



LA FILIERA DELLA BIRRA IN FRIULI VENEZIA GIULIA

Aggiornamento 2022

ersa



REGIONE AUTONOMA
FRIULI VENEZIA GIULIA

Agenzia regionale per lo sviluppo rurale

Il lavoro è stato eseguito da ERSA - Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale del Friuli Venezia Giulia

Supervisione:

Dott. Francesco Miniussi - Direttore Generale ERSA

Dott. Daniele Damele - Direttore del Servizio Statistica agraria e coordinamento delle attività nel settore dello sviluppo rurale (SSR) ERSA

Autore e responsabile dell'elaborazione dei dati:

Dott. Daniele Rossi - Tecnico Ufficio Statistica SSR ERSA

Collaborazioni per il reperimento dei dati:

Si ringraziano le imprese che hanno partecipato all'indagine

Si ringrazia il Servizio politiche rurali e sistemi informativi in agricoltura della Direzione centrale risorse agroalimentari, forestali e ittiche della Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia per i dati di fonte AGEA

Si ringrazia la Camera di Commercio di Pordenone-Udine per i dati di fonte InfoCamere

**ERSA - Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale
Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia**

Via Sabbatini, 5

Pozzuolo del Friuli (UD)

Telefono: 0432 529211

e-mail: ersa@ersa.fvg.it

www.ersa.fvg.it

La redazione del testo è stata chiusa nel mese di ottobre 2022

Realizzazione a stampa: novembre 2022

Il rapporto è stato pubblicato sul sito istituzionale www.ersa.fvg.it da cui può essere effettuato il *download*

La riproduzione è consentita previa autorizzazione di ERSa, citando gli estremi della pubblicazione

INDICE

PREFAZIONE	1
1. IL CONTESTO ATTUALE DEI CONSUMI.....	2
1.1 Il quadro in Friuli Venezia Giulia.....	4
2. LE IMPRESE BRASSICOLE IN FRIULI VENEZIA GIULIA.....	5
2.1 Lo scenario sul <i>web</i>	10
3. L'INDUSTRIA DELLA BIRRA IN FRIULI VENEZIA GIULIA: IMPATTO AMBIENTALE E LEGAME COL TERRITORIO	11
3.1 L'indagine empirica	12
Risultati.....	13
Conclusioni	17
FONTI.....	18

PREFAZIONE

In conformità alla deliberazione della Giunta regionale N.2290, dd.30/12/2019, e alle conseguenti disposizioni della Direzione Generale di ERSA, il Servizio statistica agraria e coordinamento delle attività nel settore dello sviluppo rurale (di seguito SSR), con sede in Pozzuolo del Friuli (Udine), dal mese di gennaio 2020 sta operando al fine di garantire ogni adempimento relativo alla statistica agraria di propria competenza.

Il presente elaborato rappresenta un'integrazione del rapporto statistico "La filiera della birra in Friuli Venezia Giulia - rapporto 2019 e primi risultati 2020" che è stato presentato nel mese di febbraio 2021. Da tale analisi erano emersi i seguenti punti salienti:

- Le birre chiare ad alta fermentazione e a bassa gradazione alcolica sono la tipologia più prodotta,
- La maggior parte della birra prodotta è venduta nel territorio regionale,
- Sono sfruttati diversi canali di vendita, nessuno del quale preponderante,
- Sono stati effettuati investimenti (o c'è l'intenzione di effettuare) dalle aziende principalmente per gli adeguamenti strutturali, il *marketing* e il sito *internet* aziendale.

Il succitato rapporto statistico, così come tutti gli elaborati pubblicati dall'Ufficio statistica del SSR di ERSA concernenti le singole filiere e l'andamento annuale del comparto agricolo, è presente sul sito istituzionale www.ersa.fvg.it, dal quale può essere effettuato il *download*.

Questa pubblicazione, dunque, presenta i dati aggiornati per quanto riguarda il numero delle attività operanti in regione, nonché delle superfici investite a orzo distico e luppolo. Sono illustrati anche i risultati di una breve indagine volta alla costruzione del quadro concernente le misure adottate per ridurre l'impatto ambientale derivante dalla produzione di birra e la situazione della filiera. Gli esiti dell'attività condotta non pretendono di essere esaustivi, dato lo scopo meramente investigativo della ricerca, ma possono rappresentare la base per ulteriori approfondimenti futuri sui temi summenzionati, che oggi appaiono centrali.

Le unità di misura usate nel testo sono: ha (ettaro), L (litro), hL (ettolitro).

1. IL CONTESTO ATTUALE DEI CONSUMI

Le restrizioni varate per contrastare la pandemia da COVID-19 (*CoronaVirus Disease 19*) hanno provocato la contrazione della produzione e del consumo di birra in Europa nel 2020 e nel 2021 [1]. In Italia si sta assistendo a una ripresa del settore grazie alla domanda crescente rivolta ai canali *on-trade* (HoReCA, *Hotellerie-Restaurant-Café*) [2]. Per quanto riguarda gli sbocchi *off-trade* (GDO - Grande Distribuzione Organizzata - e *retail*¹), invece, nel 2021 la spesa per la birra ha continuato a seguire il *trend* di crescita delineatosi negli anni precedenti [3].

In particolare, nell'ottica di un consumo responsabile degli alcolici, risulta in ascesa la richiesta di birre analcoliche e a ridotto contenuto di alcol [2, 4]. Si ricorda, a tal proposito, che l'OMS (Organizzazione Mondiale della Sanità) ha delineato gli effetti negativi sulla salute causati dall'eccessivo consumo di alcol [5]. La tendenza al consumo di questa tipologia specifica si ripercuote anche nei quantitativi prodotti. Nel 2021, infatti, in Europa la produzione di birra con un volume di alcol inferiore allo 0,5%² è aumentata del +20% rispetto al 2020, a fronte dell'incremento della birra "classica" del +3% [6]. Questa tipologia, comunque, rappresenta attualmente una parte minoritaria sul totale della birra prodotta: nel 2021 l'incidenza è stata del 4,9% (Tabella 1). Cionondimeno, il mercato è in espansione: nel 2019 ha oltrepassato la soglia dei 9 miliardi di dollari ed è stato stimato un CAGR (*Compound Annual Growth Rate*)³ superiore al 7,5% tra il 2020 e il 2026 [7].

Tabella 1: produzione di birra (con alcol e a basso contenuto di alcol/analcolica) in Europa nel 2021

	BIRRA ALCOLICA	BIRRA ANALCOLICA E A BASSO CONTENUTO DI ALCOL
Produzione (miliardi di L)	33,1	1,7
Incidenza (% sul totale)	95,1	4,9
Variazione rispetto al 2021	+3%	+20%

Fonte: European Commission [6]

¹ Per *retail* si intende la vendita al dettaglio.

² Si rammenta che in Italia, ai sensi dell'articolo 2 del D.P.R. (Decreto del Presidente della Repubblica) n.272/1998, la birra analcolica è il prodotto con grado Plato non inferiore a 3 e non superiore a 8 e con titolo alcolometrico volumico non superiore a 1,2%, mentre la birra leggera o birra *light* presenta un grado Plato non inferiore a 5 e non superiore a 10,5 e con titolo alcolometrico volumico superiore a 1,2% e non superiore a 3,5%. Il grado Plato è definito come "la quantità in grammi di estratto secco contenuto in 100 grammi del mosto da cui la birra è derivata" ai sensi dell'articolo 35, comma 1 del D.L. (Decreto Legislativo) n.504/1995.

