

ANNUAL REPORT 2014



ASSOBIRRA SOSTIENE IL CONSUMO RESPONSABILE DI BIRRA

ASSOBIRRA, ASSOCIAZIONE DEGLI INDUSTRIALI DELLA BIRRA E DEL MALTO, RIUNISCE LE PRINCIPALI AZIENDE CHE PRODUCONO E COMMERCIALIZZANO BIRRA E MALTO IN ITALIA. ADERISCE A CONFINDUSTRIA, FEDERALIMENTARE, BOE (THE BREWERS OF EUROPE), EUROMALT, EBC (EUROPEAN BREWERY CONVENTION).

ASSOBIRRA SVOLGE FUNZIONI ISTITUZIONALI, DI SVILUPPO TECNOLOGICO E DI PROMOZIONE DELLA CULTURA, DELLA CONOSCENZA E DEL CONSUMO RESPONSABILE DELLA BIRRA. QUESTA MISSIONE SI CONCRETIZZA ATTRAVERSO LA REALIZZAZIONE DI STUDI E RICERCHE PER LA QUALITÀ E L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA DEI PROCESSI PRODUTTIVI E LA PROMOZIONE DI CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE, MIRATE AD UNA MAGGIORE CONOSCENZA DEL PRODOTTO BIRRA E ALL'AFFERMAZIONE DI UNA CULTURA DI CONSUMO CONSAPEVOLE DELLE BEVANDE ALCOLICHE.

PRESIDENTE
ALBERTO FRAUSIN

VICE PRESIDENTE
PIERO PERRON

CONSIGLIO DIRETTIVO
ALBERTO FRAUSIN, PIERO PERRON,
GERHARD COMPER, LEONARDO DI VINCENZO,
NEIL ROBERT KIELY, SIMON WUESTENBERG

**DELEGATO DELLA PRESIDENZA PER LE
TEMATICHE INTERNAZIONALI**
FRANCO THEDY

DIRETTORE
FILIPPO TERZAGHI

VICE DIRETTORE
ANDREA BAGNOLINI

SOMMARIO

2 **INTRODUZIONE**

5 **TENDENZE**

UN SETTORE IN SOFFERENZA, TRA CRISI ECONOMICA E TASSE TROPPO ALTE

11 **VALORE ECONOMICO E SOCIALE**

UNA FILIERA CHE CREA VALORE ECONOMICO, SOCIALE E AMBIENTALE

17 **FISCO**

MENO TASSE SULLA BIRRA, PIÙ OCCUPAZIONE E VALORE PER TUTTI

25 **IL NOSTRO IMPEGNO**

UN PRODOTTO NATURALE, SEMPRE PIÙ AMATO DAGLI ITALIANI (E DALLE ITALIANE) E CONSUMATO RESPONSABILMENTE

33 **CULTURA DELLA BIRRA**

UNA BEVANDA MILLENARIA E MEDITERRANEA

INTRODUZIONE

AssoBirra sostiene da sempre che la birra italiana è una ricchezza per l'Italia. Che consolida la sua immagine all'estero, grazie a un prodotto che non ha nulla da invidiare a quello degli altri Paesi a grande tradizione birraria. Che dà vita a una filiera in cui lavorano in tutto circa 140 mila persone e da cui ogni anno lo Stato ricava entrate complessive per più di 4 miliardi di euro. Che continua ad investire con risultati di eccellenza per quanto riguarda innovazione, qualità di prodotto e di processo, sostenibilità ambientale.

Sono affermazioni che sottoscriviamo ad una ad una anche oggi, ma soltanto se ad esse facciamo ora seguire un grande "per ora", nella versione più ottimistica, oppure se le volgiamo al passato, in quella più pessimistica. Perché oggi la filiera della birra è in sofferenza, per colpa non solo della più grave crisi economica che abbia colpito l'Italia negli ultimi settant'anni, ma anche - anzi soprattutto - a causa di un carico fiscale che ha raggiunto nel nostro Paese un livello di pesantezza e di discriminazione senza paragoni sia all'interno sia nel confronto con gli altri Paesi UE.

Oggi il trattamento fiscale della birra in Italia è una duplice "anomalia": rispetto alla situazione delle altre bevande da pasto, fra le quali la birra è l'unica a pagare le accise, e rispetto a quanto accade nel resto dell'Unione Europea. Non solo, infatti, nel nostro Paese (uno di quelli con il più basso potere d'acquisto della UE) le accise sulla birra sono fra le più alte, ma nei pochi Stati che applicano valori delle accise analoghi o superiori al nostro, gli altri prodotti alcolici sono tassati in modo significativo. In Italia, invece, la birra è tassata sopra la media, il vino paga un'accisa pari a zero e i superalcolici pagano meno della media.

Com'è noto, tutto è cominciato nell'autunno del 2013, quando il Parlamento approvò due successivi decreti leg-

ge del Governo Letta che, con l'obiettivo di reperire risorse economiche aggiuntive da destinare alla scuola e alla cultura, aumentavano le accise sulla birra del 30 (trenta) per cento in soli 15 mesi. Subito il settore della birra si è opposto al provvedimento mettendone in luce la natura profondamente sbagliata, discriminatoria e penalizzante per tutti, produttori, operatori della filiera e consumatori. La nostra denuncia, sostenuta da un forte movimento di opinione pubblica e suffragata da rigorosi studi scientifici, ha segnato una temporanea vittoria con il congelamento dell'aumento che sarebbe dovuto scattare il 1° marzo 2014. Ma poi malintese ragioni di finanza pubblica hanno finito con il prevalere, e il 1° gennaio 2015, come da programma, il ciclo di aumenti delle accise sulla birra si è compiuto.

Purtroppo - come indicano i dati di settore pubblicati nel presente Annual Report 2014, e ancora di più quelli relativi al primo semestre 2015 - i fatti stanno dimostrando la fondatezza di quanto denunciavamo. L'anno scorso l'occupazione complessiva nel settore si è fermata, e anche il boom dei micro birrifici, che negli ultimi anni aveva creato imprenditoria, soprattutto giovanile, e migliaia di posti di lavoro, sta fortemente rallentando. I consumi di birra ristagnano in termini quantitativi (con 29,2 litri annui pro capite rimaniamo all'ultimo posto della classifica UE) e si spostano verso i prodotti a minor prezzo, con conseguente minore redditività per i produttori schiacciati, anche, da una fortissima pressione promozionale (44% contro il 28,5% medio dei prodotti di largo consumo).

Il saldo commerciale export-import di birra rimane pesantemente negativo, poiché l'eccessiva pressione fiscale mette a rischio la competitività delle aziende e la crescita della filiera italiana, limitando la capacità delle nostre imprese di penetrare i mercati internazionali e

favorendo le importazioni. Ostacola la crescita dimensionale dei tanti micro birrifici nati di recente e scoraggia gli investimenti delle grandi aziende nel nostro Paese.

Nonostante tutto ciò, il settore birrario italiano vuol riprendere il proprio sviluppo. E posto davanti all'alternativa fra ottimismo e pessimismo richiamata all'inizio, sceglie decisamente il primo. Come indica una recente indagine dell'Istituto Format Ricerche, le oltre 600 imprese birrarie italiane credono, e sperano, in un futuro migliore: a fronte di una riduzione della pressione fiscale, 3 su 10 si dicono pronte ad aumentare gli investimenti e - soprattutto - a ricominciare ad assumere creando, a seconda dell'entità della diminuzione delle tasse, da un minimo di 2.800 ad un massimo di 11.000 nuovi posti di lavoro.

La filiera italiana della birra dunque, consapevole dell'attuale situazione del Paese e dei suoi conti pubblici, ha seri motivi, basati su concrete evidenze, per chiedere al Governo una riduzione della pressione fiscale sulla birra. Un intervento strutturale, che tocchi tutta la filiera, basato su importi e tempistiche certe e ragionevoli. Di fronte alla riduzione delle accise siamo pronti a fare la nostra parte: a generare nuova occupazione, a far nascere nuove imprese, a ritornare ad investire nel Paese e a far crescere l'export e la vocazione internazionale delle nostre imprese. Meno tasse sulla birra sono la scelta giusta, per sostenere una filiera importante dell'agroalimentare italiano ma, anche, per aiutare l'Italia a ripartire.

