



Comunicato stampa Annual Report 2023 di AssoBirra

Il 2023 della birra in Italia: aumento costi, accise e inflazione generano volumi in contrazione di oltre il 5%

- *Nel 2023 il segmento brassicolo italiano ha fronteggiato le complessità derivanti da inflazione e riduzione del potere di acquisto degli italiani, registrando una contrazione di mercato in termini di produzione, import, export e consumi.*
- *La produzione di birra in Italia conferma una tendenza comunque in crescita rispetto ai dati pre-pandemici, ma il comparto necessita di un sostegno concreto per tornare a crescere.*
- *Per rafforzare la competitività del settore, AssoBirra continua a dialogare con le istituzioni per ridurre il carico fiscale eccessivo sulla categoria e incentivare gli investimenti.*
- *Il settore birrario italiano avanza nel percorso verso la transizione ecologica e la sostenibilità.*

Roma, 13 giugno 2024 – Un anno di sfide e complessità, ma anche di resilienza e capacità di adattamento. Si può riassumere così **il 2023 della birra in Italia**: dodici mesi che - nonostante l'evidente contrazione di mercato - hanno confermato la **solidità del comparto birrario italiano**, capace di mantenere viva la propria capacità di reinventarsi con innovazione e investimenti ma che, oggi, ha bisogno di un **sostegno concreto** da parte delle istituzioni per tornare a crescere.

A fotografare lo stato di salute del segmento brassicolo è l'**Annual Report 2023 di AssoBirra**, l'Associazione più rappresentativa del settore birrario in Italia, che oggi ha presentato la nuova edizione a Roma, alla presenza del **Ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso**.

“Quello della birra è un settore del Made in Italy che si è sviluppato soprattutto negli ultimi 20 anni. Un comparto che sta investendo molto in innovazione del prodotto e che oggi affianca sempre più, e completa, l'offerta delle bevande che già realizziamo nel nostro Paese. A tal riguardo, penso sia importante ricordare quello che abbiamo fatto per le produzioni italiane, e ormai la birra è una di queste, con la legge quadro sul Made in Italy che sta dispiegando i suoi effetti sul tessuto artigianale e industriale” è quanto affermato il **Ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso**.

*“Anche il settore brassicolo - **continua Urso** - potrà oltretutto rafforzarsi e innovarsi ulteriormente beneficiando del piano transizione 5.0 che coniuga per la prima volta in Europa transizione digitale, energetica e ambientale, con oltre 13 miliardi di crediti fiscali utilizzabili dalle imprese nel biennio 2023-24. Sarà importante poi sviluppare le competenze idonee: a tal fine, il provvedimento prevede che il 10% delle risorse possono essere utilizzate per la formazione del personale. Sarà il piano più avanzato in Europa per rendere più competitive le imprese italiane”*.

Molte le evidenze emerse durante la conferenza. Nel 2023 si registra una **flessione di produzione** (-5,02%), **consumi** (-5,85%), **export** (-5,36%) e **import** (-7,5%) di birra, chiari segnali di un settore che ha sofferto lungo tutto l'asse della filiera produttiva, agricola e della distribuzione fino ai punti di consumo e vendita.

Nei primi mesi del 2024 il trend di decrescita sembrerebbe essersi fermato e, qualora la stagione estiva dovesse segnare una ripresa, le prospettive di lungo periodo tornerebbero positive, perché supportate dalla **crescita della cultura birraria** e dalla solida reputazione del prodotto brassicolo italiano, come testimoniato dalle ricerche e dai mercati.



AssoBirra dialoga **attivamente con le istituzioni e collabora con le altre associazioni di comparto** in una continua opera di sensibilizzazione e consapevolezza dei trend e dei fattori che impattano sulla possibilità di tornare a crescere, quali il **cambiamento climatico**, con i conseguenti rincari e la difficile reperibilità di alcune materie prime, l'aumentato costo dell'energia e, ultimo ma non per importanza, la spinta inflattiva di tutti i prodotti, incluso il largo consumo. Questi fattori hanno generato una **riduzione del potere di acquisto** generalizzata, particolarmente sentita dal settore birrario a causa del peso aggiuntivo – rispetto alle altre bevande da pasto - delle accise. Questo tipo di tassazione rientra infatti nella costruzione del prezzo della birra sullo scaffale, nei bar, nei ristoranti e nelle pizzerie: un fattore che concorre quindi alla contrazione di mercato, togliendo risorse alle imprese nella filiera e agevolando di conseguenza le importazioni di birra da alcuni mercati a basso carico fiscale.