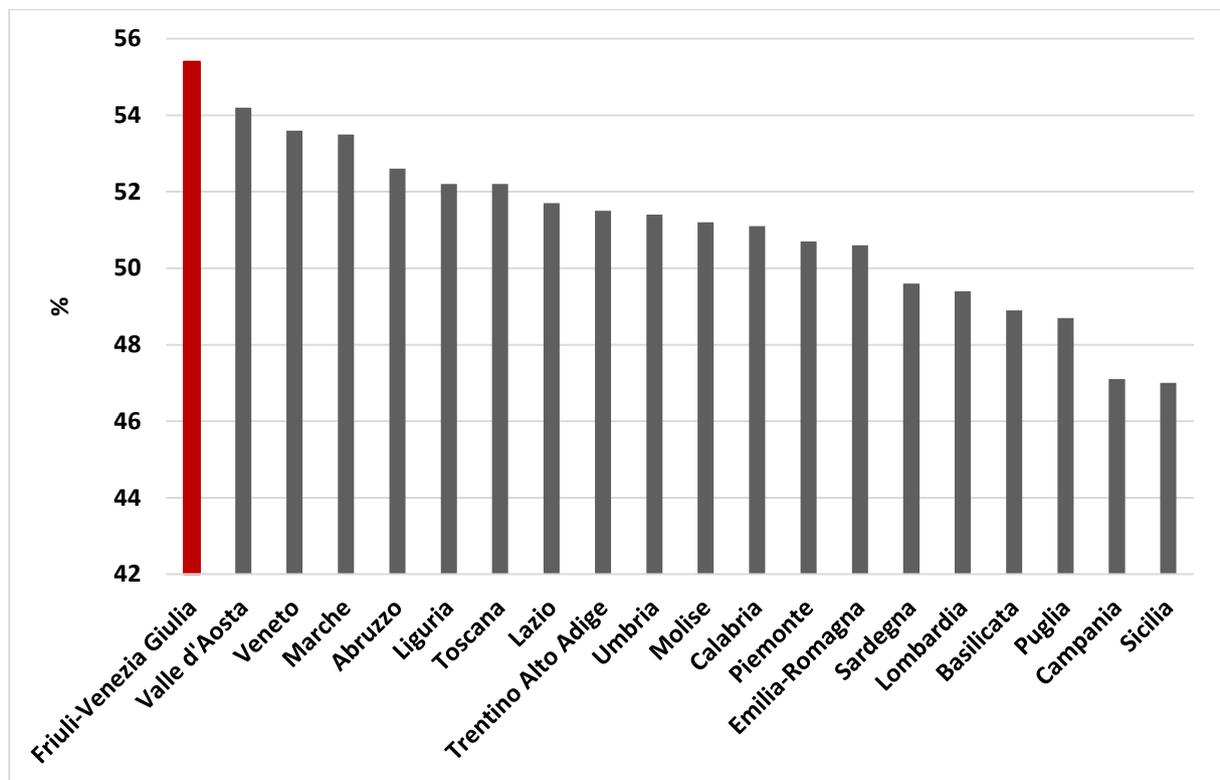
³ In italiano è il cosiddetto tasso annuo di crescita composto e rappresenta la crescita percentuale media di una grandezza in un intervallo di tempo.

I Paesi che sono risultati i principali produttori di birra in Europa nel 2021 sono stati la Germania (7,5 miliardi di L, pari al 23% della produzione totale europea), la Polonia e la Spagna (entrambe con 3,7 miliardi di L ciascuno, pari all'11% sul totale per ognuno di essi) [6].

1.1 Il quadro in Friuli Venezia Giulia

In Friuli Venezia Giulia sono aumentati i consumatori di birra: nel 2021 sono risultati pari a 608 mila [8], in aumento del +3,1% rispetto al 2020. Il 12% di essi ha consumato birra “tutti i giorni”, il 68% “più raramente” e il 20% “solo stagionalmente” [8]. In termini percentuali, ogni 100 persone il 55,4% ha bevuto birra nel 2021 [7], dato in aumento di +1,5 punti rispetto al 2020 e che pone il Friuli Venezia Giulia come la regione nella quale questa bevanda è consumata dalla percentuale ogni 100 persone maggiore rispetto alle altre (Figura 1).

Figura 1: percentuale delle persone che consumano birra per 100 persone con le stesse caratteristiche per regione



Fonte: elaborazione di ERSA su dati ISTAT [8]

2. LE IMPRESE BRASSICOLE IN FRIULI VENEZIA GIULIA

A partire dai dati di InfoCamere sono state censite le aziende attive al 31 marzo 2022 che producono birra in Friuli Venezia Giulia. L'analisi che segue è incentrata, in particolare, sulle attività artigianali (intese secondo la definizione di "piccolo birrifico artigianale indipendente" di cui all'articolo 2, comma 4-bis, della Legge n.1354/1962 ovvero un birrifico che sia legalmente ed economicamente indipendente da qualsiasi altro birrifico e la cui produzione annua non superi la quota di 200.000 hL) che producono birra artigianale (ovvero la birra prodotta dai piccoli birrifici indipendenti e che non è sottoposta ai processi di pastorizzazione e di microfiltrazione, sempre ai sensi dell'articolo 2, comma 4-bis, della legge n.1354/1962). La birra, inoltre, può pure essere considerata un prodotto agricolo conformemente al D.M. (Decreto Ministeriale) n.212/2010, *status* confermato con il D.M. n.62/2015. Un birrifico artigianale, quindi, si può considerare agricolo se almeno il 51% delle materie prime che usa come ingredienti sono coltivate in azienda.

Non sono stati considerati, perciò, i birrifici turnari (impianti che producono a turni solo per i soci) né gli impianti nei quali la birrificazione è effettuata al solo scopo di ricerca. Si ricorda, infine, la presenza sul territorio regionale di un birrifico industriale, il quale non è di proprietà di una delle multinazionali del settore e che nel 2020 ha rappresentato il 5,9% delle vendite a livello nazionale [9].

Tenuto conto che le aziende oggetto della trattazione, oltre alla produzione di birra, possono svolgere anche ulteriori attività molto diverse tra loro, nella disamina che segue sono state considerate tutte le imprese produttrici, ovvero sia quelle per le quali la produzione di birra è l'attività prevalente, sia quelle per le quali rappresenta l'attività primaria sia quelle per le quali è un'attività secondaria.

Si applicherà, inoltre, la seguente suddivisione (ormai consolidata) per tipologia [10]:

- microbirrifici (compresi i birrifici agricoli, sono industrie che producono birra, ma non sono dotate di un locale di mescita; per eventuali assaggi possono sfruttare, tuttavia, una *tap room*),
- *brew pub* (presentano un locale di mescita e possono anche svolgere un servizio di ristorazione),
- *beer firm* (birra prodotta nell'impianto di terzi o in un birrifico turnario).

Come noto, in Italia la crescita del comparto brassicolo artigianale è iniziata dalla seconda metà degli anni Novanta. Considerando il ciclo di vita del fenomeno suddiviso in tre tappe discrete (crescita, maturità, declino), su scala europea il nostro Paese (Tabella 2) risulta, attualmente, in fase di sviluppo [11]. Questo accrescimento risulta interessante anche dal punto di vista dello sviluppo delle località rurali [12], nonché per i risvolti sociali [13].

