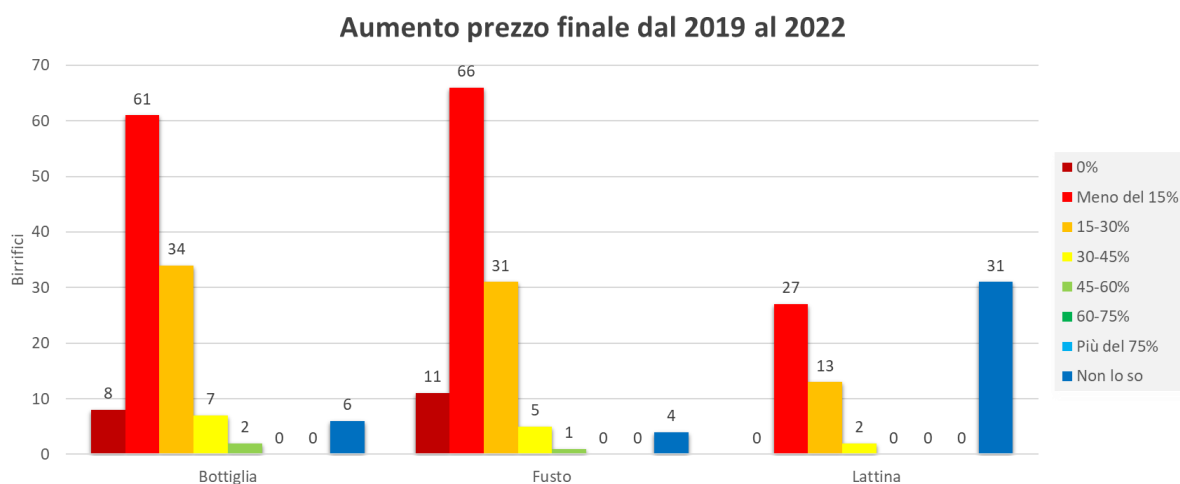


Fig. 15: Grafico a colonne che rappresenta l'aumento del prezzo finale della birra artigianale dal 2019 al 2022 in percentuale.

Nel sondaggio, inoltre, si è chiesto ai soggetti quali siano stati i costi più impattanti, grazie alla quale si è riuscito ad avere una panoramica più dettagliata e dai risultati si deduce che le voci più importanti sono state le bollette, il

materiale di confezionamento e le materie prime. Altre spese da non da trascurare sono l'assicurazione, il commercialista, il personale o altro. Invece, le accise e l'affitto sono i costi che hanno impattato meno sulla produzione di birra artigianale.

