

## Comunicato stampa

# Birra, tra ripresa e incertezza

**L'Annual Report 2021 di AssoBirra fotografa un comparto birrario italiano in ripresa che rischia, però, di essere compromessa dalla sfida dei rincari di materie prime e costi energetici.**

- *Prosegue il lavoro al fianco delle istituzioni per **ridurre la fiscalità**.*
- *AssoBirra lancia una **campagna di comunicazione** per sostenere la categoria*
- *Il comparto birrario italiano impegnato verso la **transizione ecologica e la sostenibilità**.*

Roma, 7 luglio 2022 – **Il 2021 della birra in Italia si presenta come un anno di luci e ombre.** Il comparto birrario italiano, infatti, sta tornando a crescere con risultati positivi sul fronte della produzione, dei consumi e dell'export che si riavvicinano, e in alcuni casi superano, i livelli del 2019. Questa ripresa deve però fare i conti con **il peso dei rincari di materie prime e dei costi energetici** che hanno iniziato il loro percorso di aumento proprio nell'estate del 2021.

Nel 2021, AssoBirra ha lavorato al fianco delle istituzioni insieme alle altre associazioni del comparto per una **revisione al ribasso del peso fiscale** che da anni grava sulla birra. L'ultima Legge di Bilancio ha stabilito per il 2022 una riduzione di 5 centesimi unitamente a sconti progressivi di aliquota per i birrifici artigianali con produzione annua fino a 60mila ettolitri. AssoBirra ritiene che, ancora di più in un momento di crisi economica come quello attuale, non solo si debba stabilizzare la misura approvata in Legge di Bilancio, ma **proseguire con una ulteriore riduzione strutturale** delle aliquote delle accise sulla birra.

La presentazione dell'Annual Report AssoBirra è momento di bilanci, ma anche di impegni futuri.

**AssoBirra lancia una campagna di categoria, la prima dopo il 2015**, che verrà declinata su diversi canali, per promuovere la birra nella socialità degli italiani e sempre nel 2022 AssoBirra conferma e assume nuovi impegni e iniziative per supportare il comparto verso la **transizione ecologica**.

Sono questi, in sintesi, **le principali evidenze dell'Annual Report 2021** di AssoBirra e **i punti di discussione** emersi durante la conferenza stampa organizzata a Roma dall'Associazione più rappresentativa del comparto birrario italiano per presentare il volume.

**LE CIFRE E LE SFIDE DEL COMPARTO** – La **produzione** di birra nel 2021 ha raggiunto quota **17,6 milioni di ettolitri**, superando - anche grazie alle esportazioni - i livelli raggiunti nel 2019 (17,3 milioni di ettolitri) e quelli del 2020 (15,8 milioni di ettolitri). I **consumi** toccano i **20,8 milioni di ettolitri** non ancora a livelli 2019, ma superiori alle cifre del 2020 (18,9 milioni di ettolitri). Anche l'**export** ha ripreso quota, con volumi pari a **3,8 milioni di ettolitri**, superiori a quelli del 2019 (3,5 milioni) e del 2020 (3,3 milioni) con la **conferma del gradimento della birra Made in Italy in Paesi a forte tradizione birraria**, come il Regno Unito che accoglie il 46,9% delle birre esportate, gli Stati Uniti (8,6%) e l'Australia (6,4%), un attestato al merito per i livelli di eccellenza raggiunti dalla produzione nostrana. Si segnala, poi, un calo dell'**import** rispetto al periodo pre pandemico, con 7 milioni di ettolitri nel 2021 verso i 7,4 milioni del 2019.

Anche nell'anno in corso la birra in Italia sta riuscendo a mettere a segno risultati positivi, soprattutto in termini di volumi. Tuttavia, gli ingenti **rincari di materie prime e utility rischiano di compromettere la ripresa del comparto** birrario, faticosamente conquistata dopo la pandemia. Nel 2020 il settore ha già perso 1,4 miliardi di euro di valore condiviso, che equivalgono a 15 mila posti di lavoro, e nel 2021 ha sofferto ulteriori mesi di chiusure dettate dall'emergenza sanitaria. Per far fronte agli impatti della pandemia, il comparto birrario ha già ridotto costi, implementato ottimizzazioni e realizzato investimenti mirati e quindi **non è più in grado di assorbire ulteriori**

**umenti.** Scongiorare ulteriori contraccolpi è strategico per mantenere la competitività del comparto e i livelli di valore generato.

Come racconta **Alfredo Pratolongo, Presidente di AssoBirra**: *“La fotografia del 2021 della birra in Italia può essere vista come un bicchiere mezzo pieno che racchiude fatti, opinioni e numeri di un comparto che può ma soprattutto vuole crescere nonostante la complessità e l’incertezza. Anche nel 2022, il mercato sembra in ripresa sul fronte dei volumi. La realtà effettiva, però, è un po’ più complessa. L’attuale tempesta dei costi non sembra essere episodica e può generare effetti inflattivi, perdite di competitività, compromettere la ripresa e fermare gli investimenti da parte dei birrifici, nella distribuzione e nei canali di vendita, cioè lungo tutta la filiera brassicola. In ambito agricolo, da tempo il comparto birrario sta investendo per aumentare la quota di orzo prodotto in Italia con l’obiettivo di portarla dall’attuale 40% al 60%. Tuttavia, è un percorso che richiede tempo e che rischia di venire rallentato dalla situazione attuale”.*

**LA RIDUZIONE DELLA FISCALITÀ** – Per AssoBirra, è dunque urgente **prendere decisioni** che consentano alle aziende birrarie, alle malterie e ai punti di consumo continuare o riprendere un ciclo di investimenti sul proprio business e dunque a generare valore sostenibile. L’obiettivo è far tornare a crescere e preservare il significativo valore condiviso generato dalla birra in Italia che nel 2019, prima della pandemia, ammontava a 9,5 miliardi di euro l’anno e dava lavoro a 108 mila famiglie, contribuendo alle casse dello Stato per 4,5 miliardi di euro l’anno.