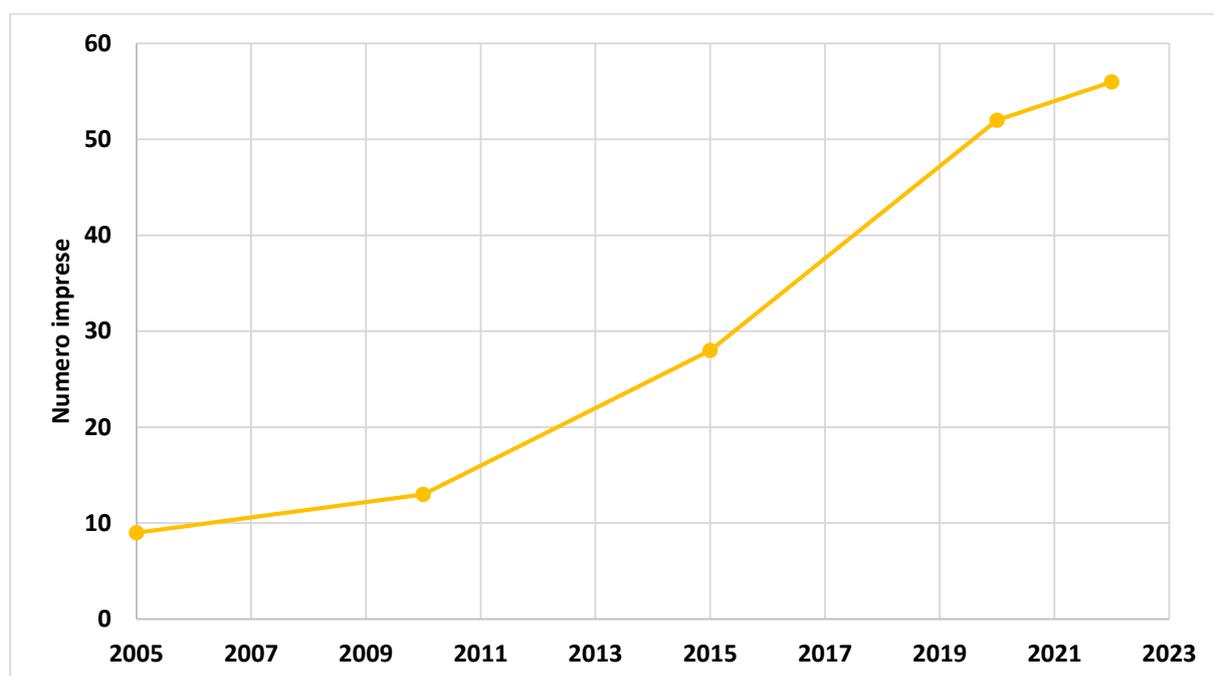
Tabella 2: beer life-cycle negli Stati dell'Europa - non sono riportati i Paesi per i quali non ci sono dati disponibili - il 53% dei Paesi si trova nella fase di maturità, il 28% in quella di crescita e il 19% risulta in declino

STATO	STADIO NEL BEER LIFE-CYCLE
Austria	Maturità
Belgio	Declino
Bielorussia	Crescita
Bosnia-Erzegovina	Crescita
Bulgaria	Maturità
Croazia	Maturità
Danimarca	Maturità
Estonia	Maturità
Finlandia	Maturità
Francia	Crescita
Germania	Declino
Grecia	Maturità
Irlanda	Declino
Italia	Crescita
Lettonia	Crescita
Lituania	Crescita
Macedonia	Crescita
Norvegia	Crescita
Paesi Bassi	Declino
Polonia	Maturità
Portogallo	Maturità
Regno Unito	Declino
Repubblica Ceca	Declino
Romania	Maturità
Serbia	Maturità
Slovacchia	Maturità
Slovenia	Maturità
Spagna	Maturità
Svezia	Crescita
Svizzera	Maturità
Ucraina	Maturità
Ungheria	Maturità

Fonte: elaborazione di ERSA su dati [11]

In linea con l'espansione rilevata a livello nazionale, in Friuli Venezia Giulia si è assistito a una crescita continua, che è esplosa soprattutto tra il 2010 e il 2020 in termini di nuove attività (Figura 2). Al 31 marzo 2022 sono risultate attive⁴ 56 aziende produttrici di birra artigianale [14]. Nella Figura 2 non sono state considerate le imprese ad oggi non più attive, che sono ammontate a 5 unità (3 *brew pub*, 1 microbirrificio, 1 *beer firm*) [15].

Figura 2: numerosità delle imprese produttrici di birra artigianale attive presenti in Friuli Venezia Giulia dal 2005 a oggi - la data di inizio attività è riferita all'istante nel quale l'impresa ha iniziato a produrre birra e tale momento non sempre coincide con la "nascita" della stessa nel caso siano effettuate più lavorazioni

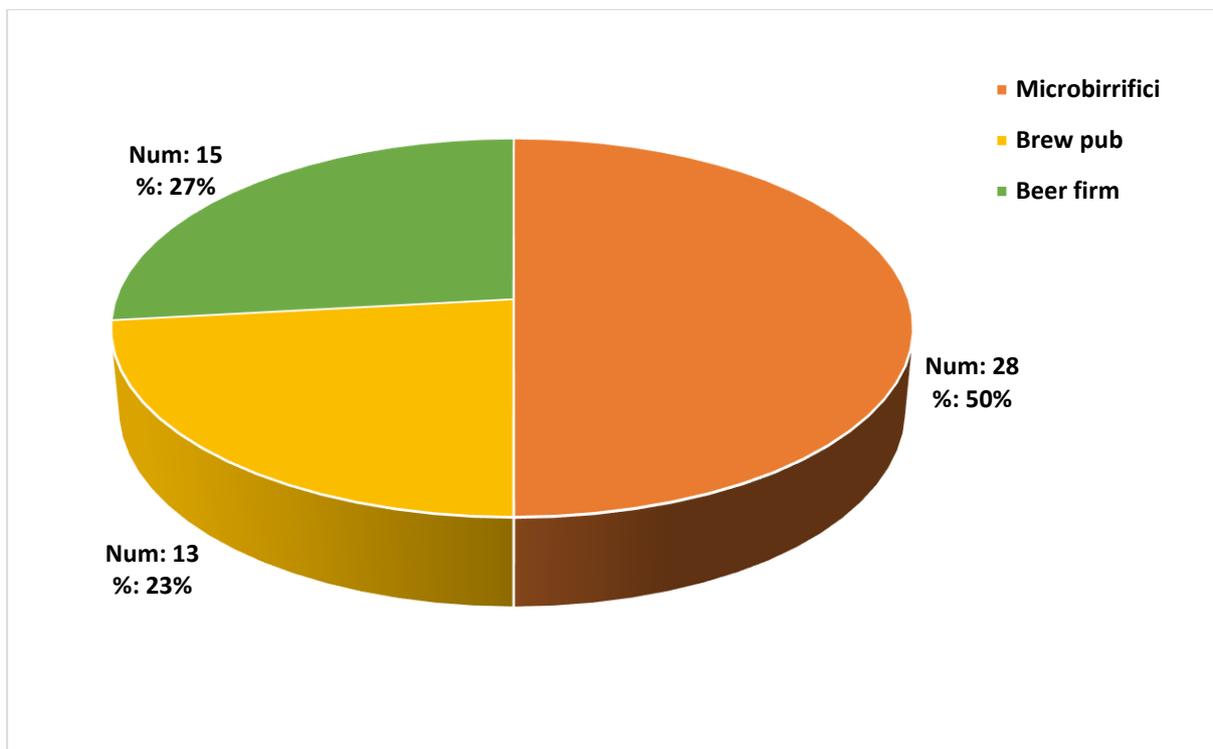


Fonte: elaborazione di ERSA su dati InfoCamere [14]

