



BIRRA

Stazionario il trend dei consumi, mentre continua la scalata alle case produttrici italiane: una sola è ancora «nazionale»

È «genuina», piace ai giovani e... all'industria straniera

La birra gode di una immagine di genuinità e salubrità. I giovani italiani ne apprezzano la freschezza e il basso tenore alcolico. A partire dagli anni Settanta ha avuto in Italia una veloce ascesa fino ad attestarsi su un consumo annuo pro capite di 23,24 litri. Le prospettive immediate parlano di mercato stazionario ma non per le case produttrici: una sola è ancora totalmente nazionale.

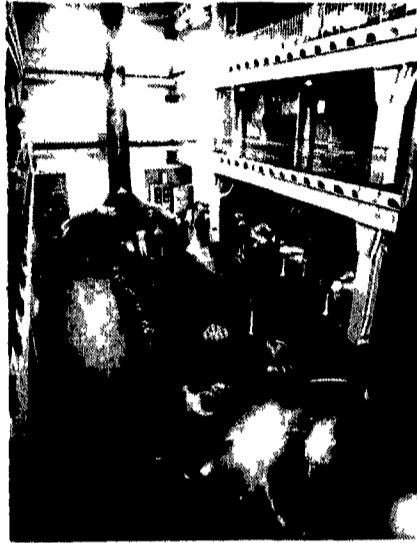
no seguito un trend ascendente, almeno fino agli ultimi tre anni in cui si è attestato intorno ai ventitré ventiquattro litri pro capite.

PATRIZIA ROMAGNOLI

Non è troppo alcolica. Toglie la sete. È allegria. È naturale. Il consumatore odierno ha voluto in positivo caratteristiche che per lungo tempo hanno impedito l'affermazione della birra in Italia. Una volta infatti di una bevanda alcolica si apprezzava di più la «forza». Oggi invece se si escludono le «speciali» i tre o quattro gradi alcolici di media suonano come una garanzia di salubrità. Inoltre il fatto che la bevanda non consente molte possibilità di adulterazione aumenta l'apprezzamento del consumatore che spesso ha la sensazione di essere perseguitato dalle sofisticazioni alimentari.

Sempre in tema di genuinità secondo recenti ricerche condotte dalle aziende produttrici pare che il passaggio da un modo di produzione artigianale a uno industriale non sia stato avvertito. Sembrava infatti implicita l'idea che la birra sia sempre stata prodotta nello stesso modo e che le innovazioni tecnologiche non abbiano inciso sulla qualità del prodotto.

Gia le occasioni il limite attuale al consumo di birra consiste proprio nella stagionalità. L'oscillazione dei consumi anche marcata tra le stagioni e l'inverno è un «gap» che non è facile colmare in tempi brevi. La birra «per tutti i giorni» è comunque un «biondo» a bassa gradazione alcolica non troppo costosa. Se questo carattere corrisponde a una grossa percentuale di consumatori non vanno trascurati altri «argomenti». Per chi è meno sensibile al discorso «tradizione» per esempio l'imagine punta al tema della «socialità» offrire una birra a una ragazza appena conosciuta è come offrire amicizia «onestà». Tutta la serie delle «cure» «ale» «stout» «vert» e i propri birre da «meditazione» sono invece più invendibili. Adatte a un pubblico più sofisticato a serate tra amici perché bene senza questo eccedere nell'alcol. Insomma l'offerta dei produttori cerca di tenere dietro alla differenziazione delle gusti e tutte le operazioni di marketing hanno fatto sì che da qualche tempo il divario tra produzione nazionale e produzione del nord Europa si restringesse progressivamente.



«Cipolloni» di fermentazione in una moderna industria birraria.

Non avendo una «cultura» birraria, ci fidiamo di più del marchio estero. Non importa se poi è prodotto in Italia su licenza.

Il bevitore medio? Esterofilo

IL MERCATO DELLA BIRRA IN ITALIA							
Azienda/Gruppo	Produzione	Produzione	Differenza	Produzione	Produzione	Differenza	Quote di mercato %
	gen/mar 1988	gen/mar 1989	%	12 mesi 31/3/88	12 mesi 31/3/89	%	1988 1989
GRUPPO PERONI	1.263.152	1.005.627	- 20,4	4.765.588	4.262.154	- 10,6	41,9 39,8
GRUPPO HEINEKEN	957.428	757.542	- 20,9	3.323.122	3.270.627	- 1,6	29,3 30,5
GRUPPO PORETTI	243.593	254.380	+ 4,4	935.895	886.651	- 5,3	8,2 8,3
WUNSTER	173.666	173.985	+ 0,2	688.525	692.920	+ 0,6	6,1 6,5
FORST	156.109	133.278	- 14,6	718.148	654.159	- 8,9	6,3 6,0
MORETTI	88.818	85.141	- 4,1	410.759	425.206	+ 3,5	3,6 4,0
PRINZ	110.544	25.093	- 77,3	449.194	398.053	- 11,4	4,0 3,7
CASTELBERG	11.700	23.400	+ 100,0	11.700	71.700	+ 512,8	0,1 0,7
O.G. MENABREA	10.743	12.746	+ 18,6	55.067	44.941	- 18,4	0,5 0,4
TOT PROD ITALIA	3.015.753	2.471.142	- 18,1	11.357.998	10.706.412	- 5,7	100,0 100,0