**La birra è l’unica bevanda da pasto gravata da accise** ed è prioritario un intervento entro l’anno perché le riduzioni accordate nell’ultima Legge di Bilancio termineranno il 31 dicembre 2022, e quindi le accise subiranno un aumento dal 2023. Per questo, AssoBirra auspica che Governo e Parlamento **proseguano il percorso di riduzione della pressione fiscale**, perché un’azione in tal senso permetterebbe di dare impulso e sviluppo a un settore dinamico, ad alto tasso di occupazione giovanile qualificata, per lo più composto di eccellenze imprenditoriali: grandi, medi e piccoli birrifici, dal campo alla tavola, dalle materie prime al settore alberghiero e della ristorazione, fino alla distribuzione.

**LA CAMPAGNA DI CATEGORIA** - In occasione della conferenza stampa, AssoBirra ha lanciato anche la nuova campagna creativa, sviluppata su diversi touch-point di comunicazione per supportare la categoria, raccontando diverse occasioni di consumo e ponendo la birra al centro di diversi momenti di socialità delle persone. Il pay-off: **“Birra, il gusto che sta bene con tutto”** presenta **la birra come la bevanda da pasto per eccellenza dal gusto inconfondibile che esalta, non solo i sapori ma anche i momenti della vita**, da vivere in compagnia.

*“Non ci sono molte altre bevande che possono dire “sta bene con tutto”, la birra ha un gusto che non prevarica alcun sapore ma il riferimento va oltre la cucina, e richiama il piacere di stare insieme delle persone. Siamo felici di presentare questa campagna in questo momento storico, a rimarcare la volontà di crescere nonostante l’incertezza, e che rientra in una più ampia strategia associativa che fra gli obiettivi ha anche quello di migliorare la cultura della birra in Italia. Con questa campagna di categoria vogliamo raccontare le birre da prospettive diverse e sottolineare la voglia di gratificazione, di nuove esperienze e di momenti di consumo, all’insegna della socialità, a casa e fuori casa. Gli italiani hanno coltivato una grande attenzione al benessere e a uno stile di vita bilanciato e questo negli ultimi 20 anni ha permesso alla birra di diventare la birra una bevanda naturale da pasto in Italia”* commenta **Alfredo Pratolongo, Presidente di AssoBirra**.

**TRANSIZIONE ECOLOGICA** – In AssoBirra la sostenibilità è una priorità per tutti gli associati, e oggi a maggior ragione è una sfida che si inserisce in un contesto critico e che richiede soluzioni che consentano al comparto di progredire verso una **transizione ecologica sostenibile** sia dal punto di vista aziendale che ambientale.

*“La transizione ecologica è un pilastro fondamentale della strategia associativa, un terreno sul quale confrontarsi apertamente con tutti i player di settore. AssoBirra pone un focus inequivocabile sull’esigenza di far progredire il comparto verso la transizione ecologica ed energetica richiesta non*

*solo dalla società civile ma, ora, anche dalla congiuntura di mercato. Tematiche che fino a ieri erano per lo più affidate ad azioni di singoli oggi necessitano di un approccio collettivo e collegiale” racconta **Federico Sannella, Vice Presidente di AssoBirra.***

Molteplici le aree su cui intervenire: dalla **riduzione della CO2**, alla **razionalizzazione dei consumi idrici** e **l’ottimizzazione della riduzione degli scarti**, passando per il **packaging**. Su quest’ultimo, trovare rapide e congrue soluzioni è imperativo ma tutt’altro che semplice per via degli aumenti dei costi di materie prime ed energia. Il focus è anche sugli interventi sul fronte della produzione agricola, della logistica, della distribuzione e del rapporto con i fornitori.

*“Buone notizie arrivano dal rapporto di collaborazione con la filiera agricola: la produzione di materie prime italiane è in ottima salute e si sta sviluppando un’importante filiera del luppolo. Queste evoluzioni sono cruciali poiché un’agricoltura sostenibile, controllata e d’alta qualità non può che giovare a un comparto che ha proprio nei campi la sua origine e il suo elemento primario di qualità, naturalità e certificazione” continua **Sannella.***

La birra è una bevanda con un forte legame con il territorio e la sua cultura. Birra significa turismo enogastronomico, presidi locali e materie prime e gioca un ruolo di primo piano per lo sviluppo del Made in Italy. Un’attenzione che l’Associazione fa propria anche attraverso l’applicazione di una policy condivisa, sulla promozione di un consumo moderato, consapevole, responsabile che vede oggi la progressiva introduzione di birre a low e no alcol - dalle proprietà organolettiche e dal gusto eccellenti.

\*\*\*

#### **Materiali utili:**

La versione integrale dell’Annual Report 2021 di AssoBirra è disponibile per il download qui:

[https://www.assobirra.it/pdf/AssoBirra\\_AnnualReport2021\\_luglio22.pdf](https://www.assobirra.it/pdf/AssoBirra_AnnualReport2021_luglio22.pdf)

Il video della campagna di AssoBirra “Birra. Il gusto che sta bene con tutto” è disponibile cliccando qui:

<https://www.assobirra.it/assobirra-lancia-la-campagna-birra-il-gusto-che-sta-bene-con-tutto/>

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 92% 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).