Il sostegno richiesto da AssoBirra è, in primis, un percorso di riduzione strutturale delle accise a cui la birra è soggetta, per poter confermare gli investimenti, e così stimolare la ripresa del mercato, generando ricchezza per il nostro Paese. L'obiettivo è ottenere una politica fiscale più equa, che possa consentire agli attori del settore di fare innovazione, proseguire i piani di sostenibilità e l'utilizzo di tecnologie avanzate, essenziali per la crescita organica, sostenibile e di lungo periodo del comparto birrario. Pertanto, è cruciale affrontare questa problematica evidenziando come le accise influiscano negativamente sia sulla capacità di investimento delle aziende che sulla competitività del settore.

Il settore brassicolo ricopre un ruolo centrale per l'economia italiana, capace di creare **valore e indotto economico e posti di lavoro**: il comparto occupa, infatti, oltre **100 mila operatori** in **oltre 1.000 aziende** (1.012 realtà del settore tra birrifici, microbirrifici e malterie), crea un valore condiviso di **10,2 miliardi di euro** (equivalente allo 0,54% del PIL) e, soprattutto, – unica fra le bevande da pasto - versa all'Erario oltre 700 milioni in accise annue che si sommano alla contribuzione fiscale ordinaria.

BIRRA IN CIFRE – Secondo i dati di AssoBirra, nel 2023 la **produzione** di birra in Italia ha raggiunto 17,4 milioni di ettolitri, registrando una contrazione del 5,02% rispetto ai 18,3 milioni di ettolitri del 2022, ma superando i livelli pre-pandemici del 2019 (17,3 milioni di ettolitri) e quasi eguagliando il 2021 (17,8 milioni di ettolitri). I **consumi**, seppur in calo rispetto al record del 2022 (22,5 milioni di ettolitri), si sono attestati a 21,2 milioni di ettolitri nel 2023, facendo segnare un decremento del 5,85% ma mantenendo una quota che supera il massimo storico di consumo registrato fino all'anno scorso (21,2 milioni di ettolitri nel 2019) e che supera quella del 2021, delineando una crescita di oltre 20 punti percentuali (20,9%) rispetto a dieci anni fa (17,5 milioni di ettolitri nel 2013). **L'import** di birra ha registrato allo stesso modo una flessione del 7,55% rispetto all'anno precedente, pari a 600 mila ettolitri, con 7,4 milioni di hl a fronte dei circa 8 milioni del 2022. La Germania – che gode di una tassazione 4 volte inferiore a quella italiana - rimane il principale Paese di origine dell'import, con il 41,7% del totale delle importazioni, seguita da Belgio (con una quota del 20,7%), Paesi Bassi (9,8%) e Polonia (9,4%). Tra i paesi non comunitari, che assommano un dato globale del 2,2% dell'import, il maggior esportatore verso il nostro Paese è il Regno Unito, con quasi 95 mila ettolitri su circa 135 mila del totale non-UE. Anche **l'export** mostra un aggregato inferiore a quello del 2022 (3,6 milioni di hl nel 2023, con un -5,36% rispetto ai 3,8 dell'anno precedente). La **distribuzione dell'export** vede un calo della quota verso il Regno Unito (44,1% vs il 48,2% del 2022, pari a -250 mila ettolitri nel 2022), ma un aumento delle esportazioni verso Albania e soprattutto Francia, con un dato in crescita del 57%. Tra i **canali distributivi e di consumo riemerge il fuori casa**, che nel 2023 registra un +1,8% rispetto all'anno precedente - di fatto mantenendo gli stessi volumi, con consumi complessivi leggermente inferiori agli 8 milioni di ettolitri – bilanciando in parte l'ampia **flessione di consumo domestico** del canale **GDO**, che hanno dovuto fare i conti con una forte elasticità della domanda e della riduzione del potere d'acquisto.