Alberto Frausin
Presidente AssoBirra



01

TENDENZE

CONSUMI DI BIRRA



% SUI CONSUMI TOTALI



IMPORT



EXPORT



Nel 2011 picco storico con oltre 2 milioni
Da allora fermo sotto questa soglia

PRESSIONE PROMOZIONALE NEL 2014



OCCUPATI NELLA FILIERA



-5,5% IN 2 ANNI



UN SETTORE IN SOFFERENZA, TRA CRISI ECONOMICA E TASSE TROPPO ALTE

NEL 2014 I CONSUMI DI BIRRA SONO RIMASTI STAZIONARI. IL SETTORE BIRRARIO ITALIANO HA MANTENUTO I LIVELLI PRODUTTIVI IN BUONA PARTE GRAZIE ALLA RIPRESA DELL'EXPORT DOPO DUE ANNI DI FLESSIONE. L'OCCUPAZIONE È FERMA, LONTANA DAL PICCO DEL 2012. IL MERCATO INTERNO, COLPITO DAL FORTE AUMENTO DEL CARICO FISCALE SULLA BIRRA, SI È SPOSTATO ULTERIORMENTE VERSO I SEGMENTI A MINOR PREZZO. ANCHE LA PRESSIONE PROMOZIONALE È AUMENTATA, E NELLA GRANDE DISTRIBUZIONE OGGI QUASI UNA BIRRA SU 2 È VENDUTA IN PROMOZIONE.

CONSUMI: PIATTI, SIAMO SEMPRE GLI ULTIMI IN EUROPA

Nel 2014 i consumi della birra in Italia sono rimasti stazionari, avendo toccato 17.729.000 ettolitri: l'1% in più in valori assoluti rispetto al 2013 (17.544.000 ettolitri) ma invariati in termini di consumo pro capite, pari a 29,2 litri annui. Tutto ciò a conferma di un andamento storico piatto, anzi lievemente riflessivo, che dura da almeno dieci anni: nel 2005 il consumo pro capite annuo era di 29,9 litri, saliti a 30,3 nel 2006 e a 31,1 nel 2007 (anno record); dopodiché è cominciato il ripiegamento. Guardando oltre i confini l'Italia, con i suoi 29,2 litri, rimane all'ultimo posto della classifica dei consumi in Europa, con un valore pari a meno della metà della media UE e da 3 a 5 volte inferiore a quello dei Paesi in testa alla graduatoria: Repubblica Ceca, Germania, Austria, Irlanda.

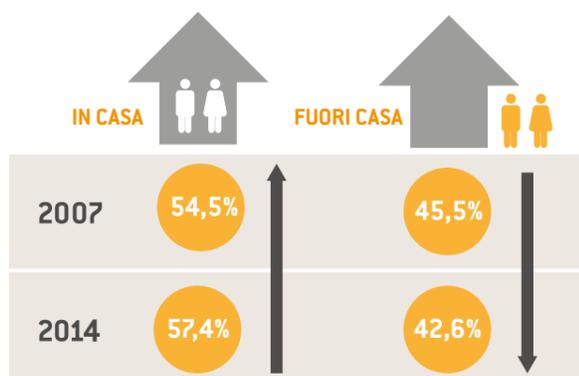


CONSUMI: DOMESTICI E A BUON MERCATO

Se dall'analisi quantitativa si passa a una qualitativa, si vede come il perdurare della crisi economica - combinato con l'incremento dei prezzi provocato dagli ultimi aumenti fiscali - confermi l'esistenza di due fenomeni segnalati negli anni precedenti.

- La preferenza dei consumatori verso i prodotti più economici. Nel 2014 le Specialità (il segmento più di nicchia, e dunque il meno esposto alle variazioni di prezzo) hanno sfiorato il 13%. In testa il Main Stream, con il 49,5%, seguito da Premium (26,6%), Private Label (7,7%), Economy (1,8%) e Analcoliche (1,5%). L'analisi del trend storico mostra la modifica delle abitudini di acquisto degli italiani: rispetto a 5 anni fa il settore più penalizzato è il Premium (diminuito di oltre il 20%), il più in crescita quello delle Private Label (+75%), mentre stabile si mostra il Main Stream, che rappresenta da solo la metà dei consumi totali. Un ultimo aspetto da sottolineare, nella Grande Distribuzione Organizzata, è la forte pressione promozionale sulla birra, che nel 2014 ha superato il 44% contro il 28,5% medio dei prodotti di largo consumo (fonte IRI 2015).
- La prevalenza del consumo in casa rispetto a quello fuori casa. Nel 2014 i consumi di birra Fuori Casa (On Trade) sono stati pari al 42,6% del totale, con il restante 57,4% rappresentato dagli acquisti nella distribuzione moderna e tradizionale (Off Trade). Nel 2007, ultimo anno prima dello scoppio della crisi economica, i consumi in bar, ristoranti, pub, ecc. erano pari al 45,5%, quelli domestici al 54,5%.

EVOLUZIONE DEI CONSUMI DI BIRRA IN ITALIA



OCCUPAZIONE FERMA, LONTANA DAL PICCO DEL 2012

Nel 2014 l'occupazione complessiva nella filiera birraria è rimasta ferma al valore del 2013, pari a 136.000 unità fra addetti diretti (4.950), indiretti (17.200) e indotto allargato (113.850). Da ricordare che nel 2012 il numero complessivo di addetti nella stessa filiera ammontava a 144.000 unità. In due anni dunque il calo è stato del -5,5%.

Un forte rallentamento, in particolare, sta segnando il fenomeno dei micro birrifici, realtà imprenditoriali a forte intensità occupazionale, che negli anni passati avevano garantito quasi mille nuovi posti di lavoro, soprattutto giovanile. Il loro numero, dopo essere più che raddoppiato fra il 2010 e il 2014 (da

186 a 443), quest'anno è previsto sostanzialmente stabile, in base al numero di aperture e chiusure verificatesi nella prima metà del 2015.

EXPORT IN RISALITA, MA L'IMPORT RESTA ASSAI ELEVATO

Nel 2011 la birra italiana aveva raggiunto il record storico delle esportazioni, con quasi 2,1 milioni di ettolitri. Nei due anni seguenti è riscesa sotto quota 2 milioni (1,99 nel 2012, 1,93 nel 2013). Nel 2014 l'export ha registrato una ripresa (1.995.000 ettolitri, +3,5% sul 2013). In termini di destinazioni, il mercato UE ha assorbito 1,67 milioni di ettolitri, pari al 76,2% del totale (8 punti in più del 2013), con la Gran Bretagna ancora nettamente in testa (oltre 1 milione di ettolitri)

ma con forti aumenti nei Paesi Bassi (115 mila ettolitri), Francia (90 mila) e Germania (33 mila). Fra i Paesi extra-europei in testa gli USA (162 mila ettolitri), seguiti da Albania (50 mila) e Australia (oltre 40 mila). L'import di birra nel 2014 non ha registrato scostamenti significativi attestandosi sull'elevato valore di 6.203.000 ettolitri (-0,2% rispetto al 2013 e +0,8% sul 2012). Il principale Paese esportatore in Italia si conferma la Germania, con quasi 3 milioni di ettolitri (48,3% del totale), seguita a grande distanza dai Paesi Bassi (9,2%) e dal Belgio/Lussemburgo (7,1%). Complessivamente dai Paesi UE continua a provenire la quasi totalità (96,2%) delle importazioni. Malgrado l'aumento dell'export, il saldo commerciale italiano è rimasto dunque fortemente negativo, attestandosi nel 2014 a -4.208.000 ettolitri di birra.

02

VALORE ECONOMICO E SOCIALE

CONTRIBUTO ALL'ECONOMIA E ALL'OCCUPAZIONE



**3,2 MILIARDI
DI VALORE AGGIUNTO**
(di cui 2,4 miliardi
nell'ospitalità)



**4 MILIARDI
ALLE CASSE DELLO STATO**
(accise, Iva, Imposte su redditi
e salari, contributi sociali)



28 POSTI DI LAVORO
creati nella filiera
per 1 posto di lavoro
in un'azienda birraria

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Dal 1992 al 2012:



**9 MILIARDI
DI LITRI D'ACQUA
RISPARMIATI**
fabbisogno annuo
della Valle d'Aosta



**660.000 MJ
DI ENERGIA
NON IMPIEGATA**
il consumo in un anno
degli abitanti di Parma



**62.000 TONNELLATE
DI CO2 NON IMMESSE
IN ATMOSFERA**
quanto ne assorbe in un anno
un bosco di 600 ettari

UNA FILIERA CHE CREA VALORE ECONOMICO, SOCIALE E AMBIENTALE

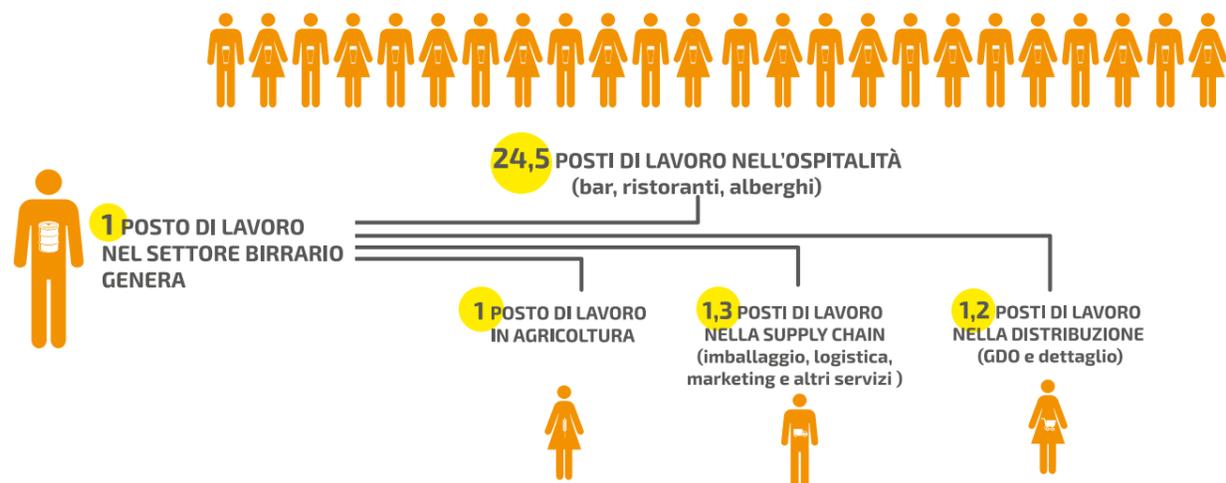
NEL 2014 IL SETTORE BIRRARIO SI È CONFERMATO UNA FONTE IMPORTANTE DI REDDITO ED OCCUPAZIONE PER IL PAESE. BASTI PENSARE CHE, SECONDO LE STIME, DA UN POSTO DI LAVORO DIRETTO NEL SETTORE BIRRARIO SI GENERANO 28 OCCUPATI NELLA FILIERA. LA BIRRA ITALIANA. INOLTRE, RIMANE ALL'AVANGUARDIA PER QUALITÀ DI PRODOTTO E DI PROCESSO E PER SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE. UN PATRIMONIO DA SOSTENERE, NON DA PENALIZZARE FISCALMENTE.

Anche in un anno difficile come il 2014, segnato dalla crisi economica e dalla sempre più forte pressione fiscale, il settore italiano della birra ha prodotto ricchezza, occupazione e imprenditorialità per il Paese, è stato partner di riferimento per settori fondamentali della filiera (agricoltura, packaging,

logistica, ospitalità, distribuzione) e ha apportato un rilevante contributo complessivo alle entrate dello Stato.

Ma i segnali negativi - come visto - non mancano, a cominciare dalla stasi dei consumi che hanno segnato una ulteriore diminuzione del 3% nei primi 5 mesi del 2015.





DALLA BIRRA VENGONO OGNI ANNO PIÙ DI 4 MILIARDI ALL'ECONOMIA ITALIANA

Malgrado la "frenata", il settore birrario continua a rappresentare una parte significativa del made in Italy alimentare - che con un fatturato 2014 di 132 miliardi di euro (fonte Federalimentare) costituisce il secondo comparto industriale del Paese dopo l'elettromeccanica - e una importante fonte di reddito per l'economia italiana. Secondo i dati di AssoBirra e del rapporto "The Contribution made by Beer to the European Economy - Italy" (Regioplan Policy Research and EY, dicembre 2013), ogni anno il settore birrario italiano:

- acquista circa 1 miliardo di euro in beni e servizi. Tra i beneficiari: agricoltura (100 milioni di euro); industria del packaging (400 milioni); altri servizi (150 milioni);
- porta alle casse dello Stato oltre 4 miliardi di euro tra accise, Iva, imposte sui redditi e sui salari, contributi sociali nel settore birrario e in quelli collegati;
- genera un valore aggiunto complessivo pari a circa 3,2 miliardi di euro, di cui 2,4 provenienti dalla sola ospitalità.

E 136.000 POSTI DI LAVORO NELL'INTERA FILIERA

Discorso a parte merita l'occupazione. È stato calcolato che da un posto di lavoro diretto nelle aziende birrarie

si generano: 24,5 posti di lavoro nell'ospitalità (bar, ristoranti, alberghi); 1,3 nella supply chain (imballaggio, logistica, marketing e altri servizi); 1,2 nella distribuzione (GDO e retail); 1 in agricoltura.

IL SETTORE RIMANE ALL'AVANGUARDIA PER QUALITÀ E SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

Rispetto a 25 anni fa il settore birrario italiano ha ridotto di circa i due terzi la quantità di acqua consumata per produrre la birra. In valori assoluti, si calcola che il risparmio ammonta a circa 9 miliardi di litri: l'equivalente del fabbisogno idrico annuo di una regione come la Valle d'Aosta.

Nello stesso tempo il consumo di energia per ettolitro di birra prodotto è sceso da 177 MJ a 128 MJ. Per dare un'idea del vantaggio ambientale conseguito, rispetto al 1990 l'industria birraria italiana ha risparmiato una quantità di energia pari al fabbisogno annuo di 180 mila persone: gli abitanti della città di Parma.

In percentuale ancora maggiore (-40% circa) sono diminuite le emissioni di anidride carbonica, con un risparmio pari a 62 mila tonnellate: l'equivalente della CO₂ assorbita in un anno da 600 ettari di bosco.

Dal 1990 ad oggi, a fronte dell'aumento dei volumi produttivi e della percentuale di birra in bottiglia, il



quantitativo di vetro è diminuito del 20%, da 522 mila a circa 400 mila tonnellate annue, grazie alla riduzione dello spessore.

Allo stesso modo, alleggerendo il peso delle lattine contenitore da 17 a 13 grammi, il quantitativo di alluminio impiegato è sceso del 40%.

Nel 2014 quasi il 14% della birra venduta in Italia è stata

distribuita in fusti, il sistema a minore impatto ambientale secondo le analisi internazionali di Life Cycle Assessment (LCA): una percentuale che pochi altri settori possono vantare. Infine, entro il 2020 le aziende birrarie italiane si sono impegnate a diminuire di un ulteriore 25% l'impiego di acqua e a far scendere del 40-50% rispetto al 1990 le emissioni di CO₂.



03

FISCO

ACCISE SULLA BIRRA

+30% IN 15 MESI: 1 SORSO SU 2 SE LO BEVE IL FISCO

1° OTTOBRE 2013 1° GENNAIO 2015



UNA ANOMALIA TUTTA ITALIANA



SULLA BIRRA
L'ACCISA ITALIANA
È SOPRA LA MEDIA UE



SUL VINO IN ITALIA
NON SI PAGANO ACCISE
(IN 12 PAESI UE SÌ,
COMPRESA LA FRANCIA)



SUI SUPERALCOLICI
L'ACCISA ITALIANA
È SOTTO LA MEDIA UE



CON MENO TASSE LA FILIERA È PRONTA A CREARE NUOVI POSTI DI LAVORO

CON UN TAGLIO DEL 20-25%
+2.800
posti di lavoro

CON ACCISE ANALOGHE
A QUELLE DI GERMANIA E SPAGNA
+11.000
posti di lavoro

MENO TASSE SULLA BIRRA, PIÙ OCCUPAZIONE E VALORE PER TUTTI

IN SOLI 15 MESI LE ACCISE SULLA BIRRA SONO AUMENTATE DEL 30%, E OGGI QUASI LA METÀ DEL PREZZO DI UNA BOTTIGLIA ACQUISTATA AL SUPERMERCATO SE NE VA IN TASSE. UNA INGIUSTA DISCRIMINAZIONE IN ITALIA, DOVE LA BIRRA È L'UNICA BEVANDA DA PASTO CHE PAGA LE ACCISE, E IN EUROPA, DOVE LE ACCISE ITALIANE SONO FRA LE PIÙ ALTE, SPECIE SE PARAGONATE CON LE ALTRE BEVANDE ALCOLICHE. SE SI RIDUCESSERO LE TASSE, INVECE, SI TORNEREBBE A CREARE OCCUPAZIONE E RICCHEZZA PER TUTTI. LO DICONO LE IMPRESE, LO PENSANO GLI ITALIANI



OGGI UN SORSO DI BIRRA SU DUE SE LO BEVE IL FISCO

Fra il 1° gennaio 2003 e il 1° gennaio 2015 le accise sulla birra in Italia sono più che raddoppiate: +117%, un incremento fra i più alti d'Europa. Se alle accise si aggiunge l'IVA, salita nello stesso periodo dal 20% al 22%, il carico fiscale sulla birra è aumentato di oltre il 120%. Gli aumenti delle accise hanno subito una forte accelerazione a partire dall'ottobre 2013, con l'entrata in vigore di due decreti legge in materia di beni culturali e di istruzione che hanno disposto l'aumento delle accise sulle bevande alcoliche già soggette a questa imposta come copertura economica di alcune voci di spesa. Così, in soli 15 mesi le accise hanno subito tre aumenti

- ad ottobre 2013, gennaio 2014 e gennaio 2015 - che ne hanno portato il valore dagli iniziali 28,2 a 35,6 euro per ettolitro: +30%.