Il microbirrificio rappresenta la tipologia d'impresa prevalente, avendo trovato riscontro nella metà delle attività artigianali (28 unità), mentre la quota restante è suddivisa in parti simili tra *beer firm* (15 unità) e *brew pub* (13 unità) (Figura 3). Dal punto di vista dei birrifici agricoli (Figura 4), dei 28 microbirrifici 9 sono agricoli (il 32% sul totale di questa tipologia), dei 15 *beer firm* 7 producono birra agricola (il 47%, percentuale elevata perché si tratta principalmente di aziende che producono orzo e, dopo averlo fatto maltare, lo trasformano in birra presso terzi), mentre 5 dei 13 *brew pub* (il 38%) servono birra agricola nell'attività di ristorazione (in questo caso specifico, di solito, nell'agriturismo annesso). Le imprese produttrici di birra agricola, quindi, sono ammontate a 21 unità, ovvero il 38% del totale.

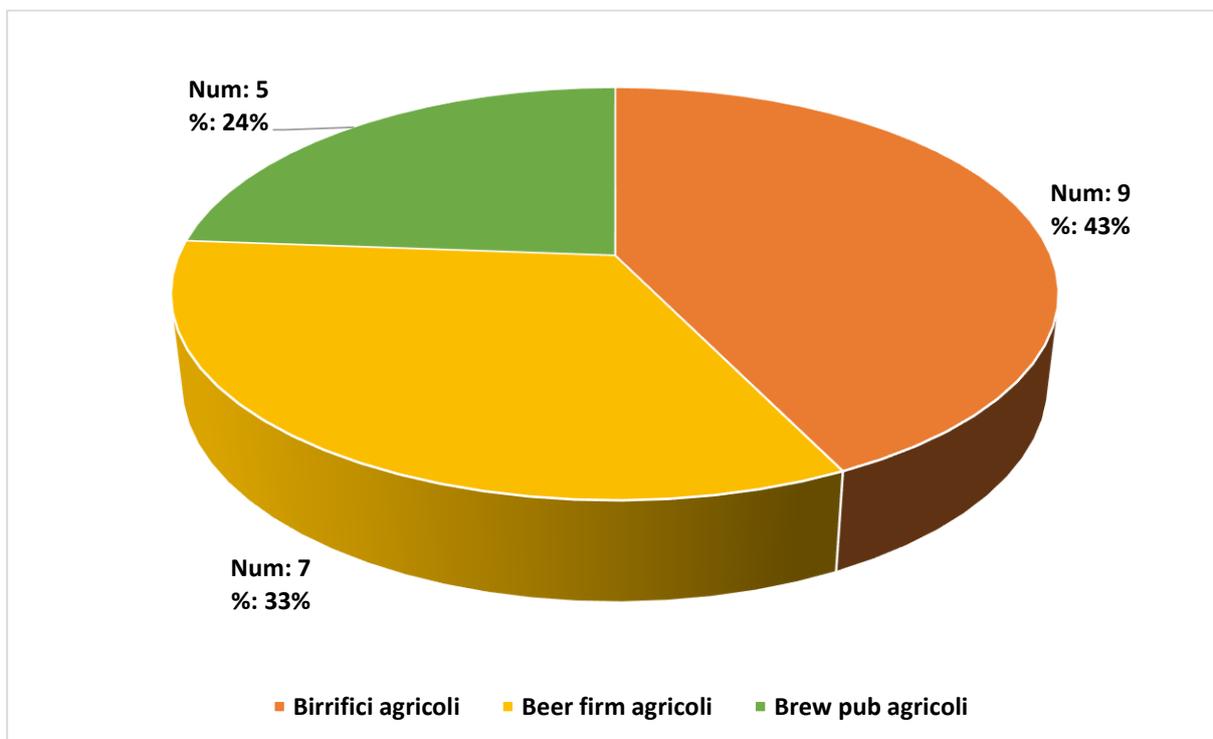
⁴ Sono state considerate esclusivamente le sedi principali. Eventuali aziende agricole che, tra gli altri prodotti, producono ridotte quantità di orzo distico, birrificato presso terzi o in un impianto turnario, ma che non hanno registrato tale attività, non sono contemplate dai dati di [14] e, di conseguenza, non sono state incluse.

Figura 3: numero e percentuale sul totale delle attività produttrici di birra artigianale per tipologia



Fonte: elaborazione di ERSA su dati microbirrifici.org [15]

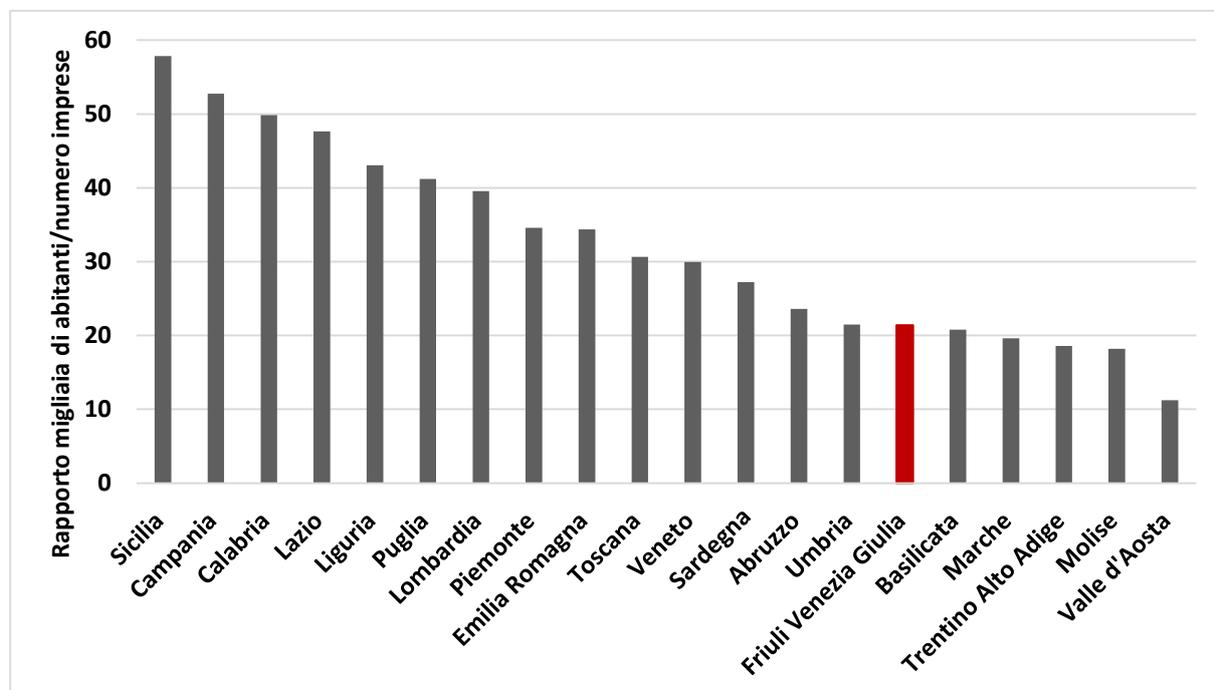
Figura 4: numero e percentuale sul totale delle attività produttrici di birra artigianale agricola per tipologia



Fonte: elaborazione di ERSA su dati microbirrifici.org [15] e dalle informazioni esposte sui siti internet aziendali

In Friuli Venezia Giulia, dunque, nel 2022 era presente un microbirrificio ogni 21 mila abitanti (Figura 5), a fronte di 1 impresa ogni 36 mila cittadini a livello nazionale.