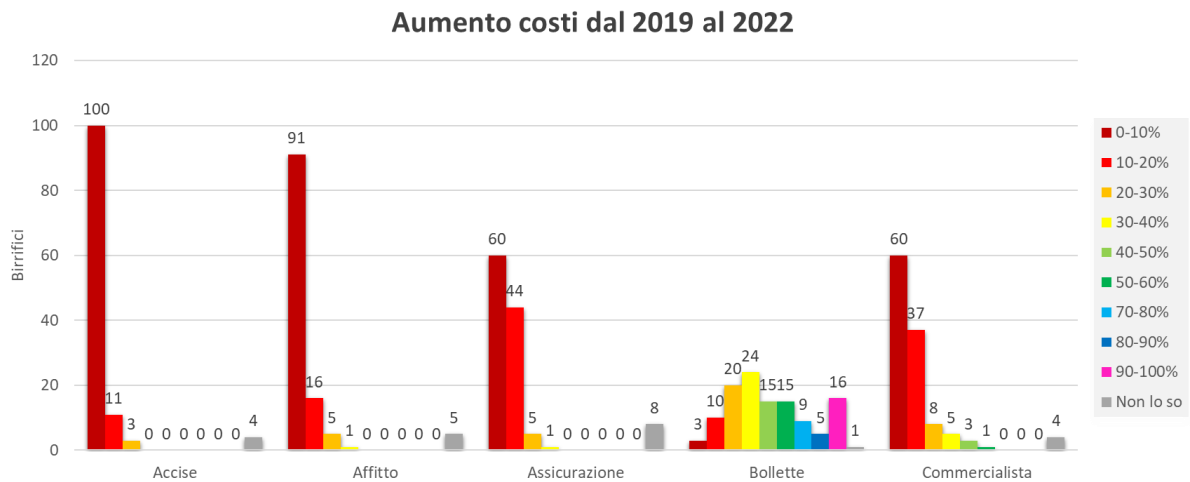


Fig. 16a: Grafico a colonne che rappresenta l'aumento dei costi dal 2019 al 2022 in percentuale.

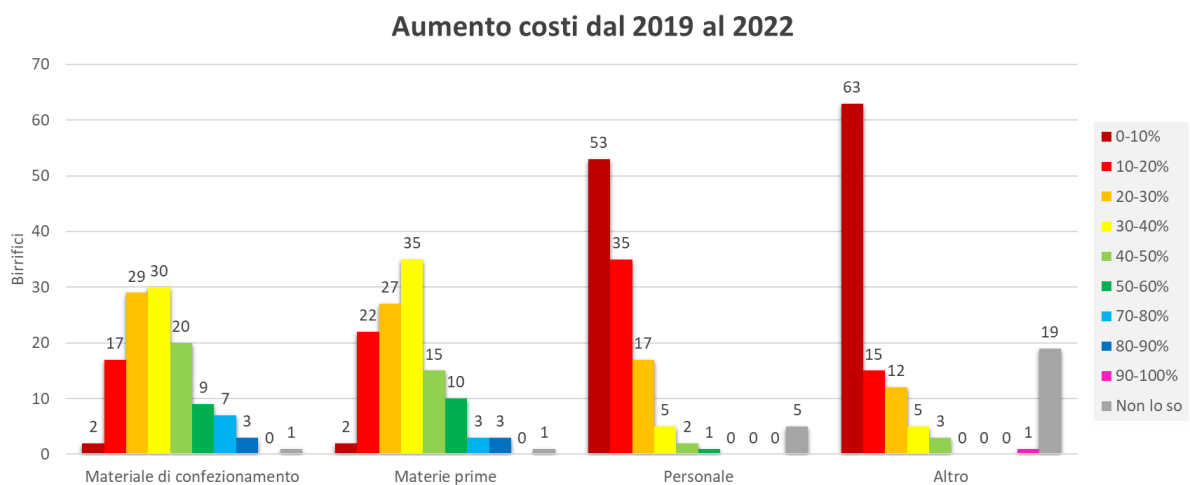


Fig. 16b: Grafico a colonne che rappresenta l'aumento dei costi dal 2019 al 2022 in percentuale.

Poi, sono stati analizzati gli interventi e le strategie che i soggetti campionati hanno attuato per calmierare i costi. Dai risultati si deduce che i birrifici sono intervenuti sulle bollette, sul materiale di confezionamento, sulle materie prime e sul personale. Hanno agito andando ad ottimizzare il processo produttivo, gli impianti, gli ordini d'acquisto e il dispendio energetico. Per quanto riguarda le

materie prime e il materiale di confezionamento hanno pensato di contrattare sulle forniture oppure di cambiare fornitore. Si evince, inoltre, che sono stati fatti importanti investimenti in attrezzature e impianti, anche fotovoltaici, per poter produrre di più ed avere un efficientamento energetico. Si è poi intervenuto con la scelta di stili di birra più economici, sull'aumento dei prezzi di listino e sul marketing.

È stato chiesto poi se l'aumento dei costi abbia influito sulla qualità del prodotto, poiché la scelta di materie prime più economiche avrebbe potuto peggiorare la birra. Dal grafico seguente, si trae che per il 95% degli intervistati la qualità è rimasta invariata. Per il restante 5% è aumentata o peggiorata.