Risultato: oggi su una birra da 66 cl (il formato più venduto in Italia), comprata al supermercato al prezzo di 1 euro, il consumatore paga 46 centesimi di tasse fra accise e Iva; in altre parole, quasi un sorso su due se lo beve il Fisco.

UN'ANOMALIA, PER L'ITALIA E PER L'EUROPA

A seguito degli ultimi aumenti, oggi l'Italia applica un'accisa sulla birra fra le più alte d'Europa, malgrado il nostro potere d'acquisto sia - secondo tutte le

statistiche - fra i più bassi della UE. Rispetto a quelle di Germania e Spagna, ad esempio, le accise italiane sono rispettivamente il quadruplo e il triplo.

Ma c'è una ulteriore aggravante: nei pochi Paesi europei in cui la fiscalità sulla birra raggiunge livelli analoghi o superiori a quelli italiani, anche le altre bevande alcoliche sono soggette a una tassazione relativamente elevata. In Italia, invece, la birra è l'unica bevanda da pasto ad essere soggetta ad accisa, mentre l'accisa sul vino è pari a zero e quella sui superalcolici inferiore alla media UE.

Una discriminazione evidente, un'autentica "anomalia" che provoca una serie di effetti negativi sul settore birrario e su tutta la sua vasta filiera.



UNA TASSAZIONE DANNOSA PER I PRODUTTORI E LA FILIERA

Secondo lo studio Format Research "Il sentiment dei produttori sul futuro della birra in Italia" (aprile 2015), la pressione fiscale troppo elevata è il primo motivo che sta limitando la capacità d'investimento delle imprese birrarie: la pensano così il 76,5% dei produttori, che mettono le tasse troppo elevate davanti ad altri fattori negativi quali la burocrazia (64,2%), l'instabilità fiscale (50,6%) e le prospettive di mercato poco favorevoli (45,7%).

La metà (50,6%) dei produttori dichiara il fatturato fermo o in diminuzione nel 2014 proprio a causa degli aumenti delle accise. E tali aumenti sono stati scaricati solo in parte sui prezzi (50%), mentre un terzo delle aziende (31,6%) ha ridotto i margini di profitto e quasi 2 su 10 (18,5%) hanno diminuito investimenti e occupazione.

Se si passa al settore dei pubblici esercizi (che, come visto nel capitolo precedente, genera i tre quarti del valore aggiunto prodotto dalla filiera birraria), le conseguenze sono altrettanto dannose in quanto le vendite di birra incidono in media fino al 20% dei loro guadagni: secondo 1 esercente su 3 (32%), gli ultimi aumenti delle accise sulla birra hanno determinato una contrazione dei guadagni da vendita di birra.

UNA TASSAZIONE INGIUSTA PER GLI ITALIANI

Ma che cosa pensano gli italiani delle accise oggi gravanti sulla birra? Nulla di buono, viene da rispondere guardando i risultati di un'indagine condotta dalla Doxa per conto di AssoBirra in due fasi: dopo i primi aumenti delle accise scattati tra 2013 e 2014 e dopo quello del 1° gennaio 2015. Premesso che per 7 italiani su 10 le accise sono "una tassa nascosta", spesso sconosciuta ai cittadini, che per 2 su 3

(64%) sono "un modo semplice per lo Stato di fare cassa senza risolvere i problemi", e che più di 9 su 10 (95%) ignorano che la birra sia gravata da accise, una volta informati sui reali termini della questione, gli intervistati esprimono le seguenti opinioni:

- "è giusto che i superalcolici paghino le accise" (72%);
- "se il vino non è sottoposto ad accisa, neanche la birra deve esserlo (68%);
- "birra e vino sono due bevande di tipologia simile, dunque debbono avere la stessa tassazione (61%);
- "in quanto bevande da pasto né birra né vino dovrebbero pagare le accise" (57%).

CON MENO TASSE LA FILIERA POTREBBE CREARE OCCUPAZIONE E VALORE

Malgrado le difficoltà provocate dai recenti aumenti delle accise, le oltre 600 imprese produttrici di birra in Italia

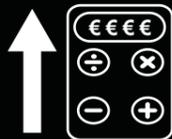
mostrano un atteggiamento positivo verso il futuro in presenza di una riduzione dell'attuale pressione fiscale. Secondo il citato studio Format Ricerche:

- un ritorno delle accise ai livelli precedenti il primo aumento dell'ottobre 2013 avrebbe un impatto positivo su ricavi, investimenti e occupazione:
 - il 74% stima un aumento dei ricavi fino al 10%;
 - il 50,5% sarebbe pronto ad aumentare fino al 10% gli investimenti;
 - il 43,2% sarebbe pronto ad aumentare gli occupati nella propria azienda;
- con accise al livello di quelle applicate in Germania e Spagna (-70% di quelle italiane), il 59,3% sarebbe pronto ad aumentare gli occupati della propria azienda. Secondo le stime di AssoBirra, nel primo caso il settore birrario sarebbe pronto a generare quasi 3 mila nuovi posti di lavoro, nel secondo caso i nuovi posti di lavoro potrebbero diventare 11 mila.

LE 10 EVIDENZE CHE SPIEGANO LA PRESSIONE FISCALE

PERCHÉ È GIUSTO RIDURRE SULLA BIRRA IN ITALIA

1



LE ACCISE SULLA BIRRA SONO
AUMENTATE DEL **+30% IN 15 MESI**.
TROPPO, PER LA FILIERA E PER
IL CONSUMATORE.

2



OGGI MEZZA BOTTIGLIA
DI BIRRA SE NE VA
IN TASSE

3



IN ITALIA LA BIRRA È
L'UNICA BEVANDA DA PASTO
A PAGARE LE ACCISE

4



LA BIRRA ITALIANA
È DISCRIMINATA
IN EUROPA RISPETTO
ALLE ALTRE BEVANDE ALCOLICHE

Da noi il vino non paga accise, la birra è
tassata più della media e i superalcolici
lo sono meno della media

5



IN ITALIA LE TASSE SULLA BIRRA
SONO TRA LE PIÙ ALTE D'EUROPA

Su una birra da 66 cl paghiamo 46 C/€,
gli spagnoli 21,3 e i tedeschi 19,5



6



GLI ITALIANI SANNO CHE
LE ACCISE SULLA BIRRA SONO
UNA TASSA INGIUSTA

8



L'ECESSIVA PRESSIONE FISCALE
METTE A RISCHIO LA
COMPETITIVITÀ DELLE
AZIENDE E LA CRESCITA
DELLA FILIERA

10



CON MENO TASSE CRESCEREBBERO
INVESTIMENTI ED EXPORT

7



OGGI LA FILIERA DELLA BIRRA
È IN SOFFERENZA TRA
PRESSIONE FISCALE
TROPPO ALTA E CRISI
ECONOMICA

9



CON MENO TASSE, LA FILIERA
DELLA BIRRA POTREBBE
CREARE NUOVA
OCCUPAZIONE E NUOVA IMPRESA



04

IL NOSTRO IMPEGNO

SALVA LA TUA BIRRA (dati a giugno 2015)

 118.000 FIRME RACCOLTE DALLA PETIZIONE	 205.000 VISITE AL SITO	 22.000 FAN DELLA PAGINA FACEBOOK	 1.400 FOLLOWER TWITTER
--	---	--	---

CULTURA DELLA BIRRA

ORTICOLA 2014 Una scelta al 100% naturale	PIZZA&BIRRA La coppia inossidabile della cucina italiana	BIRRA, IO T'ADORO Campagna paneuropea per rafforzare l'immagine del prodotto
--	---	---

RESPONSABILITÀ SOCIALE

BEVIRESPONSABILE.IT

 80.000 visite nel 2014	 +60% di visite rispetto al 2013
---	--

UN PRODOTTO NATURALE, SEMPRE PIÙ AMATO (E DALLE ITALIANE) E CONSUMATO DAGLI ITALIANI RESPONSABILMENTE

NEL 2014 IL SETTORE BIRRARIO HA MOBILITATO L'OPINIONE PUBBLICA CONTRO L'ECESSIVO CARICO FISCALE SULLA BIRRA, DANDO VITA A UNA BATTAGLIA CHE PUNTA ORA ALLA RIDUZIONE DELLE ACCISE. HA CONTINUATO A PROMUOVERE LA CULTURA DI UNA BEVANDA FATTA DI SOLI INGREDIENTI NATURALI, ITALIANA, TRENDY, POCO ALCOLICA, CONVIVIALE, CHE INCONTRA I GUSTI DI UNA PARTE MAGGIORITARIA DELLA POPOLAZIONE, ANCHE FEMMINILE, E SI SPOSA PIENAMENTE CON LA NOSTRA TRADIZIONE MEDITERRANEA (A COMINCIARE DALLA PIZZA). INFINE IL SETTORE HA PROSEGUITO NELL'IMPEGNO ORMAI DECENNALE IN FAVORE DI UN CONSUMO RESPONSABILE DELLE BEVANDE ALCOLICHE.



