

**IL FENOMENO BIRRA ARRIVA A TUTTOFOOD,**

**DOPO UN 2014 CON CONSUMI “PIATTI”**

**E IL CARO-ACCISE CHE PENALIZZA IL SETTORE**

*Oltre 560 mq dedicati al mondo della birra. Più di 40 aziende produttrici, tra grandi e piccole, presenti nel Padiglione 14 della Fiera e in altri spazi, per un totale di un +118% di presenze rispetto alla scorsa edizione. Un segnale importante dopo che i primi 10 mesi del 2014 parlano di una lieve flessione delle vendite di birra, scese del -0,6% (*dato riferito alle sole aziende associate ad AssoBirra per un totale di circa 3/4 delle vendite totali in Italia*). Dopo l’ultimo aumento delle accise scattato il 1° gennaio 2015, i produttori tornano a ribadire il loro “no” ad una delle tassazioni più alte del Vecchio Continente su questo prodotto. A Milano sarà possibile gustare anche la FiscAle, la birra “limited edition” prodotta dall’Associazione, “la birra che paghi due volte”. Al grido di #rivogliolamiabirra i produttori sostengono così la campagna che in pochi mesi ha già raccolto oltre 116mila firme*

**Il fenomeno birra arriva a TuttoFood**, con un ampio spazio (**oltre 560mq**) dedicato a questa bevanda che ha ormai conquistato **oltre 35milioni di italiani**. Dai grandi ai piccoli produttori, dai prodotti storici alle specialità, a Milano per 4 giorni nel **Padiglione 14 e in altri spazi all’interno della fiera**, sarà possibile assaporare un mix inconfondibile di gusti e profumi per scoprire, attraverso le proposte di oltre 40 aziende, i mille modi di “vivere” la birra. La presenza di AssoBirra a TuttoFood rientra nell’ottica di un importante accordo tra i due soggetti, volto ad incrementare la partecipazione alla fiera delle imprese associate ad AssoBirra e delle aziende produttrici del settore in generale. *“Siamo molto soddisfatti* – spiega **Alberto Frausin**, **Presidente di AssoBirra** - *di come stanno andando le cose, grazie all’accordo con TuttoFood ci occupiamo di gestire la promozione di questa edizione e della prossima prevista nel 2017. Quest’anno siamo già, rispetto alla scorsa edizione, ad un* ***+118% di presenze di aziende del nostro settore****, tra grandi e piccoli produttori, tra aziende storiche del nostro panorama e tantissime realtà fatte di giovani che hanno deciso di impegnarsi in questo mondo accettando una sfida difficile ma anche entusiasmante. Ormai la birra in Italia conta su* ***oltre 600 produttori****, su almeno* ***1 stabilimento produttivo in ogni provincia*** *e su* ***oltre 136mila occupati****, contando l’indotto. Questo accordo con gli organizzatori di TuttoFood è unico nel suo genere, riguarda pochissime altre associazioni come noi e ci rende davvero, a tutti gli effetti, partner di questa importante manifestazione”.*

TuttoFood rappresenta il contesto ideale per celebrare un prodotto che da millenni viene preparato con **4 elementi naturali**, senza conservanti e coloranti. *“Siamo qui per raccontare l’eccellenza di un prodotto naturale realizzato da sempre con la stessa ricetta originale, usando* ***acqua, orzo, luppolo e lievito****. Parliamo di un prodotto dall’alta qualità, grazie ad una media di 70mila controlli ed analisi, effettuate sul processo e sul prodotto, che la filiera compie per portare una birra dal campo di coltivazione delle materie prime al bicchiere del consumatore. Il livello d’eccellenza conquistato su questo fronte è sicuramente merito anche degli investimenti effettuati sul concetto di “filiera controllata”, che ci consente anche di ottimizzare il consumo di materie prime”,* conclude **Frausin**.

**Vendite di birra a -0,6% nei primi 10 mesi del 2014. A TuttoFood con la FiscAle per combattere il caro-accise**

La presenza a TuttoFood di AssoBirra appare molto importante, soprattutto quest’anno, perché arriva in un momento di mercato sostanzialmente “piatto” da 10 anni. *“I primi dati parziali di vendita a nostra disposizione, che riguardano i primi 10 mesi del 2014 delle aziende nostre associate, parlano di vendite in Italia pari a 11 milioni e 244milla ettolitri, ossia in leggero calo del -0,6% rispetto allo stesso periodo del 2013. Sono dati parziali* – afferma **Filippo Terzaghi, Direttore di AssoBirra** - *ma comunque indicativi di una tendenza che è destinata a non migliorare, anche a causa degli aumenti delle accise che ci hanno colpito in questi ultimi mesi e che rischiano di avere un ulteriore impatto negativo sul nostro settore”*.