Pensi che l'aumento dei costi abbia aumentato o diminuito la qualità del tuo prodotto?

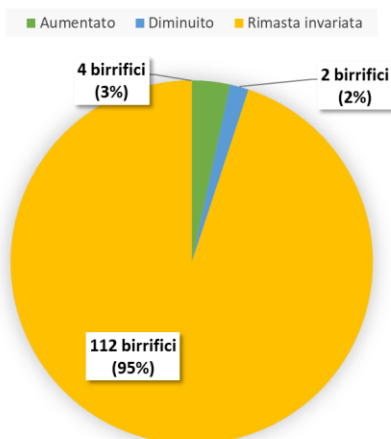


Fig. 17: Grafico a torta che rappresenta l'influenza dell'aumento dei costi sulla qualità del prodotto.

Per capire ancora meglio la situazione, si sono sottoposte alcune domande per comprendere la soddisfazione generale degli operatori del settore. Il grafico seguente rappresenta la soddisfazione dell'utile generato dalla vendita di birra artigianale. I risultati dicono, come si può notare, che il 37% è soddisfatto, il 50% dei birrifici non sono contenti, mentre il restante 13% dichiara che è abbastanza o parzialmente soddisfatto a causa dei margini risicati.

Soddisfazione utile generato

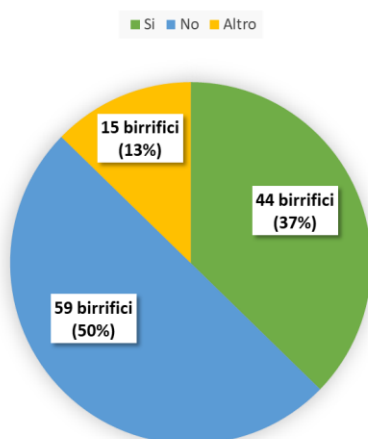


Fig. 18: Grafico a torta che rappresenta la soddisfazione dei birrifici dall'utile generato dalla vendita di birra artigianale.

Dai sondaggi si deduce che la reazione del cliente all'aumento del prezzo, necessario per adeguare l'incremento dei costi, è quella di comprare meno quantità e con un prezzo inferiore, ma continua lo stesso ad acquistare il prodotto.

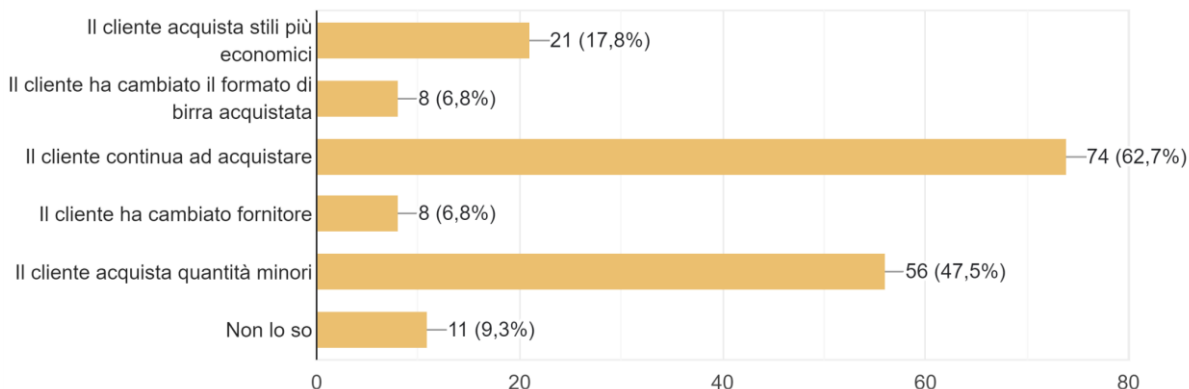


Fig. 19: Grafico che rappresenta la reazione del cliente dinanzi all'incremento dei prezzi.

