

## **Italiani in prima linea per supportare le attività locali: più della metà acquista birra anche nei punti di consumo di prossimità**

*Il sostegno degli italiani al mondo birra e Ho.Re.Ca. è il cuore della terza edizione del Centro Informazione Birra – CIB di AssoBirra.*

Milano, 21 dicembre 2020 – **Più della metà degli italiani acquista birra anche da asporto** da punti vendita vicino casa e soprattutto da locali, bar e pizzerie. E lo ha fatto sia in questa seconda fase dell'emergenza sanitaria da Covid-19 che durante il primo lockdown nazionale. Una piccola azione concreta che **per oltre 9 italiani su 10 è utile a sostenere le realtà imprenditoriali locali** alle prese con il calo dei consumi dovuto ai provvedimenti per il contenimento della pandemia.

Sono solo alcune delle principali evidenze della terza edizione del **Centro Informazione Birra – CIB targato AssoBirra**, la fotografia completa e aggiornata dei cambiamenti in atto nel settore birrario italiano. Il CIB è l'appuntamento con il racconto in presa diretta su come sta cambiando il mondo birra, reso possibile grazie all'ascolto di più voci: quella degli italiani, dei brand del settore, della filiera e di AssoBirra, in collaborazione con la società di ricerche di mercato BVA Doxa.

**ITALIANI IN PRIMA LINEA** – La convivenza con la pandemia ha avuto un **impatto senza precedenti sulle abitudini di consumo degli italiani**. Anche in relazione al consumo di birra (è così per il 44% degli intervistati da BVA Doxa). Soprattutto per quel che concerne il **fuori casa** (per il 75% del totale campione). E non potrebbe essere altrimenti viste le chiusure pressoché totali dei punti di consumo - o, al più, allo scoccare delle 18 - adottate su base regionale in questa seconda fase della pandemia. Con conseguenze drammatiche sul piano economico. A testimoniare anche i dati del Centro Studi della FIPE: le perdite stimate per le migliaia di imprese *Made in Italy* dell'Ho.Re.Ca. potrebbero arrivare a superare quota **33 miliardi di euro a fine 2020**.

Di pari passo alle nuove modalità di consumo, sono cambiate anche le abitudini di acquisto della birra. Nonostante il supermercato resti il luogo elettivo di acquisto di questa bevanda da pasto (87%), una buona notizia c'è: cresce la percentuale di italiani che ha **acquistato birra in qualsiasi punto vendita vicino casa (23%)**, dai **piccoli negozi di quartiere (15%)**, dai **bar di fiducia (11%)** o da **ristoranti sempre diversi (10%)**. È in linea con i valori registrati durante il primo lockdown, invece, la percentuale di **acquisto online tramite siti e-commerce** delle principali catene di distribuzione ma anche dei piccoli produttori, che si attesta al 10%.

A domanda specifica poi, **il 52% degli italiani risponde di aver acquistato birra da asporto** in questi mesi. Per oltre 9 connazionali su 10, si tratta di un'azione concreta per supportare le **realità locali**, anche e soprattutto le più piccole, alle prese con una vera e propria *débâcle*. Di queste, sempre secondo le dichiarazioni degli intervistati, **il 53% ha dovuto riorganizzare la propria attività** con consegne a domicilio mentre **il 66% si limita a seguire gli orari** di chiusura indicati dai provvedimenti per l'emergenza Covid-19. **Il 5%, invece, ha purtroppo chiuso definitivamente.**

*“Ancora una volta, si conferma indissolubile il legame tra gli italiani e la birra che, non solo non rinunciano a questa bevanda da pasto ormai diventata consuetudine sulle nostre tavole, ma sono disposti a fare ciò che è loro possibile, ad esempio acquistando birra e cibo da asporto, per dare il proprio sostegno alle realtà imprenditoriali del settore in più grave difficoltà” commenta Andrea Bagnolini, Direttore Generale di AssoBirra. “In vista del Natale poi, la ricerca condotta da BVA Doxa restituisce ancora una volta l'immagine della birra quale sinonimo di convivialità. Il 60% degli italiani, infatti, considera importante regalare birra per le feste.”*

**L'IMPORTANZA DI FARE SQUADRA** – Seppur estremamente prezioso, il supporto degli italiani al mondo birra non basta ad attuire il **contraccollo pesantissimo** che l'intera filiera sta subendo a causa della crisi sanitaria in corso. Infatti, a pagarne le spesa più salata non è soltanto il canale Ho.Re.Ca. ma tutta la filiera agroalimentare, in particolare in quei settori nei quali proprio la birra gioca un ruolo di primo piano. È il caso di quello **alberghiero e termale** che, nonostante il grande impegno e gli importanti investimenti per mettere in sicurezza le strutture, ha visto comunque uno stop pressoché totale dell'attività, dovuto alle gravi limitazioni alla mobilità e alla sospensione di fiere, congressi e successivamente eventi e convegni. Seppur nessun decreto legislativo abbia mai disposto la chiusura effettiva degli alberghi.