TUTTI IN CAMPO PER SALVARE LA BIRRA

Il 3 ottobre 2013, a una settimana dall'entrata in vigore del primo aumento delle accise sulla birra approvato dal Parlamento, AssoBirra dà il via alla campagna "Salva la tua Birra", imperniata sul sito www.salvalatuabirra.it attraverso il quale:

- si spiega perché l'aumento delle accise sulla birra sia ingiusto e penalizzante per tutti, consumatori, produttori e filiera della birra;
- si lancia la petizione per fermare gli aumenti, sottoscrivibile sul sito e sulla piattaforma social Change.org.

Al sito si affiancano una pagina Facebook dedicata e un profilo Twitter con l'hashtag #salvalatuabirra.

La risposta degli italiani è immediata. In tre mesi la petizione raggiunge le 60 mila firme, che nel febbraio 2014



vengono consegnate al Parlamento. Il quale, con il parere unanime delle Commissioni Finanze e Attività Produttive della Camera, congela l'aumento delle accise previsto a partire dal 1° marzo 2014 ma, nel contempo, conferma quello programmato a partire dal 1° gennaio 2015.

La campagna riparte con il lancio della proposta #stopaumentoa gennaio, attorno alla quale si raccoglie un movimento popolare spontaneo, fatto di serate di raccolta firme per la petizione in occasione di eventi pubblici - da Vinitaly a Cibus - in varie città d'Italia (Pordenone, Verona, Milano, Parma, Roma, Bari), del sostegno da parte di grandi chef (Claudio Sadler, Mauro Uliassi, Cristina Bowerman...), dell'endorsement di un campione del mondo di calcio come Marco Materazzi e - più di 30 anni dopo il suo "Meditate gente, meditate" - dell'appoggio di un vecchio amico della birra, Renzo Arbore, che torna in video per schierarsi al fianco di questa bevanda e contro gli aumenti delle accise.

Nel giugno viene presentato a Roma lo studio dal titolo

"Il settore della birra. Caratteristiche della domanda e dell'offerta, effetti della tassazione", commissionato da AssoBirra all'istituto indipendente REF Ricerche. Da esso emerge chiaramente come gli aumenti della fiscalità decisi dallo Stato avranno il solo, certo, risultato di fermare la crescita del settore e di mettere a rischio migliaia di posti di lavoro, senza dare benefici significativi in termini di entrate pubbliche.

Malgrado la forte mobilitazione attuata durante l'anno, malgrado l'aumento costante delle firme (arrivate a 120 mila), malgrado l'intensa attività web e social (ad oggi più di 200 mila visitatori unici del sito, 22 mila fan Facebook, 1.400 follower Twitter), malgrado i 9 emendamenti parlamentari presentati da oltre 100 fra senatori e deputati appartenenti a tutte le principali forze di maggioranza e opposizione nel corso dell'iter di approvazione della Legge di stabilità 2015, il 1° gennaio di quest'anno scatta l'ultimo delle accise programmate.

Il settore birrario rafforza la propria opposizione, soprattutto perché cominciano a vedersi gli effetti negativi paventati e denunciati in tutto il 2014. Prende quindi il via la terza fase della campagna, al grido di #rivoglio-lamiabirra. Il grido viene pronunciato forte e chiaro la mattina del 18 marzo a Roma, davanti a Montecitorio, in occasione del lancio della FiscAle, "la prima birra che... paghi due volte": un prodotto vero, una "limited edition" con un gusto "piacevolmente amarognolo, perfetto per abbinamenti con piatti strutturati e difficili da digerire... come le accise". Affiancato da un oggetto simbolo della campagna: una bottiglia tagliata a metà, che serve a ricordare a tutti che metà della birra che comprano la beve il consumatore, mentre l'altra metà va al fisco.

#La battaglia continua.

UNA SCELTA AL 100% NATURALE

Il settore birrario - e AssoBirra che lo rappresenta - difende con forza la birra perché è una bevanda buona, naturale, che piace alla maggioranza degli italiani (30 milioni di consumatori) i quali la consumano con moderazione e in prevalenza durante i pasti.

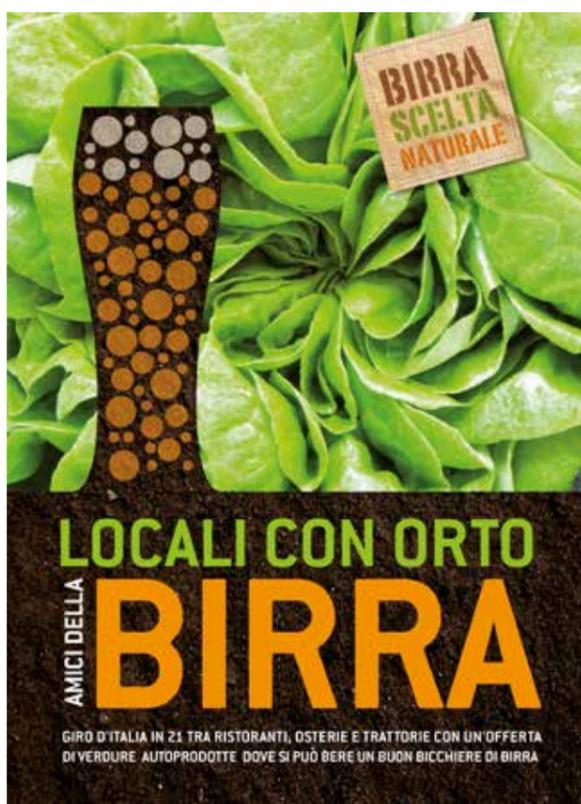
Piace perché è una bevanda naturale, fatta di quattro semplici ingredienti - acqua, cereali, luppolo e lievito - lavorati secondo una ricetta rimasta sostanzialmente immutata da migliaia di anni. E piace perciò in particolare a quanti - sempre più numerosi - professano uno stile di vita "green".

Nel 2014 AssoBirra ha partecipato per il terzo anno consecutivo con un proprio stand ad "Orticola" (svoltasi a Milano dal 9 all'11 maggio), manifestazione simbolo del "green life style", promuovendo la cultura di prodotto presso un target particolarmente sensibile ai valori di naturalità di cui la birra è portatrice. Da segnalare la distribuzione della guida "Locali con orto amici della birra", realizzata in collaborazione con l'esperto di enogastronomia e di birra Marco Bolasco. Disponibile gratuitamente sul portale www.birragustonaturale.it, l'opuscolo è un giro d'Italia attraverso 20 tra ristoranti, osterie e trattorie che cucinano verdure autoprodotte "a metro zero" e nelle quali si trova una buona offerta di birre; un vademecum degli abbinamenti più sorprendenti, e più "giusti", fra birra e prodotti dell'orto.

CON LA PIZZA UN'ACCOPIATA IMBATTIBILE

Agli italiani la birra piace da sempre - e moltissimo - insieme alla pizza. E nel 2014 AssoBirra si è rivolta a questo particolare target: per conoscerlo meglio, attraverso un sondaggio commissionato a Doxa, e per sottolineare come la crescita della cultura birraria, unita al "riscaldamento" della tradizione pizzaiola, apra a questi due mondi nuovi orizzonti gourmand. Secondo la Doxa:

- più di un terzo degli italiani, quando mangiano una pizza, scelgono la birra (più del doppio di quanti preferiscono un soft drink e il quadruplo di chi opta per il vino);
- lo fanno soprattutto per una questione di gusto - è "un'accoppiata imbattibile" per il 58% degli intervista-



ti - ma anche perché si tratta di "due prodotti semplici della cucina popolare ed economica" (39%);
- le donne (in particolare le under 35) hanno un debole per questo abbinamento: per il 65% di loro la pizza è l'occasione più frequente e apprezzata per consumare birra. Per dare consigli e suggerimenti agli appassionati, AssoBirra in collaborazione con l'editore Giunti ha realizzato il blog "Di birra in pizza", residente sulla community Giunti Piattoforte e in una sezione del portale www.birragustonaturale.it. Curato da Marco Bolasco, il blog racconta il fenomeno della pizza gourmet, spiega come riconoscere la pizza "perfetta", distinguere fra i principali stili di birra, e così via. Infine è stata lanciata la web app "Di pizza in birra", accessibile dalle principali piattaforme fisse e mobili, che attraverso un'esperienza ludica consente all'utente di visualizzare gli abbinamenti possibili corretti in base ai suoi gusti.

