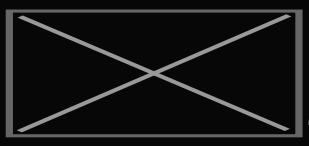
# 2019: all’insegna di birre premium e specialty

birra-2019-insegna-premium-specialty-2-44404617

“La birra nel fuori casa? Senza dubbio una delle merceologie più importanti, sia in termini  di volumi, sia di valore, e capace di garantire ampi margini tanto ai grossisti, quanto ai punti di consumo”. Parola di Mario Carbone Client Service Account Director di IRI. “In linea di massima – prosegue Carbone con la sua riflessione – le performances della categoria sono molto simili su entrambi i canali: moderno e tradizionale. O almeno lo sono state fino ad adesso. Inevitabilmente lo stop forzato alle attività dei pubblici esercizi, sta sovvertendo questi equilibri, a vantaggio dei consumi domestici.”

**Come si è caratterizzato l’andamento negli ultimi anni?**
Fino al 2019, la categoria birra, ha dimostrato una spiccata dinamicità, attribuibile al mix di offerta composto da speciali, premium, artigianali e radler. Una proposta variegata che ha stimolato i consumi. Poi lo stop: il comparto ha tirato il fiato, attestandosi su volumi pressoché stabili.

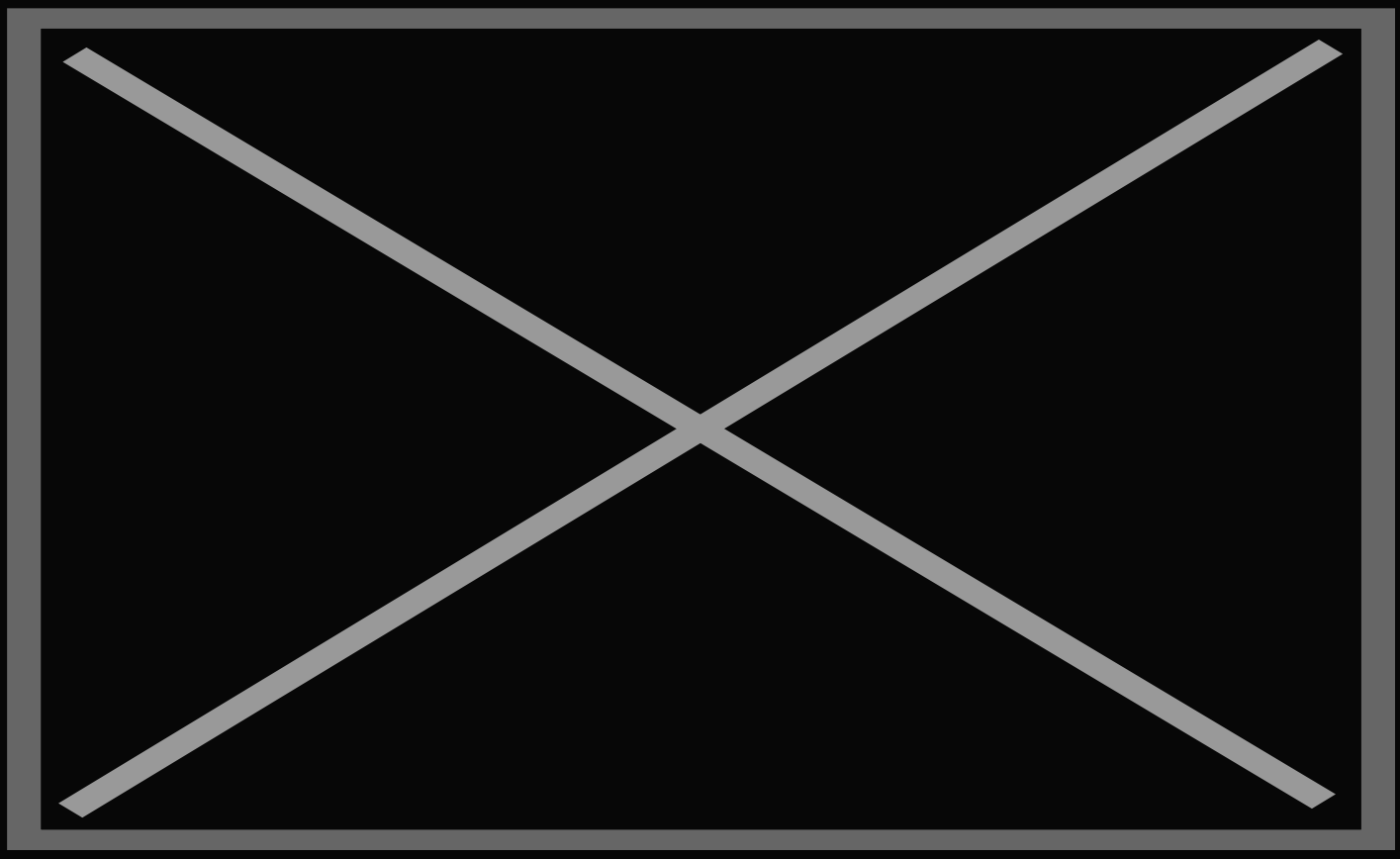
**oltre 1,3mln**

**COMPARTO BIRRA**
È di 1.329.564.928 euro il totale a valore del mercato della birra nel 2019



**Cosa ne ha rallentato l’andamento?**
Essenzialmente fattori metereologici: nel 2019 i mesi di maggio e giugno sono stati piuttosto freddi, l’estate è arrivata in ritardo e non ha concesso di recuperare del tutto i consumi persi. Una caratterizzazione climatica, che di fatto ha penalizzato in generale il sell out dei grossisti.

**Parlando di tipologie, il 2019 è stato l’anno di…?**
Premium e specialty da una parte, saving dall’altra. E parlando di saving, faccio riferimento ai fusti di importazione, più economici. Penalizzate, invece, le standard, rappresentate dai marchi industriali classici. Come si nota chiaramente, dunque, assistiamo a una netta polarizzazione tesa a premiare da una parte il fattore prezzo, dall’altra la qualità e la differenziazione. I gestori horeca, infatti, puntano sempre di più a proporsi “altro” rispetto al canale moderno, per ritagliarsi una propria distinta identità di consumo.



**Qualche anno fa il mercato ha vissuto il fenomeno radler. Oggi?**
Direi che la parentesi è chiusa: registriamo nel segmento un calo a due cifre. Non bene anche le analcoliche light, parlo essenzialmente dell’horeca, mentre sul moderno resistono meglio.

**Quali le tipologie di locali con le migliori performance nel settore?**
Bar, pizzerie, pub e ristoranti: senza dubbio. Insieme infatti rappresentano più del 60% del fatturato dei grossisti. Se poi esaminiamo singolarmente le varie tipologie, noteremo dinamiche distinte. Le

pizzerie, per esempio, dimostrano un mix assortimentale qualitativamente in crescita, una sorta di premiumizzazione della proposta. Al contrario pub e birrerie, non rivelano più la verve di un tempo e soprattutto non possono reggere il confronto con la tradizione nord europea: in Italia stanno cedendo il passo al bar, nelle sue molteplici sfaccettature dalle connotazioni sempre più serali e trendy.