LE SFIDE DEL COMPARTO – In virtù del contesto attuale, AssoBirra ritiene fondamentale **prendere decisioni certe e positive sul versante fiscale**, che consentano alle aziende della filiera birraria di tornare a dedicare risorse economiche, generare una crescita sostenibile nel tempo e **competere sui mercati internazionali**, oggi meno rallentati da tassazione e burocrazia e dunque



più liberi di investire. Le marginalità sono strutturalmente sotto pressione lungo tutta la catena del valore: agricoltura, trasformazione, produzione, logistica, trasporti, grande distribuzione e ristorazione hanno bisogno di tornare ad **investire sul proprio business**, per generare ricchezza per il Paese.

Alfredo Pratolongo, Presidente di AssoBirra, dichiara: *"Il 2023 è stato un anno particolarmente difficile per il settore birrario. Dopo un decennio di crescita, la crisi innescata dalla contingenza pandemica e la ripresa nel 2022, i consumi si sono ridotti quest'anno di quasi sei punti percentuali. Per il futuro rimango positivo perché la birra in Italia è ormai diventata una bevanda da pasto, identificata con la convivialità informale, apprezzata per le sue caratteristiche di leggerezza, versatilità, naturalezza e basso contenuto alcolemico, oppure analcolica. Quest'ultimo, non è un fattore da sottovalutare, perché a monte delle libere scelte di consumo - a tavola e non - la birra è una scelta di piacere che consente di consumare quantità certe e moderate o nulle e, al contempo, di godere di un gusto rinfrescante e definito, frizzante e piacevolmente amaro, che valorizza per contrasto o assonanza i più diversi piatti e ingredienti e l'eterogenea ricchezza di sapori del patrimonio culinario italiano"*.

"Essere parte del menù degli italiani è un fattore strutturale e autorizza dunque a un cauto ottimismo per il futuro, ma è altresì indispensabile non perdere il focus sugli impegni che ci attendono nei mesi a venire, la necessità di procedure più semplici e snelle di accesso ai fondi nazionali e comunitari, l'aggiornamento di alcuni articoli della legge della birra e, auspichiamo, un alleggerimento della pressione fiscale specifica." Prosegue il **Presidente Pratolongo**. *"Le accise in particolare - anacronistiche per una bevanda da pasto e incongrue, perché la birra è l'unica su cui gravano - risultano tanto più afflittive poiché penalizzano le aziende italiane rispetto a quelle che lavorano in Paesi, per così dire, maggiormente beer friendly in termini di tassazione, nei confronti dei quali esiste di fatto una sorta di spread che penalizza le aziende italiane che ivi esportano birra. E, specularmente, favoriscono il business delle loro aziende nazionali, stimolandone la competitività e quindi anche l'esportazione di birre in Italia perché, pagando molte meno accise in patria, hanno margini più alti e possono quindi essere più competitive con la birra che esportano da noi."*

Un contesto complesso, dunque, **nel quale il segmento brassicolo non smette di innovare e di diversificare la propria offerta**, mostrandosi propositivo e confermando non solo il suo valore economico, ma anche il suo **impatto culturale positivo** sulla società italiana. La cultura birraria in Italia, infatti, continua ad adattarsi e a migliorare, sposando sempre più una tendenza al consumo moderato e responsabile, e continuando a rispondere ai continui cambiamenti e alle nuove tendenze del mercato.

"Nonostante le contingenze sfavorevoli e gli attuali fattori di frenata, che rischiano di rallentare o limitare un ulteriore sviluppo del settore birrario, siamo convinti che la birra abbia le caratteristiche per tornare a crescere in futuro" conclude il **Presidente Alfredo Pratolongo**. *"La capacità di innovare degli imprenditori, sia a livello di prodotto che nelle strategie di sostenibilità, ci permette di rispondere alle esigenze dei consumatori, attuali e prospettive, e di fare leva su alcuni macro-trend del mercato italiano: localismo, salubrità e leggerezza, che consentono di far apprezzare ai consumatori la grande varietà e qualità dell'offerta brassicola in Italia. Le aziende hanno investito in tecnologie avanzate e pratiche sostenibili, valorizzando i territori e il patrimonio culturale del nostro Paese, portando la birra ad essere oggi una bevanda da pasto integrata nelle abitudini degli italiani e un'icona della convivialità, nonché un prodotto democratico e accessibile, sia per il gusto che per il basso tenore alcolico, con una qualità davvero eccellente"*.