Figura 5: rapporto tra migliaia di abitanti e numero di imprese produttrici di birra per regione



Fonte: elaborazione di ERSA su dati ISTAT [7], microbirrifici.org [15]

Analizzando la distribuzione a livello provinciale, 28 attività sono ubicate nella provincia di Udine, 17 sono localizzate in quella di Pordenone, 7 si trovano in quella di Trieste e 4 sono locate in quella di Gorizia (Tabella 3).

Tabella 3: numero e distribuzione percentuale delle attività produttrici di birra artigianale per provincia

PROVINCIA	NUMERO IMPRESE	PERCENTUALE SUL TOTALE
Udine	28	50%
Pordenone	17	30%
Trieste	7	13%
Gorizia	4	7%
Friuli Venezia Giulia	56	100%

Fonte: elaborazione di ERSA su dati InfoCamere [14]

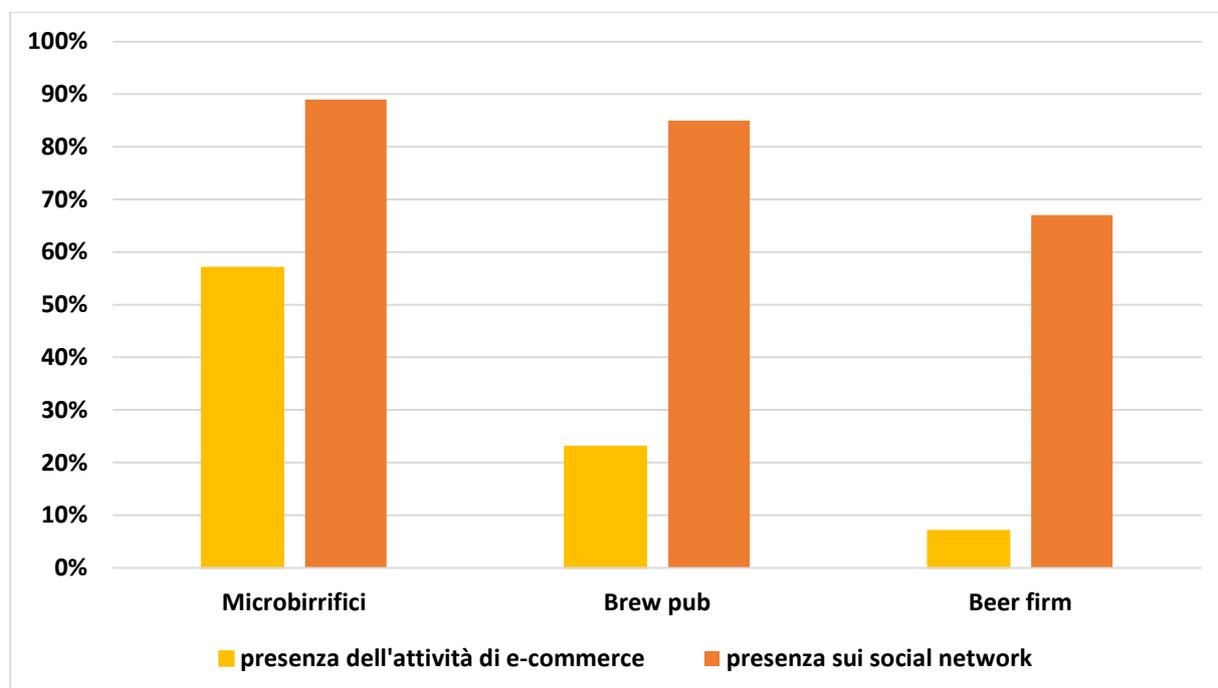
Il saldo occupazionale, calcolato dalla differenza tra assunzioni e cessazioni, al terzo trimestre del 2022 è risultato positivo (+16 unità) [16].

2.1 Lo scenario sul *web*

È stata svolta una ricerca sul *web* per valutare l'incidenza e l'uso delle TI (Tecnologie dell'Informazione), in particolare per le vendite. L'importanza di questo canale di vendita è nota e offre la possibilità di compiere strategie di "brandizzazione" utili per differenziare il prodotto [12]. Questa operazione, tra l'altro, promuove l'intenzione di riacquisto [17].

L'*e-commerce* è un servizio offerto dal 36% delle aziende artigianali. È un'opzione di vendita a cui ricorrono soprattutto i microbirrifici (57% sul totale della categoria) rispetto a *brew pub* (23%) e *beer firm* (7%). Il ricorso a questo canale di vendita, quindi, non risulta essere diffuso in modo capillare, ma ancora in fase di sviluppo ed espansione. Si ricorda che nei primi anni del Duemila, quindi prima dell'esplosione del *web 2.0*⁵, la presenza *on-line* delle attività operanti all'epoca era scarsa [18]. Per quanto riguarda la comunicazione sul *web*, è stato rilevato che il 18% delle imprese non sono presenti sui *social network*. In particolare, il 33% (rispetto al totale della tipologia) dei *beer firm* non ha un *account*, percentuale di gran lunga superiore rispetto a *brew pub* (assenza pari al 15%) e microbirrifici (11%). Da quanto esposto emerge, perciò, come i microbirrifici siano la tipologia di produzione che sfrutta maggiormente le TI (Figura 6).

Figura 6: uso delle TI da parte dei microbirrifici, dei *brew pub* e dei *beer firm* (percentuale sul totale della tipologia)



Fonte: elaborazione di ERSA dalle informazioni esposte sui siti internet aziendali e sui profili nei social network

⁵ Riprendendo la definizione fornita dalla Treccani, esso rappresenta la seconda fase di sviluppo e diffusione di *internet*, caratterizzata da un forte incremento dell'interazione tra sito e utente.

3. L'INDUSTRIA DELLA BIRRA IN FRIULI VENEZIA GIULIA: IMPATTO AMBIENTALE E LEGAME COL TERRITORIO

I piccoli birrifici indipendenti sono una realtà consolidata in Italia e in Friuli Venezia Giulia. Benché le pubblicazioni scientifiche che si focalizzano su di essi e sulla birra artigianale siano aumentate significativamente a partire dal 2015 [19, 20], non sempre sono disponibili dati puntuali per quanto riguarda la situazione a livello locale e l'influenza derivante dalla *craft beer revolution*. Per questo motivo è stata svolta una breve indagine esplorativa, che ha coinvolto i piccoli produttori di birra in Friuli Venezia Giulia, compiuta in modalità CATI (*Computer Assisted Telephone Interviewing*). Sono state affrontate due tematiche: le misure adottate per contenere l'impatto ambientale derivante dalla produzione di birra e il legame tra essa e il territorio regionale.