UNA BEVANDA SEMPRE PIÙ FEMMINILE

La birra piace sempre più alle donne: trent'anni fa solo 2 italiane su 10 bevevano birra, oggi l'Italia è il Paese con il più alto numero di consumatrici in Europa (6 su 10), pur mantenendo il minor consumo pro capite (solo 14 litri) e un approccio a questa bevanda nel segno della mode-

razione e del consumo a pasto. Per questa ragione AssoBirra ha dato il via a una campagna di comunicazione collettiva dedicata proprio alle donne, "Birra, io t'adoro" (www.birraiotadoro.it), nell'ambito della campagna europea "Positive Story of Beer" lanciata nel 2014 dai The Brewers of Europe, associazione che rappresenta i produttori di birra di tutti i Paesi europei. Protagonista di "Birra, io t'adoro" è un tipo preciso di donna, nella quale molte delle nuove "beer lover" italiane si riconoscono: moderna, indipendente, ironica, impegnata, che anche nella vita frenetica di tutti i giorni riesce a ritagliarsi dei momenti di piacere e socialità di cui il gusto della birra è complemento perfetto. La campagna è partita a marzo 2015 su stampa (soprattutto settimanali e mensili a target femminile, oltre ai quotidiani), affissione e online, con uno spot on air su diversi siti e il supporto di una campagna di rp.

DA 8 ANNI A FAVORE DI UN CONSUMO RESPONSABILE

Nel 2007 AssoBirra ha avviato il Programma pluriennale "Guida tu la vita. Bevi responsabile", al fine di aumentare la consapevolezza dell'opinione pubblica sui rischi connessi all'abuso e all'uso scorretto delle bevande alcoliche. Al centro del Programma è il sito [responsabile.it, dedicato ad informare il pubblico sull'abuso di alcol e i suoi effetti sull'organismo e contenitore di tutte le iniziative realizzate, nel tempo, nell'ambito del Programma.](http://www.bevi-</p>
</div>
<div data-bbox=)

Nel corso degli anni AssoBirra ha concentrato l'attività su alcune situazioni specifiche di rischio e sulle fasce sociali più esposte all'abuso o all'uso scorretto di alcol: guidatori, future mamme e minorenni. E ha realizzato per ciascuna una serie di campagne di sensibilizzazione incentrate su un messaggio inequivocabile: chi si accinge a guidare, chi aspetta un bambino o chi è minorenne non deve bere alcol:

- 2007 - "Se aspetti un bambino l'alcol può attendere";
- 2008 - "Diglielo tu", indirizzata ai giovani;
- 2009 - "Le chiacchiere stanno a zero. 0 bevi o guidi";
- 2010 - "Le parole per dirlo. Parlare di alcol tra genitori e figli";
- 2011 - "Le chiacchiere stanno a zero. 0 bevi o guidi", II edizione;
- 2012 - "Se aspetti un bambino l'alcol può attendere", II edizione;
- 2012 - "0 bevi o guidi", III edizione.
- 2013 - "0 bevi o guidi. Experience Tour 2013".

L'ultima iniziativa in ordine di tempo (primavera di quest'anno) è la terza edizione di "Se aspetti un bambino l'alcol può attendere" (<http://www.seaspettunbambino.it/>), campagna d'informazione realizzata in collaborazione con la SIGO, Società Italiana di Ginecologia e Ostetricia, svoltasi a giugno 2015. Presentata anche come impegno del comparto birrario in seno all'Alcohol & Health Forum, "Se aspetti un bambino l'alcol può attendere" ha ricevuto l'apprezzamento e il sostegno del Ministero della Salute, in quanto coerente con gli obiettivi governativi di riduzione dei danni alcol correlati, ottenendo l'autorizzazione all'utilizzo del logo "Guadagnare Salute". È inoltre la prima campagna promossa in Europa su questo delicato tema dall'industria delle bevande alcoliche.

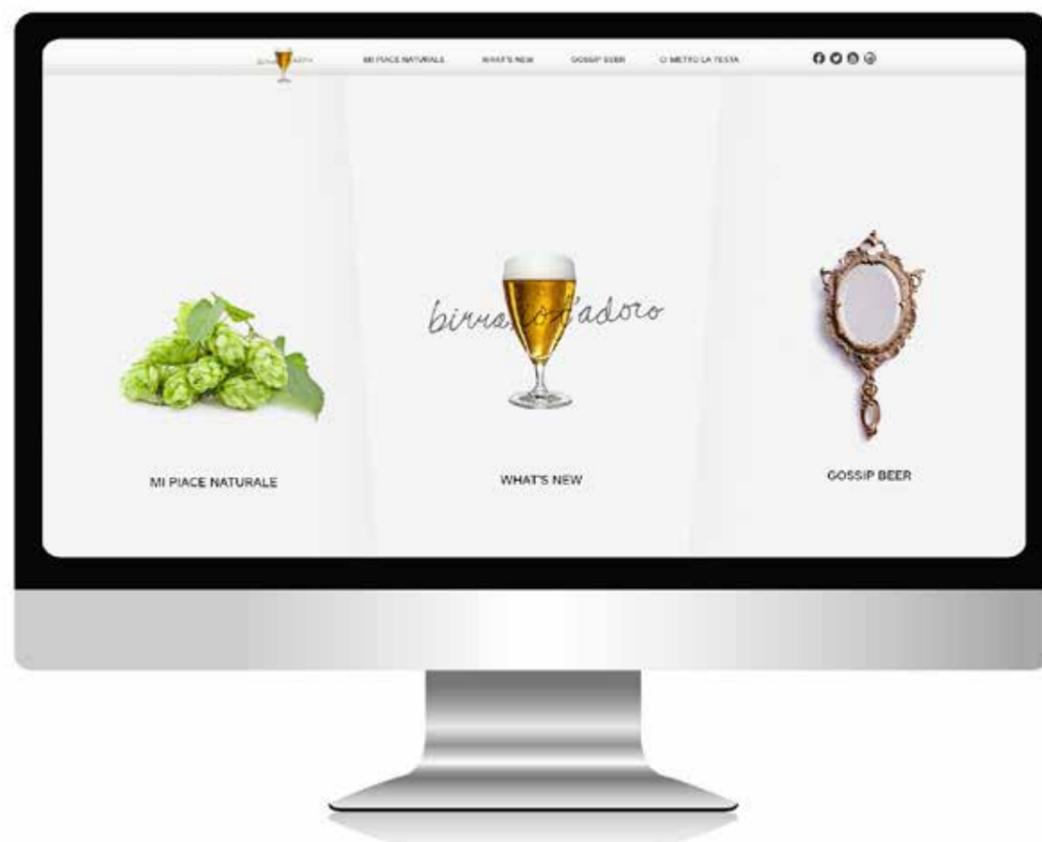
L'ALCOHOL POLICY DEL SETTORE E GLI IMPEGNI DELLE AZIENDE ASSOCIATE

Da molti anni AssoBirra e le aziende associate adottano una Alcohol Policy di settore e codici di condotta aziendale aventi lo scopo di contribuire all'affermarsi e all'accrescersi di una cultura del consumo responsabile di

alcol. E rispondono, in questo modo, anche alle richieste delle istituzioni pubbliche di esercitare un ruolo proattivo nella soluzione delle attuali criticità legate all'abuso e al consumo scorretto delle bevande alcoliche.

Inoltre AssoBirra ha messo a punto un proprio Codice di autoregolamentazione che, affiancandosi al Codice redatto dall'Istituto di Autodisciplina Pubblicitaria (IAP), mira a rendere ancor più stringente l'adesione delle aziende associate alle limitazioni vigenti in tema di comunicazione commerciale del settore. Infine, le aziende associate affiancano all'operato istituzionale di AssoBirra una serie di impegni e iniziative realizzate direttamente all'insegna della responsabilità sociale sui temi alcol-correlati:

- aderiscono ai principi del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria;
- adottano codici aziendali che regolano la comunicazione sul prodotto secondo principi di legalità e di responsabilità;
- rivolgono le attività di marketing/pubblicità esclusivamente ai maggiorenni e, in questo contesto, non ricorrono a persone/modelli che dimostrino un'età inferiore ai 18 anni e che abbiano meno di 21 anni di età;
- informano e sensibilizzano i gestori dei locali sui rischi legati all'abuso e al consumo non responsabile di alcol;
- promuovono campagne d'informazione e sensibilizzazione al bere responsabile rivolte a dipendenti, clienti e consumatori.