I birrifici hanno poi risposto alla domanda inerente a quale potrebbe essere secondo loro il problema del momento critico che stanno affrontando e dalle analisi si può dire che le difficoltà riscontrate sono date dall'aumento dei costi fissi, dalla pandemia del virus COVID-19 e SARS-CoV-2, dalla pressione fiscale, dalla concorrenza spietata, dalla guerra russo-ucraina ma anche da una cattiva gestione aziendale, dove la scarsa competenza professionale e

imprenditoriale, portano a rovinare il settore birraio ed alla chiusura dei birrifici artigianali.

Per concludere il sondaggio è stato chiesto come pensano possa essere la prospettiva del comparto brassicolo artigianale italiano da qui a cinque anni. Dalle risposte rilevate nel grafico sottostante, si può dire che, secondo gli intervistati, ci sarà una diminuzione dei birrifici in Italia con una crescita e stabilizzazione del mercato, data per esempio da consumatori più consapevoli, e un aumento della richiesta per i birrifici che rimarranno attivi.

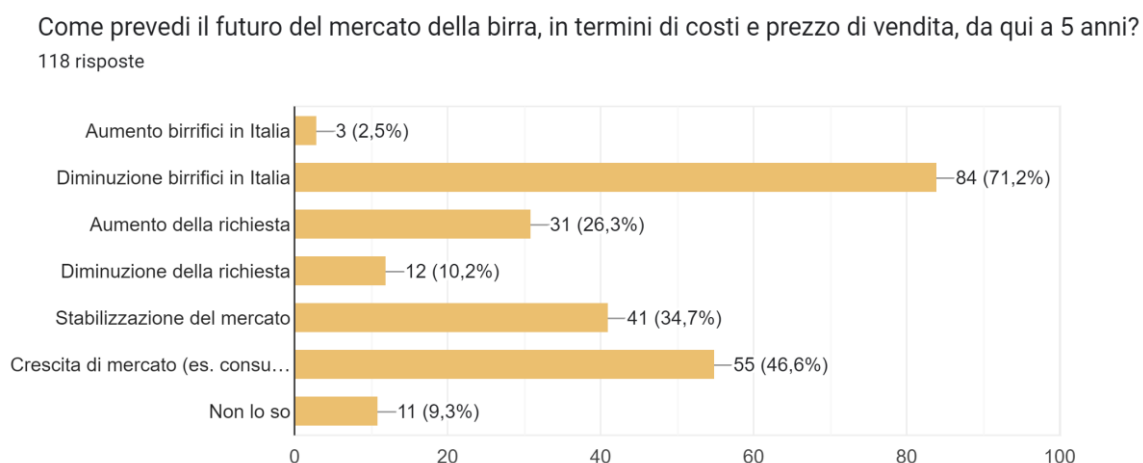


Fig. 20: Grafico che rappresenta la prospettiva futura del settore birra artigianale in Italia.

5.2 Analisi di mercato dei consumatori

L'analisi di mercato dei consumatori di birra artigianale è stata condotta attraverso un sondaggio con domande volte a capire le loro preferenze, in modo tale da poter aiutare le aziende brassicole a comprendere maggiormente quali siano le tendenze dei consumatori, e quindi in un certo senso, far incontrare la domanda con l'offerta.

È chiesto agli intervistati di autovalutarsi come conoscitori di birra artigianale con un valore da 1 a 10. Dalle rilevazioni, rappresentate nel grafico seguente, si deduce che i consumatori con una votazione da 1 a 4 sono 45 e rappresentano il

52%; con una votazione da 5 a 7 sono 32 e rappresentano il 37% e con una votazione da 8 a 10 sono 13 e rappresentano l'11%.