A livello generale, lo stato dell'arte delle tematiche affrontate si può brevemente riassumere ricordando che:

- A livello industriale sono già stati raggiunti importanti traguardi per quanto concerne la riduzione di acqua impiegata, di anidride carbonica emessa e di energia consumata [21], mentre a livello artigianale ci sono ancora margini di miglioramento [22];
- La *craft beer revolution* si è inserita in un contesto nel quale il consumatore ha una maggiore cognizione delle radici geografiche degli alimenti [23]. Si è sviluppata, quindi, una tendenza (che risulta mondiale per quanto riguarda la birra artigianale) che si contrappone alla globalizzazione, focalizzandosi sulla localizzazione territoriale precisa e sui relativi prodotti che risultano, pertanto, unici [12, 24]. Questo fenomeno, perciò, ha introdotto un neo localismo: sia i consumatori sia i produttori cercano un legame con la località di produzione [12]. Questo fenomeno risulta peculiare poiché si articola su un prodotto "nuovo", che non appartiene alla tradizione italiana e le cui materie prime sono di derivazione prevalentemente estera, ma che fa leva sulla creatività e sulle competenze [10]. Questi aspetti innescano una differenziazione sempre più netta dagli stili di origine⁶, portando a una reinterpretazione degli stessi fino allo sviluppo di veri e propri stili inediti [10], e, in ultima analisi, si contrappongono alla standardizzazione che caratterizza le birre industriali [25].

⁶ Per approfondire gli stili di birra si rimanda al sito <https://www.ebcu.org/the-beer-styles-of-europe-and-beyond/>, mentre per le linee guida degli stessi si veda <https://www.bjcp.org/bjcp-style-guidelines/>.

3.1 L'indagine empirica

Tenendo conto che le aziende artigianali che producono birra possono svolgere anche ulteriori lavori, è stata svolta un'indagine empirica il cui *focus* è stato rivolto ai microbirrifici e birrifici agricoli che svolgono come attività unica o principale la produzione di birra, eventualmente accompagnata con degustazioni accompagnate da stuzzichini in *tap room*. Sono stati esclusi, quindi, i *beer firm* (perché, pur essendo la produzione l'attività prevalente, per loro natura si appoggiano a impianti di terzi), i *brew pub* e i birrifici agricoli con annesso agriturismo, ovvero aziende che producono anche altri prodotti o svolgono ulteriori attività (come la ristorazione) la cui quota sul totale delle stesse è importante. Il numero delle imprese con le caratteristiche ricercate nel 2022 è risultato pari a 25. Di queste hanno dato riscontro 21 aziende, rappresentanti il 38% sul totale delle attività. Il campione estratto, perciò, è rappresentativo dell'universo e si focalizza sulle attività per le quali la produzione di birra, essendo prevalente, condiziona l'andamento aziendale.

Sono state poste le seguenti domande:

1. Qual è la capacità produttiva dell'impianto (hL/anno)?
2. Sono stati effettuati investimenti per ridurre l'impatto ambientale?
3. Se alla domanda 2. avete risposto sì, indicare l'ambito (energia, acqua, altro).
4. Potrebbe essere vantaggioso evidenziare con maggiore efficacia la sostenibilità ambientale della produzione di birra?
5. Il consumatore ha la percezione di acquistare una birra legata alla regione di produzione?
6. Ravvisate l'opportunità di creare una filiera brassicola territoriale?
7. Potrebbe rappresentare un'opportunità uno strumento di valorizzazione delle qualità specifiche della birra regionale?

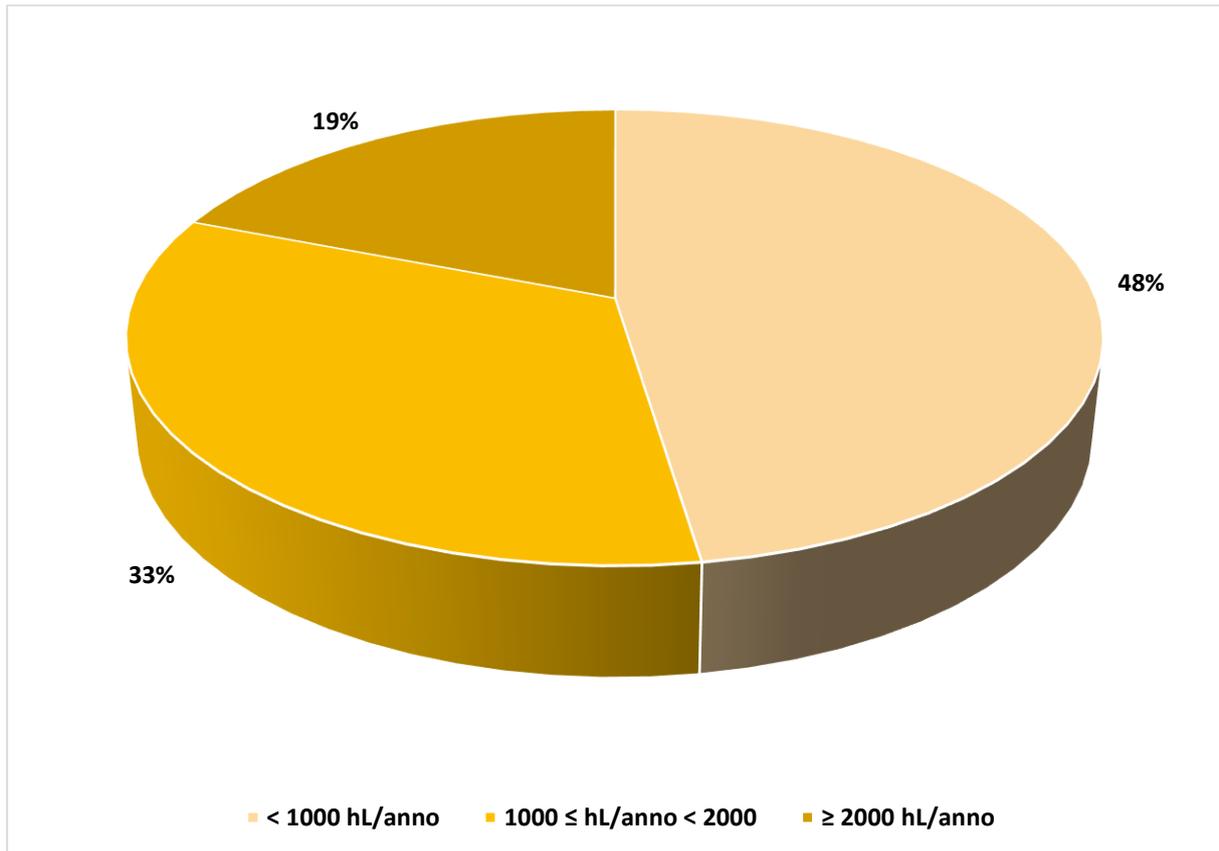
Per quanto riguarda le opzioni di risposta:

- le domande 1. era aperta,
- la domanda 3. era semichiusa,
- per le domande a risposta chiusa 2., 4., 6. e 7. le opzioni erano "sì", "no",
- per la domanda a risposta chiusa 5. le opzioni erano "sì", "no", "non so".

Risultati

Il panorama regionale è prevalentemente composto da impianti che producono meno di 1.000 hL l'anno (48%), pur non essendo trascurabile l'incidenza di impianti più capaci (Figura 7).