05

CULTURA DELLA BIRRA

UNA BEVANDA MILLENARIA E MEDITERRANEA

La birra è, insieme al pane e al vino, uno dei primi alimenti elaborati dall'uomo. La prima descrizione documentata di una ricetta per produrre birra risale al 4.000 a.C.: furono i Sumeri a cimentarsi per primi nell'arte di produrre una bevanda alcolica assimilabile alla birra. Dalla Mesopotamia la produzione si estese in Egitto, per poi attraversare il Mediterraneo e arrivare nella Grecia antica. Nella penisola italiana è conosciuta già dagli Etruschi, dopodiché entra nella Roma antica dove si diffonde soprattutto negli ambienti più popolari. Dunque la birra è storicamente una bevanda tanto mediterranea quanto "nordica". Anche se, per ragioni climatiche (le basse temperature ambientali sono più adatte alle esigenze del lievito di birra), si delinea una progressiva specializzazione fra il Sud (vino) e il Nord Europa (birra).

La birra ha seguito l'espansione della civiltà in ogni angolo del mondo, ma nel tempo la tecnica produttiva è rimasta sostanzialmente invariata. Con un'eccezione introdotta nel 1842 da Josef Groll che, nella cittadina boema di Pils, sperimentò con successo il metodo della bassa fermentazione. Nasceva la birra chiara, dal colore brillante e limpido, profumata di frutta e luppolo, dal gusto leggero e amaro-gnolo: detta "pilsner", è oggi, insieme alla "lager", sinonimo di birra chiara in tutto il mondo. Nel 1883, infine, Emil Hansen isolò nei laboratori danesi della Carlsberg il ceppo di lieviti tipico della bassa fermentazione, il *saccharomyces carlsbergensis* (detto anche *uvarum*). La via alla moderna produzione della birra era definitivamente aperta.

L'Italia vanta una tradizione birraria millenaria anche se, fino all'era moderna, si è prodotta poca birra per pochi estimatori. Nella seconda metà dell'Ottocento prende piede una vasta e strutturata industria della birra, basata sul freddo artificiale e sulla nuova tecnologia di produzione di birre chiare a bassa fermentazione. Le prime fabbriche nascono per iniziativa di imprenditori d'Oltralpe (Dreher, Wührer, Paskowski, Metzger, Von Wünster, ecc.), cui fanno presto seguito commercianti italiani, per lo più di ghiaccio,



che vedono nella birra il naturale completamento della propria attività. Nascono così alcune importanti realtà: nel 1845 la Peroni, fondata a Vigevano da Francesco Peroni (ma presto trapiantata a Roma dove, nel 1905, nasce la "Società Ghiaccio e Birra Peroni"); l'anno seguente la Menabrea, a Biella; nel 1857 la Forst, a Lagundo (Bolzano); nel 1859 la "Fabbrica di Birra e Ghiaccio Moretti", a Udine. Alla fine del secolo ha inizio uno sviluppo che è arrivato ad oggi.

Negli ultimi decenni la crescita del mercato italiano ha attirato l'interesse dei grandi gruppi birrari mondiali (Heineken, SABMiller, Anheuser-Busch InBev, Carlsberg), favorendo l'ingresso di capitale straniero, con acquisizioni che hanno riguardato la maggioranza o consistenti pacchetti azionari di diversi marchi. Investimenti che hanno contribuito all'ulteriore sviluppo e razionalizzazione degli asset produttivi, assicurando continuità alla storia di mar-

chi prestigiosi e migliorando fortemente la produttività. Accanto ai grandi produttori si è sempre più affermata, negli ultimi anni, la realtà delle birrerie artigianali, che si distinguono per la rielaborazione "all'italiana" di alcuni stili birrari bevuti nel mondo da secoli e per la creazione di nuove varietà grazie alla sapiente fantasia dei nostri imprenditori e alla grande varietà di materie prime offerta dai nostri terrotri.

UN PRODOTTO NATURALE CON POCHI SEMPLICI INGREDIENTI

Quello delle birre è un universo smisurato ma composto da una struttura molto semplice, fatta di 4 elementi naturali: acqua, orzo, lievito e luppolo.

36 **Acqua.** La sua presenza nella birra finita oscilla fra il 90 e il 93%. Dev'essere pura, di sorgente, ricca di sostanze minerali e organiche. Le birre più famose del mondo devono la propria originalità e rinomanza alla speciale natura delle acque con cui vengono preparate.

Cereali. Sono l'elemento base per la produzione della birra. Il più utilizzato è l'orzo, graminacea originaria dell'Asia occidentale, anche se non l'unico (vengono impiegati pure frumento, riso, segale e mais). Da esso si ricava il malto d'orzo, sostanza base ottenuta dalla prima lavorazione di questo cereale.

Lievito. Sono microscopici funghi unicellulari, ricchi di vitamine ed enzimi, che trasformano gli zuccheri in alcol e anidride carbonica. Appartengono a due famiglie principali: *saccharomyces carlsbergensis* o *uvarum*, usato per birre a bassa fermentazione, e *saccharomyces cerevisiae*, per quelle ad alta fermentazione.

Luppolo. È una grande pianta rampicante, i cui fiori femminili contengono la luppolina, sostanza aromatica e resinosa che conferisce alla birra il caratteristico gusto amaro. I componenti più importanti del luppolo sono i tannini, gli oli e gli acidi amari, ottimi antisettici e conservanti.



Modalità di produzione. Esistono due grandi tipologie di birra: le birre ad alta fermentazione e quelle a bassa fermentazione. Questi due processi, e quindi il tipo di birra ottenuta, sono determinati dalle caratteristiche del lievito impiegato, che agisce a diverse temperature.

L'alta fermentazione è sviluppata dal ceppo fungino *saccharomyces cerevisiae*, che svolge il proprio ruolo fra i 16 e i 23° C. Durante il processo di fermentazione, questi lieviti salgono in superficie, trasformando lo zucchero in alcol e producendo anidride carbonica. L'alta fermentazione è il metodo più antico e dà origine a birre corpose, dal gusto intenso e aromatico, tipicamente inglesi, raggruppate fra le Ale.

La bassa fermentazione è sviluppata dal ceppo fungino *saccharomyces carlsbergensis* (o *uvarum*), che si attiva fra 5 e 8° C. I lieviti lavorano in recipienti chiusi (lager) depositandosi sul fondo, in modo che l'anidride carbonica rimanga nella birra. Questo metodo, diffuso con lo sviluppo del controllo delle temperature, permette di produrre birre dal gusto leggero e fragrante.

UN PIACEVOLE COMPLEMENTO DI UN'ALIMENTAZIONE SANA E GUSTOSA

La birra va considerata a tutti gli effetti una bevanda-alimento. Contiene infatti numerose sostanze che rivestono un ruolo importante per l'organismo e la rendono un utile complemento di un'alimentazione sana ed equilibrata: acqua, sali minerali, vitamine, aminoacidi, maltodestrine, enzimi, antiossidanti, fibre. A ciò si aggiunge il ridotto contenuto alcolico e l'abitudine mediterranea a berla con moderazione e a pasto. Secondo una vasta pubblicistica scientifica internazionale, un consumo moderato di birra può avere effetti benefici sulla salute ed esercitare un ruolo interessante e positivo in varie patologie: dalle malattie cardiocircolatorie all'insorgenza di alcuni tumori, dalla fragilità ossea alla sindrome metabolica.

Leggera e con poche calorie. Un bicchiere di birra chiara (la più bevuta al mondo e in Italia) conta 68 calorie, quasi come un succo d'arancia (66), meno di quelle di un calice di vino rosso (94) e di un soft drink (129). Dunque, accom-

pagnata a uno stile di consumo (e di vita) equilibrato, la birra non fa ingrassare.

Dal ridotto contenuto di alcol. Con il suo oltre 90% di acqua la birra è, nelle versioni di gran lunga più diffuse, la bevanda alcolica fermentata con il minor quantitativo di alcol. Ciò la rende adatta anche a pranzi di lavoro, pasti leggeri, spuntini veloci, come un panino e l'insalata. E - contrariamente a quanto molti continuano a credere - non gonfia neppure. Ciò che infatti gonfia è l'anidride carbonica che, nella birra versata correttamente, rimane imprigionata nella schiuma.

Gustosa e versatile. La birra ha un gusto intrigante e rinfrescante, fatto dal corpo di lieve impronta, dall'inconfondibile gusto amaricante, dalle sensazioni gustative e tattili delicate e universali. Nelle sue quasi infinite varianti può essere abbinata con qualsiasi piatto, o meglio ingrediente di cui questo è composto, compresi alcuni per i quali l'accoppiamento con le altre bevande alcoliche risulta problematico: dalle pietanze cucinate in frittura al carciofo, al cioccolato.

UN SOLO NOME PER UN MONDO DI BIRRE

La legislazione italiana (Legge 1354/1962) suddivide le birre in 5 categorie, corrispondenti al cosiddetto "grado saccarometrico" o "grado di fabbricazione", che indica la quantità di zucchero ("estratto") disciolto in 100 grammi di mosto prima della sua fermentazione.