Livello di conoscenza della birra artigianale

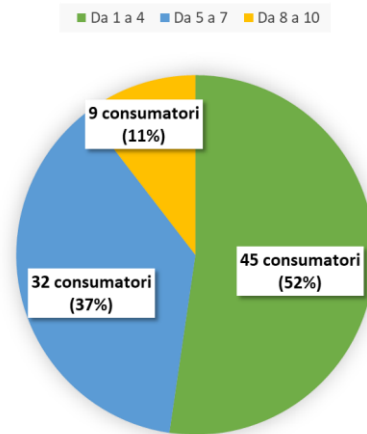


Fig. 21: Grafico a torta che rappresenta il livello di conoscenza della birra artigianale dei consumatori.

Si è poi chiesto con quale frequenza acquistassero o consumassero il prodotto, e dai dati raccolti si può dire che: 18 persone acquistano o consumano settimanalmente e rappresentano il 21%; 30 persone acquistano o consumano mensilmente e rappresentano il 35%; 31 persone acquistano o consumano annualmente e rappresentano il 36%; 7 persone non acquistano o non consumano mai e rappresentano l'8%.

Frequenza di acquisto e/o consumo

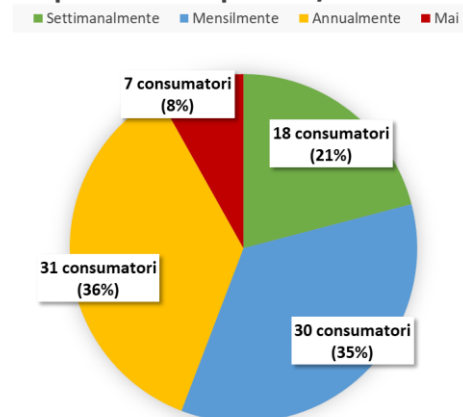


Fig. 22: Grafico a torta che rappresenta la frequenza di acquisto e/o consumo di birra artigianale degli intervistati.

Dai sondaggi si può dire che i parametri di birra che i consumatori considerano maggiormente per acquistare una birra artigianale sono: lo stile di birra, la provenienza, il prezzo e l'utilizzo di materie prime locali. Meno importanti sono il packaging, la fama del birrificio ed il formato della birra.

Come stile di birra, i consumatori preferiscono la birra bionda e la birra rossa, seguite dalle birre bianche, dalle luppolate e dalle scure.

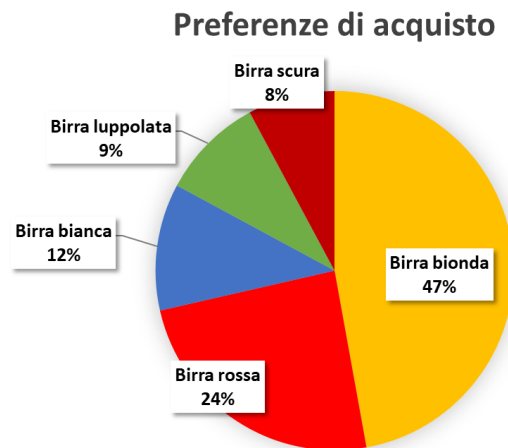


Fig. 23a: Grafico a torta che rappresenta le preferenze d'acquisto di birra dei consumatori.

Dall'indagine rilevata, i consumatori acquistano più frequentemente nei pub, nei bar, nei ristoranti, nelle pizzerie o al supermercato. Meno frequente l'approvvigionamento tramite beer shop, enoteca o direttamente dal produttore.

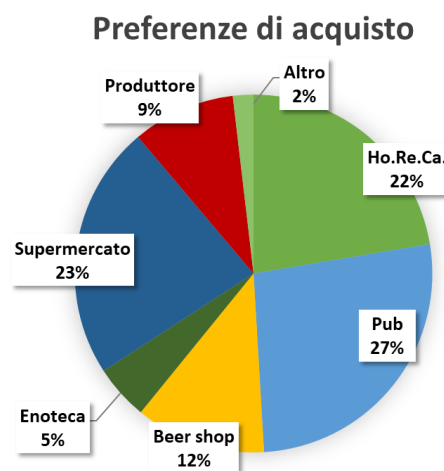


Fig. 23b: Grafico a torta che rappresenta le preferenze d'acquisto di birra dei consumatori.