Figura 7: distribuzione della capacità degli impianti per classe di capacità



Fonte: elaborazione di ERSA

Il 57% delle imprese ha implementato misure per ridurre l'impatto ambientale. Di queste, il 75% ha operato nell'ambito dell'energia (molti intervistati hanno specificato la presenza di un impianto fotovoltaico), il 33% nella gestione dell'acqua e il 17% è intervenuto in altre misure, che sono risultate essere il non utilizzo della plastica. La somma di queste ultime percentuali oltrepassa il 100% in quanto la stessa azienda può avere adottato più di una misura. Il 43%, dunque, non ha realizzato procedure *green*, esclusi gli interventi tecnici già integrati negli impianti (come la presenza di uno scambiatore di calore) e le abitudini virtuose (quali la destinazione delle trebbie all'alimentazione animale) che costituiscono, al giorno d'oggi, una consuetudine consolidata (anche tra le realtà intervistate). Posto 100 il totale di queste imprese, a livello di grandezza dell'impianto, il 67% di esse rientra nel primo *range* illustrato in Figura 7, mentre il restante 33% appartiene alla terza classe.

Per l'86% delle aziende potrebbe essere vantaggioso evidenziare con maggiore efficacia la sostenibilità ambientale della produzione di birra. Attualmente, infatti, questo aspetto non è enfatizzato dalle imprese [12].

Il 72% degli intervistati è concorde nel riconoscere che il consumatore ha la percezione di acquistare una birra legata alla regione di produzione, a fronte di un 14% per il quale tale impressione non sussiste e un altro 14% che ha indicato l'opzione "non so". Per alcuni operatori, il consumatore riconosce anche l'areale specifico, anche perché spesso l'area di produzione è riportata esplicitamente nell'etichetta. La birra, quindi, si affiancherebbe agli altri alimenti la cui origine locale è sentita dal consumatore (che, perciò, li ricerca e li apprezza), come vini, formaggi, prosciutti e salami.

Per quanto riguarda la tematica inerente alla filiera, per il 52% dei rispondenti essa potrebbe essere un'opportunità, per il 48% no. In ogni caso, diversi operatori hanno commentato spiegando come sarebbe complicato crearla e far dialogare tutti i soggetti coinvolti.

Si fa presente che la domanda 6. si riferiva a una filiera vera e propria, che collega, cioè, tutti gli attori coinvolti nella produzione di materie prime (orzo distico, luppolo locali) e nella loro trasformazione (produzione di malto d'orzo e di birra). Si ricorda, infatti, che al momento l'articolo 3 della L.R. (Legge Regionale) 23/2017 novella che "per «birra artigianale del Friuli Venezia Giulia», secondo la definizione di «birra artigianale» cui all'articolo 2, comma 4-bis, della Legge 16 agosto 1962, n.1354 (Disciplina igienica della produzione e del commercio della birra), e successive modifiche e integrazioni: un prodotto il cui ciclo produttivo, fatta eccezione per il processo di maltazione e la produzione del luppolo, viene svolto interamente all'interno della Regione del Friuli Venezia Giulia". La normativa stessa ammette, quindi, la possibilità che la produzione del malto d'orzo (Figura 8) e del luppolo possa avvenire fuori regione.

Figura 8: alcuni tipi di malto d'orzo



Foto di Daniele Rossi

Questa situazione non sorprende se si considera che l'origine delle materie prime è prevalentemente estera, in quanto la copertura delle materie prime a livello nazionale risulta insufficiente per soddisfare la domanda interna [10] e le importazioni di malto d'orzo e di luppolo nel 2021, conformemente a quanto rilevato negli anni precedenti, sono risultate rilevanti [26]. Per quanto riguarda il luppolo, la situazione a livello nazionale appare frammentaria e limitata a un numero circoscritto di regioni, ma è stata rilevata un'espansione degli areali produttivi [27]. Nel 2021, infatti, in Italia sono stati coltivati 41 ha di luppolo, distribuiti tra Veneto, Lombardia, Piemonte, Emilia-Romagna, Friuli Venezia Giulia, Toscana e Trentino Alto Adige [8].

In Friuli Venezia Giulia, più precisamente, non è attualmente presente una malteria (l'orzo coltivato in regione è, quindi, trasformato altrove), ma la richiesta di materie prime regionali è in aumento: le superfici investite a orzo distico e a luppolo nel 2022, infatti, perdurano nel *trend* di crescita iniziato con l'interesse crescente verso queste colture a sua volta legato alla produzione di birra (Tabella 4). L'incidenza delle superfici coltivate a orzo distico rispetto al totale di quelle investite a orzo è passata dal 10% nel 2019 al 14% nel 2022.

Tabella 4: stima delle superfici dedicate all'orzo distico e al luppolo in Friuli Venezia Giulia nel 2022 e variazione percentuale rispetto al 2019

COLTIVAZIONE	SUPERFICIE (ha) 2022	VARIAZIONE 2022/2019
Orzo distico	1.560	+108%
Luppolo	4	+233%

Fonte: elaborazione di ERSA su dati AGEA [28]

Uno strumento di valorizzazione delle qualità specifiche della birra, infine, è visto come un'opportunità dal 76% degli operatori. Esso porrebbe l'accento sulle caratteristiche intrinseche e sulle peculiarità di un prodotto che si può reperire solo in Friuli Venezia Giulia. Si sottolinea che attualmente la trattazione della tematica è al livello di congetture meramente teoriche visto quanto esposto finora, ma questo argomento potrebbe assumere importanza in futuro. In quest'ottica, ad esempio, è stato recentemente evidenziato come il territorio influenza le caratteristiche biochimiche del luppolo (Figura 9) e, di conseguenza, il profilo della birra [29]. Il concetto alla base del ragionamento è il *terroir*, ovvero le differenze fenotipiche e le peculiarità sensoriali che esibiscono le colture coltivate in differenti luoghi geografici [30]. Il luppolo selvatico è una pianta diffusa nelle regioni dell'Italia centro-settentrionale e può rappresentare un punto di partenza per la selezione di varietà aromatiche [31]. Unicità come questa potrebbero differenziare la birra prodotta in Friuli Venezia Giulia, valorizzando le caratteristiche che possono essere estrinsecate solo su questo territorio; a

livello nazionale, infatti, è già stato dimostrato come la birra prodotta con la cultivar di luppolo *Cascade* coltivata in Toscana e nel Lazio risulti diversa [30].

Gli aspetti che distinguono e personalizzano una birra dovrebbero anche essere usati maggiormente come strumento da implementare nelle strategie di *marketing* [32]. Al contempo il legame tra il prodotto, la regione e il consumatore finale risulterebbe rafforzato. Un altro strumento che potrebbe rafforzare il flusso di informazioni diretto al consumatore finale sulle caratteristiche della birra è l'introduzione di una *supply chain*⁷ realizzata su misura per il mercato frammentato della *craft beer* [33]. Le strategie di comunicazione, infine, dovrebbero considerare le caratteristiche del consumatore italiano - che è giovane, istruito e lavora [34] - e potrebbero soffermarsi anche sui criteri che rendono tale la birra artigianale: oltre ai già citati requisiti normativi, infatti, non c'è ancora una vera e propria definizione universalmente adottata e riconosciuta a livello pratico [35].

Figura 9: luppolo, cultivar Cascade



Foto di Daniele Rossi

⁷ In italiano è la cosiddetta catena di approvvigionamento.

Conclusioni

Il comparto brassicolo in Italia è in espansione [11], così come la ricerca scientifica su questa tematica [19, 20]. Preso atto, quindi, di un quadro in evoluzione e di un SOP (*Sense of place*) sempre più integrato nell'identificazione del prodotto soprattutto a livello geografico [36, 37], è stata svolta una rapida indagine sul territorio regionale. Dato lo scopo meramente investigativo della ricerca, gli esiti dell'attività condotta non pretendono di essere esaustivi, cionondimeno possono rappresentare la base per ulteriori approfondimenti futuri sui temi esaminati, che oggi giorno appaiono centrali.