Grado saccarometrico e titolo alcolometrico volumico sono strettamente collegati: moltiplicando il grado di fabbricazione per circa 0,4, si ottiene il grado alcolico approssimativo della birra.

TIPI DI BIRRA	GRADO DI FABBRICAZIONE	TITOLO ALCOLOMETRICO
Birra analcolica	3-8	<1,2
Birra leggera (light)	5-10,5	1,2-3,5
Birra	>10,5	>3,5
Birra speciale	>12,5	>3,5 [in genere >5]
Birra doppio malto	>14,5	>3,5 [in genere >6/6,5]

Di seguito, una breve illustrazione delle birre più diffuse e apprezzate dal consumatore italiano.

Abbazia. Sono così chiamate perché nate nelle abbazie del luogo con le quali, in alcuni casi, mantengono ancora relazioni. Le birre d'Abbazia sono diverse - anche di molto - nella varietà di gamma olfattiva e gustativa. In genere sono corpose e di forte contenuto alcolico. Il loro colore varia dall'oro carico all'ambrato, fino al bruno scuro.

Ale. In genere quando si parla di Ale si intende la birra inglese tout court, e in effetti le Ale sono prodotte soprattutto in Gran Bretagna, pur avendo preso piede anche in Paesi come Belgio e Stati Uniti. Ricavate da malto d'orzo con lieviti ad alta fermentazione che garantiscono un corpo pieno e fruttato, di moderato contenuto alcolico, da bere in genere a temperatura di cantina, le Ale si distinguono in numerose tipologie, fra cui: Mild Ale, Bitter Ale, Belgian Ale, India Pale Ale, American Pale Ale, Porter, Stout, Barley Wine, ecc.

Analcolica. Fra le birre a bassa fermentazione merita una menzione la birra analcolica, pensata per coloro che non vogliono (o non possono) consumare alcol e con caratteristiche di aroma e gusto equiparabili a quelle di una normale Lager o Pils. Superata la gradazione di 1,2% vol., e fino al limite di 3,5, la birra analcolica diventa "light", dai profumi e sapori molto lievi.

Blanche. A produrre per primi la bière Blanche furono, nel Quattrocento, i monaci del Brabante che impiegarono orzo, frumento e avena e inoltre, trovandosi a stretto contatto con i commercianti olandesi, ingredienti esotici provenienti dal Nuovo Mondo, fra cui il profumato coriandolo e la buccia d'arancia seccata. Oggi la Blanche è fatta in parti uguali di orzo maltato e frumento non maltato, cui si può aggiungere una percentuale variabile di avena, che la rende morbida e quasi vellutata al palato. Moderatamente alcolica, è ricca di suggestioni olfattive (fruttata, floreale e speziata) e gustative (asprigna con toni agrumati e speziati).

Bock. La Bock è una birra a bassa fermentazione, chiara e forte, che si ritrova nell'area germanico-alpina. Originaria di Einbeck, cittadina tedesca vicino Hannover, e poi affermata in Baviera, è gradevole all'olfatto, caratterizzata da netti sentori mielati di malto e da un floreale fresco, ricco e vellutato al palato, con corpo strutturato e persistente. Le Bock hanno un grado alcolico di 6,5% vol., colore chiaro, gusto di malto ben presente, amaricante del luppolo attenuato.

Lager. È una birra a bassa fermentazione, divenuta - vista l'odierna diffusione - sinonimo di birra tout court. Il suo nome deriva dal termine tedesco "Lager" ("deposito", "cantina"), che indica il luogo, a bassa temperatura, in cui questa birra veniva prodotta e conservata. La Lager europea è una birra chiara, fresca, di media alcolicità, delicata negli aromi e nel gusto, dal colore oro pallido. Fuori dall'Europa sono state progressivamente

ridotte le note di malto e di luppolo: in tutto il continente americano la Lager è considerata un soft drink.

Pils. Nota anche come "pilsener" o "pilsner", prende il nome dalla città boema di Plzen (Pilsen in tedesco), dove vide la luce ad opera del già citato Groll. Il mastro birraio bavarese sfruttò le peculiarità di un'acqua povera di minerali e la finezza aromatica del luppolo coltivato nella vicina Zatec per creare una birra dorata, a bassa fermentazione, che è la capostipite di oltre il 90% della birra oggi prodotta nel mondo. La Pils si caratterizza per l'aroma floreale, il gusto dal finale secco e pulito e la schiuma abbondante. Si suddivide in varie tipologie, fra cui le Pils boeme, dal bel colore dorato, caratterizzate da morbide note di malto e da un amaro ben presente,

e le Pils tedesche, più "pulite", secche e dal forte aroma di luppolo, alle quali si avvicinano tutte o quasi le Pils prodotte negli altri Paesi europei.

Weizen. Popolarissima in Baviera, la Weizen è una birra fresca e dissetante, a base di malti d'orzo e di frumento (in tedesco "Weizen"). Quest'ultimo, che per legge non è inferiore al 50%, le conferisce il tipico gusto acidulo, mentre l'amaro, data la scarsa presenza di luppolo, è impercettibile. Le Weizenbier sono dette anche "Weisbier" ("birre bianche") per l'aspetto torbido e quasi lattiginoso, causato dai lieviti che rimangono in sospensione e conferiscono il caratteristico aroma fruttato di banana matura e speziato di chiodo di garofano, ancorché ne esistano anche versioni meno diffuse scure.

ALE



ABBAZIA



ANALCOLICA



BLANCHE



BOCK



LAGER



PILS



WEIZEN



LE 7 “REGOLE D’ORO” DEL SERVIZIO

Schiuma: alta due dita e ben compatta. Per gustare al meglio una birra ci vuole la schiuma, alta due dita e ben compatta. La schiuma è il filtro naturale della birra, attraverso cui vengono dosati gli aromi del luppolo e del malto. Il gusto della schiuma, più amaro di quello della birra stessa, esalta il caratteristico sapore della bevanda amplificandone la piacevolezza. La schiuma, infine, protegge la birra dall'ossidazione mantenendone integri aromi e fragranze e rendendola più buona e più digeribile.

Spillatura: due fasi (e vari metodi). Il termine “spillatura” indica il servizio della birra in bicchiere, tanto alla spina quanto dalla bottiglia. La birra va spillata rispettando due velocità: prima lentamente, tenendo il bicchiere leggermente inclinato fino a riempirlo per tre quarti; poi, dopo averlo raddrizzato, più velocemente, in modo da far sviluppare la giusta quantità di schiuma.

Bicchiere: ci vuole quello giusto. Ogni stile di birra ha il bicchiere più appropriato - rigorosamente di vetro - che permette di evidenziarne il gusto e l'aroma aiutando, anche, la formazione della giusta schiuma. Qualche esempio: per le birre ad alto contenuto alcolico come le Belgian Ale o le birre d'Abbazia, occorre un bicchiere a calice; le Ale e le birre anglosassoni ottengono il meglio dalla classica pinta

(contenente 0,568 litri raso bordo); le Blanche, e in genere le birre speziate di stile belga, vengono servite in bicchieri ampi.

Vetro: sempre pulito e possibilmente bagnato. Il vetro del bicchiere dev'essere ben pulito ma senza tracce di detergente e brillantante che impediscono la corretta formazione della schiuma. Prima dell'uso è consigliabile bagnarlo con acqua fredda, per eliminare eventuale polvere e avvicinare la temperatura del vetro a quella della birra. Un'avvertenza: non confondere la schiuma con le bollicine. Per la birra, a differenza dello champagne, la presenza di persistenti bollicine indica solo l'eccessivo contenuto di anidride carbonica.

Temperatura: in genere bassa, ma mai ghiacciata. Ogni stile ha la corretta temperatura di servizio. Su questo tema vige una regola generale: più una birra è corposa e alcolica, più aumenta la temperatura alla quale va bevuta.

In genere sull'etichetta si consiglia la migliore temperatura di servizio.

La giovinezza, per un sapore pieno. La birra va consumata “giovane”. Come tutti i prodotti “vivi”, più fresca è, più mantiene integri profumi e gusto. Per assaporarla al meglio affidatevi alle indicazioni riportate in etichetta. Fanno eccezione alla regola pochissime birre, dette appunto “da invecchiamento”, in genere ad alta fermentazione, di elevata alcolicità e con robusta luppolatura.

Conservazione: in luogo fresco e al riparo dalla luce. La birra risente degli sbalzi di temperatura e degli effetti negativi della luce e dell'ossigeno. Il luogo migliore di conservazione è perciò un posto fresco e al tempo stesso asciutto (per ridurre il rischio di ossidazione), nel quale le bottiglie siano tenute al riparo dalla luce e in posizione verticale.





WWW.ASSOBIRRA.IT