Proprio per combattere l’aumento delle accise, AssoBirra ha lanciato in questi mesi una birra limited edition, la FiscAle, la *“birra che paghi due volte”*. *“Anche qui a Milano sarà possibile, in questi giorni, gustare la nostra FiscAle. La nostra birra* – continua **Terzaghi** – *nasce per rispondere all’ultimo aumento delle accise sulla birra scattato il 1° gennaio 2015 e che ha visto nel complesso, insieme agli altri aumenti, crescere la pressione fiscale sul nostro prodotto del +30%. Abbiamo risposto in modo irriverente ad una questione assolutamente seria, proponendo un prodotto vero, che esiste e che può essere provato da tutti. FiscAle ha un gusto “piacevolmente amarognolo”, perfetto per abbinamenti con piatti strutturati e difficili da digerire… come le accise!”* L’obiettivo di AssoBirra è mantenere alta l’attenzione del Parlamento e del Governo sui rischi che questa ulteriore stretta fiscale rischia di generare sulla filiera intera.

A preoccupare i produttori, però, è anche un cambiamento nelle abitudini di consumo da parte dei nostri connazionali. I consumi, infatti, si spostano dal Fuori Casa (On Trade) all’acquisto nella distribuzione moderna e tradizionale (Off Trade): nel 2013 il primo è sceso dal 41% al 40,3%, mentre il secondo è corrispondentemente salito dal 59% al 59,7%. Si riduce il consumo fuori casa (bar, ristoranti, pub, ecc.) mentre aumenta il numero di chi acquista birra per poi berla fra le pareti domestiche. Il consumatore si orienta inoltre verso prodotti più economici e i segmenti top del mercato hanno registrato una forte flessione. La quota di mercato delle Specialità è così scesa dal 13,4% all’11,5%, quella delle Premium dal 30,3% al 26,7%. Le birre di minor prezzo, in particolare il mainstream, vedono, invece, salire i consumi dal 47% al 51%, e le Private Label dal 6,4% al 7,7%.

*“Un altro elemento del quale tenere conto è che, dopo gli aumenti delle accise del 2013 e del 2014, si è riscontrato un forte aumento della pressione promozionale sostenuta dalle aziende per restare competitivi nella grande distribuzione, che ha fortemente contratto i ricavi dei produttori. Oggi, secondo i dati IRI, la pressione promozionale sul prezzo è del 44,1%, un dato in crescita dell’8,6% negli ultimi 4 anni (nel 2010 era il 35,5%), rispetto ai beni di largo consumo nel loro complesso, per i quali la pressione promozionale si attesta nel 2014 al 28,5%”,* spiega **Terzaghi**.

Tra le novità che saranno presentate a TuttoFood, sicuramente un ruolo di primo piano lo giocheranno le birre artigianali e le Specialità, che ormai rappresentano una quota del 7-8% del mercato (parliamo di birre “speciali” prodotte dalle medie e grandi aziende e birre artigianali in generale), con trend di crescita del 10-20%. Una realtà, quella dei micro birrifici, che si sta affermando non solo nel mercato interno ma anche all’estero, dove le nostre aziende stanno conquistando mercati difficili e complessi come quelli anglosassoni o giapponesi, vincendo peraltro prestigiosi premi in giro per il mondo e che mettendo nel prodotto la fantasia tutta italiana di utilizzare nelle ricette anche altre materie prime e aromi del nostro ricchissimo territorio.

Eppure, anche a causa dell’aumento delle accise deciso dal precedente Governo (+30% in 15 mesi,) si avverte nel settore birrario una contrazione della fiducia nell'investimento che deve far riflettere. “*Nel 1° trimestre del 2015 abbiamo registrato l’apertura di solo 11 nuovi microbirrifici contro i 20 del trimestre dell'anno precedente, con un calo di aperture stimato in un -50%. Credo* – conclude **Terzaghi** - *sia giusto, soprattutto in questa fase, tutelare tutta la filiera e aiutarla a crescere. Non a caso abbiamo deciso di continuare con la nostra battaglia al grido di #rivogliolamiabirra per provare a ridurre la pressione fiscale sul nostro prodotto, che ormai vede 1 sorso su 2 della nostra birra destinato al fisco … E pensare che il settore potrebbe dare molto di più in termini di occupazione: se solo le accise in Italia fossero al livello di Germania o Spagna il settore potrebbe generare 7mila nuovi posti di lavoro in un anno, anche per questo ci battiamo contro una tassa che reputiamo assolutamente ingiusta”*. Anche a TuttoFood sarà possibile firmare, infatti, nello spazio AssoBirra per sostenere la campagna “Salva la tua birra” ([www.salvalatuabirra.it](http://www.salvalatuabirra.it)).

**Ufficio stampa AssoBirra**

INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione

**Simone Silvi** 06.44160881 – 347.5967201 - [s.silvi@inc-comunicazione.it](mailto:s.silvi@inc-comunicazione.it)

**Fulvio D’Andrea** 06.44160853 – 334.3757384 – [f.dandrea@inc-comunicazione.it](mailto:f.dandrea@inc-comunicazione.it)