I formati di birra preferiti dai consumatori sono 0.33cL per la bottiglia e la lattina e 0.50cL per la spina. Il prezzo medio che spendono per una birra artigianale è: tra 3,50€ e 5€ per la bottiglia 0.33cL; tra 3,50€ e 10€ per la bottiglia 0.50cL; tra 5€ e 10€ per la bottiglia 0.75cL; tra 2€ e 3.5€ per la lattina 0.33cL; tra 3,50€ e 5€ per la lattina 0.50cL; tra 2€ e 5€ per una birra piccola alla spina e tra 5€ e 10€ per una birra media alla spina.

6. Conclusione: strategie per sopravvivere alle sfide economiche attraverso innovazione e collaborazione

La presente tesi verte ad analizzare l'impatto della crisi economica sulle scelte produttive e sulle decisioni di consumo di birra artigianale in Italia con l'obiettivo di comprendere le difficoltà che stanno attraversando i birrifici artigianali e i consumatori. Questi ultimi sono stati sottoposti a dei questionari al fine di ricavare dei dati utili ai produttori, aiutandoli così a trovare delle soluzioni e ad essere maggiormente informati riguardo alla situazione in Italia.

Il settore brassicolo, infatti, sta affrontando delle insidie che lo obbligano a adottare degli accorgimenti necessari per sopravvivere.

Produttori e consumatori sono stati messi in ginocchio a causa della situazione economica e dell'inflazione; le famiglie invece, avendo uno stipendio che non accenna a crescere, hanno dovuto subire un considerevole aumento delle spese quotidiane quali le bollette, la spesa e il carburante.

Infine, i birrifici che, per poter creare margine sul proprio prodotto, hanno dovuto cercare delle strategie a causa dell'incremento delle bollette, delle materie prime e dei materiali di confezionamento.

Nonostante le difficoltà il settore è in crescita, il consumo di birra sta aumentando a scapito del vino, anche più spesso fuori dai pasti, e stanno aprendo sempre più microbirrifici. Questo sebbene possa sembrare positivo, porta aspetti negativi come la saturazione del mercato, l'elevata concorrenza e la scarsa professionalità.

Sulla base dei risultati ottenuti si può dire che è importante per il produttore ascoltare il consumatore e le sue esigenze attraverso ricerche di mercato, seguire le tendenze, sviluppare una comunicazione più efficace per veicolare il messaggio di birra artigianale, collaborare con i colleghi e con la concorrenza ed ampliare la distribuzione, arrivando con un prodotto artigianale studiato per stare sullo scaffale della GDO che permetta di conquistare il target di clienti meno di "nicchia".

La creazione di un marchio collettivo o di un consorzio che ne certifichi e ne garantisca la qualità potrebbe aumentare l'attrattiva del prodotto, la fissazione di un prezzo minimo di vendita che permetta di non "farsi la guerra" e di valorizzare la qualità. Abbassando il prezzo, si rischia di essere paragonati a un prodotto industriale con il quale non bisogna competere. Il consumatore fa già il confronto con la birra economica e il ruolo dei produttori è quello di divulgare l'artigianalità e la qualità.

Una soluzione è essere il più possibile capillari sia nei canali di vendita come, per esempio, la GDO e Ho.Re.Ca., sia nella comunicazione e promozione del prodotto, partecipando a fiere, eventi e sagre ma soprattutto attraverso i social media.

La strada da percorrere è molta ma se ci si aiuta si può riuscire a perseguire l'obiettivo di diffondere la cultura birraia artigianale. La tendenza è in crescita e le vendite sono in aumento, sta agli operatori saper cogliere le opportunità.

In futuro prevedo che ci sarà più spazio per le persone più competenti e più professionali, che sapranno aggiornarsi, studiare il mercato e vendere il prodotto ad un prezzo adeguato.