I risultati dell'indagine empirica svolta illustrano come il consumatore abbia la percezione di consumare un prodotto locale e gli strumenti di valorizzazione della qualità della birra locale possano incidere positivamente sul prodotto. Questi due aspetti potrebbero indicare la presenza di un neo localismo imperniato sulla filiera brassicola regionale, che registra un numero crescente sia di attività produttive sia di superfici investite a orzo distico e luppolo. Questa crescita risulta in linea con l'espansione registrata a livello nazionale [10]. La necessità o meno di una filiera completa sul territorio ha registrato, invece, pareri similmente distribuiti tra favorevoli e contrari. La situazione a livello di interventi *green*, infine, è in linea con quanto esposto da [22].

FONTI

Ultimo accesso ai siti *web* indicati: mese di ottobre 2022

- [1] Europe Economics, Economic report to assess the impact of COVID-19 on the brewing sector in Europe in 2020-21, giugno 2022
- [2] Osservatorio birra - <https://osservatoriobirra.it/>
- [3] ISMEA, Acquisti alimentari delle famiglie per consumo domestico, 1/2022
- [4] Bellut K., Arendt E.K., Chance and challenge: non-*Saccharomyces* yeasts in nonalcoholic and low alcohol beer brewing - a review, 2019, Journal of the American Society of Brewing Chemists
- [5] World Health Organization - <https://www.who.int/>
- [6] European Commission - <https://ec.europa.eu/>
- [7] GMI (Global Market Insights) - <https://www.gminsights.com/>
- [8] ISTAT (Istituto nazionale di statistica), banca dati I.Stat - <http://dati.istat.it/>
- [9] BirrItalia 2021-2022, ANNUARI DEL BERE®, Beverfood.com Edizioni
- [10] Fastigi M., Esposti R., Viganò E., La craft beer revolution in Italia e i birrifici agricoli: traiettorie evolutive e principali criticità, 2015, Argomenti, N.2, pagg. 67-92
- [11] Materna K., Bernhäuserová V., Hasman J., Hána D., How microbreweries flooded Europe: mapping a new phenomenon in the beer industry, 2022, Journal of Maps
- [12] Cipollaro M., Fabbri S., Alampi Sottini V., Fabbri B., Menghini S., Linking sustainability, embeddedness and marketing strategies: a study on the craft beer sector in Italy, 2021, Sustainability, N.13, 10.903
- [13] Sforzi J., Colombo L. A., New opportunities for work integration in rural areas: the “social flavour” of craft beer in Italy, 2020, Sustainability, N.12, 6.351
- [14] InfoCamere
- [15] <https://microbirrifici.org/>
- [16] ORML (Osservatorio Regionale del Mercato del Lavoro) del Friuli Venezia Giulia

- [17] Tong M., Customers' craft beer repurchase intention: the mediating role of customer satisfaction, 2022, *International Journal of Food Properties*, Vol.25, N.1, pagg. 845-856
- [18] Bassi I., Cipolotti G.B., Buiatti S., Il mercato della birra artigianale in Friuli Venezia Giulia, 2007, *Industria delle bevande* N.36, pagg. 459-468
- [19] Nave E., Duarte P., Gouveia Rodrigues R., do Paço A.M.F., Helena Alves, Oliveira T., Craft beer – a systematic literature review and research agenda, 2022, *International Journal of Wine Business Research*, Vol.34, N.2, pagg. 278-307
- [20] Durán-Sánchez A., de la Cruz del Río-Rama M., Álvarez-García J., Oliveira C., Analysis of Worldwide Research on Craft Beer, 2022, *SAGE Open*
- [21] Assobirra, Annual report 2019
- [22] Masotti P., Giorgi E., Campisi B., Bogoni P., L'impronta carbonica delle organizzazioni: confronto tra due micro-birrifici italiani, Atti del XI Convegno dell'Associazione Rete Italiana *LCA Resource Efficiency e Sustainable Development Goals: il ruolo del Life Cycle Thinking*, ENEA, 2017
- [23] Cortese D., Luppolo e "moral imagination" nella filiera moralmente controllata di Baladin, 2021, *Archivio antropologico mediterraneo*, N.23
- [24] Sjölander-Lindqvist A., Skoglund W., Laven D., Craft beer – building social terroir through connecting people, place and business, 2019, *Journal of Place Management and Development*, Vol.13, N.2, pagg.149-162
- [25] Garavaglia C., Swinnen J., The craft beer revolution: an international perspective, 2017, *Choices*, Vol.32, N.3
- [26] Assobirra, Annual report 2021
- [27] Licciardo F., Carbone K., Ievoli C., Manzo A., Tarangioli S., Outlook economicostatistico del comparto luppolo, 2021, CREA - Mipaaf, Roma
- [28] AGEA (Agenzia per le erogazioni in agricoltura)
- [29] Van Holle A., Muylle H., Haesaert G., Naudts D., De Keukeleire D., Roldán-Ruiz I., Van Landschoot A., Relevance of hop terroir for beer flavour, 2021, *Journal of the Institute of Brewing*, N.127, pagg. 238-247
- [30] Carbone K., Bianchi G., Petrozziello M., Bonello F., Macchioni V., Parris B., De Natale F., Alilla R., Cravero M.C., Tasting the Italian terroir through craft beer: quality and

- sensory assessment of Cascade hops grown in Central Italy and derived monovarietal beers, 2021, *Foods*, N.10, 2.085
- [31] Ghiselli L., Marini L., Taiti C., Calamai L., Paffetti D., Masi E., Hops germplasm: phytochemical characterization of wild *Humulus lupulus* of Central and Northern Italy, 2022, *Plants*, 11, 1.564
- [32] Taylor J., Jo J., Choi H.A., Ruetzler T., Davison H.K., Reynolds D., Craft beer consumption: the roles of motivation and personal involvement, 2022, *International Journal of Hospitality Beverage Management*, N.3
- [33] Ariemma L., De Carlo N., Pennino D., Pizzonia N., Vitaletti A., Zecchini M., Blockchain-based tracking of the supply chain of the Italian craft beer sector, 2022, 4th Distributed Ledger Technology Workshop, Rome, Italy
- [34] Lerro M., Marotta G., Nazzaro C., Measuring consumers' preferences for craft beer attributes through best-worst scaling, 2020, *Agricultural and Food Economics*, Vol.8, N.1
- [35] Morgan D.R., Thomas Lane E.T., Styles D., Crafty marketing: an evaluation of distinctive criteria for "craft" beer, 2022, *Food Reviews International*, Vol.38, N.5, pagg. 913-929
- [36] Shamai S., Ilatov Z., Measuring sense of place: methodological aspects, 2005, *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, Vol.96, N.5, pagg. 467-476
- [37] Albano D., Lolli J.C., Corbo A. M., Communicating sense of place to build brand identity: an analysis of craft brewery websites, 2022, *QRBD (Quarterly Review of Business Disciplines)*, Vol.8, N.4, pagg. 261-284

**ERSA - Agenzia Regionale per lo Sviluppo Rurale
Regione Autonoma Friuli Venezia Giulia**

Via Sabbatini, 5

Pozzuolo del Friuli (UD)

Telefono: 0432 52.92.11

e-mail: ersa@ersa.fvg.it

www.ersa.fvg.it