*“A fronte del nostro grande sforzo e impegno ad offrire ai (pochi) ospiti la possibilità di un soggiorno in sicurezza nel pieno rispetto delle norme previste e di rigidi protocolli di sicurezza, abbiamo comunque registrato una perdita di fatturato che a fine anno sarà stata di oltre l'80% sui risultati 2019. Eppure sono stati disposti aiuti economici che potranno coprire meno del 10% del totale ammanco. Settori analoghi al nostro in altri paesi europei hanno già ricevuto aiuti in forma di liquidità che arrivano a colmare anche il 70% delle perdite; un vulnus che il settore rischia di portarsi sulle spalle anche nei prossimi anni quando, alla ripresa, dovrà tornare a competere sui mercati internazionali”* commenta **Barbara Maria Casillo, Direttore Generale di Confindustria Alberghi**.

E infatti: il settore stima una ripartenza graduale non prima del secondo semestre del 2021, con numeri più sostanziali e significativi in arrivo soltanto nel 2022. Per questo, emerge la necessità di **fare forte sinergia tra settori**, strettamente correlati e patrimonio inestimabile del tessuto imprenditoriale italiano.

**IL RUOLO DELLA BIRRA** – In questo contesto, la produzione birraria italiana è un'importante opportunità per far conoscere al pubblico locale e internazionale le eccellenze del territorio e le più belle e storiche destinazioni d'Italia.

*“La birra è un prodotto che, in un lasso di tempo relativamente breve, è entrato a far parte della cultura enogastronomica italiana e che per questo ha davanti a sé ancora un potenziale di crescita importante. Il fattore culturale, infatti, può spingere il settore ben oltre l'attività di produzione diventando un vero e proprio attrattore turistico. La birra diventa un ulteriore elemento che incrementa l'offerta del Food&Beverage alberghiero. Come Confindustria Alberghi, riteniamo importante sostenere e mantenere costanti le sinergie tra associazioni per promuovere e mantenere alto il livello del bello e buono del Paese”*, conclude **Casillo**.

E dello stesso parere è **AssoBirra** che, infatti, nel corso del 2020 ha tradotto in una serie di **azioni concrete** il proprio impegno a supporto dell'intera filiera birraria e non solo. Obiettivo: fare squadra e non disperdere quanto costruito negli anni da tutti quei settori oggi strategici per l'economia nazionale. In particolare la birra, la cui ricchezza generata si attesta a **quasi 10 miliardi di euro al 2019** e che occupa oltre 144.000 lavoratori lungo tutta la filiera; parliamo dello **0,53% del PIL nazionale**.

*“In questi mesi abbiamo lavorato con forza per dialogare proattivamente con Governo, Istituzioni e Associazioni di categoria con l'obiettivo di salvaguardare le centinaia di imprese del settore birra che sono un valore inestimabile del tessuto imprenditoriale del nostro Paese. In particolare, abbiamo chiesto misure concrete a supporto della filiera, quali una riduzione delle accise che gravano ingiustificatamente sulla birra e il riconoscimento di un credito d'imposta per i punti di consumo”* commenta **Andrea Bagnolini**. *“E allo stesso tempo abbiamo fatto squadra con le Associazioni di categoria che rappresentano altri settori, alla birra collegati e come noi altrettanto colpiti dall'emergenza Covid-19. Siamo convinti che soltanto un'azione congiunta di sistema potrà consentire di non disperdere l'enorme patrimonio di questo settore”*, conclude **Bagnolini**.

**Per ulteriori informazioni, contattare:**

**CONNEXIA**

Ufficio stampa AssoBirra

[Assobirra-pr@connexia.com](mailto:Assobirra-pr@connexia.com)

Tel. +39 02 8135541

***AssoBirra** dal 1907 riunisce le maggiori aziende che producono e commercializzano birra e malto in Italia che complessivamente coprono più del 90% della produzione di birra nazionale, rappresentano il 71% di birra immessa al consumo nel nostro Paese, dando lavoro direttamente e con l'indotto a circa 144.000 persone. Rappresenta la casa della birra italiana all'interno di Confindustria e riunisce oltre 40 associati tra grandi, medi e piccoli birrifici, insieme con le 2 malterie. AssoBirra svolge per il settore birrario compiti di rappresentanza istituzionale, promozionale e di sviluppo. AssoBirra è anche l'organismo incaricato di valorizzare l'immagine della birra e a questo scopo, oltre a promuovere studi e ricerche su tutti gli aspetti legati al mondo birrario, promuove anche campagne di relazioni pubbliche finalizzate alla crescita della cultura della birra e alla sensibilizzazione ad un consumo responsabile. Per ulteriori informazioni: [www.assobirra.it](http://www.assobirra.it).*