Bibliografia

2022 Consumatori più esperti e consapevoli, numeri in crescita: ma occorrono più certezze a tutela di comparto e filiera. Assobirra Annual Report 2022

Paolazzi L. 2022. Una politica di lungo termine per sostenere la crescita. Assobirra Annual Report 2022

2023. L'economia internazionale. Banca d'Italia Relazione annuale in sintesi 2022

2023. L'economia italiana: il quadro di insieme. Banca d'Italia Relazione annuale in sintesi 2022

2023 UnionBirrai-Obiart. La birra nei consumi delle famiglie italiane. Birra Artigianale Filiere e Mercati Report 2022

2023 UnionBirrai-Obiart. Le tendenze di mercato nella GDO. Birra Artigianale Filiere e Mercati Report 2022

2023 UnionBirrai-Obiart. L'analisi SWOT: i punti di forza e di debolezza, i rischi e le opportunità. Birra Artigianale Filiere e Mercati Report 2022

2023 UnionBirrai-Obiart. Il consumatore: l'indagine diretta. Birra Artigianale Filiere e Mercati Report 2022

Sitografia

Ansa:

- https://www.ansa.it/sito/notizie/economia/2023/02/11/arriva-il-salva-birra-taglio-delle-accise-anche-nel-2023_21122ddf-d4a9-4557-9e9e-c35f6a43a02d.html

Baladin:

- <https://www.baladin.it/blog/quali-sono-gli-ingredienti-per-fare-la-birra>

Coldiretti:

- <https://www.coldiretti.it/consumi/consumi-triplica-la-birra-made-in-italy-e-record-del-decennio>

Enciclopedia della birra:

- <https://www.enciclopediadellabirra.it/produzione-della-birra/>
- <https://www.enciclopediadellabirra.it/servizio-e-abbinamento/conservazione-della-birra/>
- <https://www.enciclopediadellabirra.it/produzione-della-birra/luppolo-approfondimenti-sulla-pianta-dal-sottosuolo-fino-al-sole/>

Enciclopedia Treccani:

- <https://www.treccani.it/enciclopedia/birra#:~:text=Bevanda%20ottenuta%20dalla%20fermentazione%20alcolica,amido%20e%20amaricati%20con%20luppolo.>
- <https://www.treccani.it/enciclopedia/inflazione#:~:text=Aumento%20progressivo%20del%20livello%20medio,monetarie%2C%20e%20assumere%20forme%20differenti.>

Forbes:

- <https://www.forbes.com/advisor/it/finanza-personale/2023/05/16/inflazione-italia-ultime-notizie/#:~:text=L'inflazione%20in%20Italia%20segna,%2C3%25%20su%20base%20mensile.>

Gazzetta Ufficiale:

- <https://www.gazzettaufficiale.it/eli/id/1989/04/26/089G0171/sg#:~:text=329%2F1974%20e%20dalla%20presente,ed%20acqua%2C%20amaricati%20con%20luppolo.>
- https://www.gazzettaufficiale.it/atto/serie_generale/caricaArticolo?art.versione=1&art.idGruppo=8&art.flagTipoArticolo=0&art.codiceRedazionale=16G00169&art.idArticolo=35&art.idSottoArticolo=1&art.idSottoArticolo1=10&art.dataPubblicazioneGazzetta=2016-08-10&art.progressivo=0

Il Sole 24 Ore:

- https://www.ilsole24ore.com/art/gas-minimi-luglio-2021-ma-carovita-resta-elevato-AEaf0HSD?refresh_ce
- <https://www.econopoly.ilsole24ore.com/2022/12/05/questione-salari-italia/>

Osservatorio Birra:

- <https://osservatoriobirra.it/birra-problemi-in-vista-per-1-birrificio-su-2/>

Rivaluta.it:

- <https://www.rivaluta.it/serie-inflazione-media.asp>