SOSTENIBILITÀ, TRANSIZIONE ECOLOGICA E INNOVAZIONE – Sostenibilità e transizione ecologica rimangono una priorità per AssoBirra, che incentiva pratiche produttive sostenibili e l'uso di tecnologie avanzate, promuovendo la gestione delle risorse idriche e la riduzione dell'impatto ambientale come obiettivi fondamentali per il settore.

Federico Sannella, Vice Presidente di AssoBirra con delega a Transizione Ecologica e Sostenibilità, commenta: *"Il processo di transizione ecologica attiene anche al primario, a quel*



settore agricolo che da tempo si impegna nell'ambito della ricerca nel campo delle materie prime e di un più sostenibile uso del territorio. Innovazione tecnologica e sviluppo, tuttavia, si nutrono soprattutto di investimenti economici, ed è qui che il ruolo del comparto di trasformazione è strategico, centrale, imprescindibile. In tempi ove i costi dell'energia incidono a tal punto, il cammino verso la neutralità carbonica necessita di un cambio di strategia, un'azione non più solo individuale, bensì sistemica, del comparto industriale nella sua interezza. Non perdiamo di vista come il riuso, e in generale ogni trasformazione, imponga forti investimenti. È una materia al momento assai fluida, ed è cruciale rimanere vigili e pronti a cogliere ogni opportunità. Le soluzioni ad hoc potrebbero stare in un punto di congiunzione tra i due sistemi. Ed è qui che si inserisce il lavoro tecnico che portiamo avanti in AssoBirra, mirato a individuare da un lato la strategia più performante e sostenibile, sia a livello macro che associativo, dall'altro, in quanto guida del segmento, ad identificare modelli compatibili con le necessità delle singole imprese”.

Per AssoBirra la sostenibilità non è solo economica e ambientale, ma anche **sociale**. La categoria è infatti impegnata a promuovere comportamenti in linea con uno stile di **consumo responsabile** delle bevande alcoliche, ad esempio con investimenti in prodotti a zero o bassa gradazione alcolica, o ancora in materia di **diversità, equità e inclusione**. In linea con un consumo italiano votato alla moderazione, **i consumi di birra low e no alcol nel 2023 hanno rappresentato l'1,86% del totale**.

“Se vogliamo che il segmento divenga strategico per l'alimentare italiano, se puntiamo a una crescita concreta e misurabile occorre investire su una serie di elementi: sui marchi, sulla sostenibilità degli impianti, sull'efficienza, sulla produttività, sulla ricerca e l'impiego di competenze altamente qualificate e, infine, sui talenti ad alto valore aggiunto, da trattenere e valorizzare. La trasformazione ambientale non può prescindere da quella digitale e già da tempo AssoBirra è impegnata sui temi della DEI (Diversity, Equity and Inclusion), ma non è solo un problema del comparto. L'accesso delle donne al mondo della produzione a tutti i livelli, ai settori digitali, alle tecnologie avanzate, all'intelligenza artificiale, è ancora troppo limitato ed è una tendenza che va invertita, adesso senza ulteriori indugi. Di tutti gli investimenti possibili, quello sul capitale umano è il più urgente e promettente”, conclude Sannella.

Materiali utili:

La versione integrale dell'Annual Report 2023 di AssoBirra è disponibile per il download al link a seguire:
<https://www.assobirra.it/wp-content/uploads/2024/06/AnnualReport-2023.pdf>

Per ulteriori informazioni, contattare:

CONNEXIA

Ufficio stampa AssoBirra

assobirra-pr@connexia.retex.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 72% di birra immessa al consumo nel nostro Paese, dando lavoro direttamente e con l'indotto a circa 103.000 persone. Rappresenta la casa della birra italiana all'interno di Confindustria, riunendo oltre 40 associati tra grandi, medi e piccoli birrifici, insieme con le 2 malterie e ad una rete di produttori di luppolo. 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.