MANUELA CAGIANO
Peroni, Dreher, Poretti, Moretti, Forst. Sono le maggiori case produttrici di birra in Italia. Anche se definite «italiane» è un po' azzardato in tutte e lo zampino o meglio la cosiddetta quota di partecipazione di qualche multinazionale. L'unica finora, ad essere rimasta completamente «indigena» è la Forst. Ma reggere il confronto per la ditta di Merano non è cosa facile, anche perché si paventa non problemi di successione. La tradizione che per i Forst si tramanda di padre in figlio sta correndo seri pericoli di spezzarsi. E nuovi acquirenti stranieri sono già pronti a rilevare il pacchetto azionario.

ma in tutta Europa i motivi? Trarre economie vantaggiose concentrare la produzione e arricchire i prodotti con marchi di prestigio. Il tutto si tratta ovviamente in maggior guadagno.
Muoversi a fianco dei grandi di colossi stranieri è come camminare su un terreno minato anche perché vendere birra in Italia ancora e sempre di più fedele al vino non è semplice. I consumi nel primo semestre del 1989 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente hanno fatto registrare un calo del 5,1. Un italiano beve in media 24 litri di birra all'anno contro i 50 dei francesi e 65 degli spagnoli e i 100 dei superalcolizzati tedeschi. Questo confronto spiega ulteriormente la scelta delle multinazionali in Italia rispetto ad altri Paesi europei: esiste ancora un ampio margine di crescita. Secondo i produttori è ormai ora di escogitare qualche espediente per incentivare i consumi.
«La considerazione di fondo da fare», spiega Massimo von Wünster dell'omonima azienda, «è che nel nostro Paese non esiste una cultura della birra. La bevanda per eccellenza rimane il vino. Ed è difficile stradicare abitudini consolidate nei secoli. Ecco perché acquistare una consuetudine è un ruolo rilevante nel panorama birrario internazionale è quasi impossibile. Di conseguenza anche eventuali strategie lasciano il tempo che

trovano. La maggior parte della birra prodotta in Italia prende la via del mercato estero dove la concorrenza è davvero tremenda». Molti bevitori italiani inoltre preferiscono le marche straniere che chissà perché danno più garanzie di freschezza e genuinità. In realtà molte di queste sono prodotte su licenza in fabbriche italiane. È il caso ad esempio della Tuborg della Heineken e della Kronenbourg. La loro percentuale di consumi «fiora il 10% ed è decisamente superiore alle nazionali definite «speciali» come la Nastro Azzurro e la Bock che sono a quota 6%. La fetta più rilevante del mercato spetta con un 69-70% alle nazionali che hanno un costo deciso

Luoghi comuni da sfatare. Proprietà da rivalutare.

I piccoli segreti benefici di luppolo e malto

Non è vero che la birra fa latte. Il luogo comune sentito spesso e volentieri dalle neo-mamme è totalmente falso. Così come la convinzione che faccia ingrassare. Sono altre le proprietà della birra che andrebbero correttamente riconsiderate perché utili all'organismo. Per esempio, ha funzione diuretica, antistress e digestiva. Purché, ovviamente non si ecceda nei consumi.



Birra e sai quel che bevvi? Lo spot di qualche anno fa era categorico. Ma in realtà in quanti sanno veramente che cosa bevono quando sorseggiano un boccale di birra? Sicuramente in pochi visto che i luoghi comuni attorno alla bionda bevanda e alle sue proprietà più o meno salutari si sprecano. Cento grammi (o millilitri) di birra contengono il 3,4% di alcool, il 4,6% di malto, il 93% di acqua e lo 0,35% di anidride carbonica. Nell'esigua parte di malto sono presenti gli zuccheri, i protidi, i minerali, le vitamine B1, B2, B5 e B6. Data la loro bassa percentuale gli zuccheri non rappresentano certo un pericolo per i bevitori di birra. Bisogna invece tener d'occhio la gradazione alcolica. Come si sa l'alcool per il suo contenuto calorico tende a fare ingrassare. Inoltre un consumo smodato porta a conseguenze deleterie soprattutto per il fegato. Ottimale sarebbe non superare il 10% dell'assunzione calorica globale richiesta dall'organismo. Se ad esempio un individuo necessita di 2000 calorie giornaliere non dovrebbe bere più di 200 ml di birra. Anche se il nostro fisico riesce a tollerare fino a 700 al giorno non eccedere è una buona regola in particolare modo per chi ha problemi con la bilancia o presenta patologie particolari come obesità, diabete, alle riioni cardiache.
La birra si ottiene dalla fermentazione alcolica dei mosti preparati con malto di orzo torrefatto e acqua aromatizzata con luppolo. Il colore che varia dal bianco pallido al bruno deriva dall'orzo utilizzato e dalle modalità del suo essiccamento. Invece il sapore dolce o amaro dipende dalla qualità del luppolo. Se la birra è di buona qualità in cui malto e bicchiere si forma una schiuma densa e persistente. In genere su ogni bottiglia o lattina è riportato il grado sac-

civitelli import

importazione e distribuzione birre estere

LA CHOULETTE Duvel

Settimo Milanese (Milano) - Via Keplero, 21 - Tel. (02) 32.87.800