

ANNUAL REPORT / 2016



ASSOBIRRA, ASSOCIAZIONE DEI BIRRAI E DEI MALTATORI, RIUNISCE LE PRINCIPALI AZIENDE CHE PRODUCONO E COMMERCIALIZZANO BIRRA E MALTO IN ITALIA. ADERISCE A CONFINDUSTRIA, FEDERALIMENTARE, BOE (THE BREWERS OF EUROPE), EUROMALT, EBC (EUROPEAN BREWERY CONVENTION).

ASSOBIRRA SVOLGE FUNZIONI ISTITUZIONALI, DI SVILUPPO TECNOLOGICO E DI PROMOZIONE DELLA CULTURA, DELLA CONOSCENZA E DEL CONSUMO RESPONSABILE DELLA BIRRA. QUESTA MISSIONE SI CONCRETIZZA ATTRAVERSO LA REALIZZAZIONE DI STUDI E RICERCHE PER LA QUALITÀ E L'INNOVAZIONE TECNOLOGICA DEI PROCESSI PRODUTTIVI E LA PROMOZIONE DI CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE, MIRATE AD UNA MAGGIORE CONOSCENZA DEL PRODOTTO BIRRA E ALL'AFFERMAZIONE DI UNA CULTURA DI CONSUMO CONSAPEVOLE DELLE BEVANDE ALCOLICHE.

ASSOBIRRA, THE ASSOCIATION OF BEER AND MALT PRODUCERS, REPRESENTS THE MAIN BEER AND MALT PRODUCING COMPANIES IN ITALY. IT IS AFFILIATED TO CONFINDUSTRIA, FEDERALIMENTARE, BOE (THE BREWERS OF EUROPE), EUROMALT AND EBC (EUROPEAN BREWERY CONVENTION).

ASSOBIRRA PERFORMS INSTITUTIONAL DUTIES AND PROMOTES TECHNOLOGICAL DEVELOPMENT, BEER CULTURE AND RESPONSIBLE CONSUMPTION. THIS MISSION IS CARRIED OUT THROUGH THE CONDUCTION OF STUDIES AND RESEARCHES ON QUALITY AND TECHNOLOGICAL INNOVATION OF PRODUCTIVE PROCESSES AND THROUGH PR CAMPAIGNS AIMED AT PROMOTING A GREATER KNOWLEDGE OF BEER AND A CULTURE OF RESPONSIBLE CONSUMPTION OF ALCOHOLIC BEVERAGES.

PRESIDENTE / PRESIDENT

MICHELE CASON

VICE PRESIDENTI / VICE PRESIDENTS

ANTONIO CATALANI, MATTEO MINELLI, ALFREDO PRATOLONGO

CONSIGLIO GENERALE / GENERAL COUNCIL

MICHELE CASON, ANTONIO CATALANI, ROBERTO CAVALLI, LEONARDO DI VINCENZO, DAVIDE FRANZETTI, ALBERTO FRAUSIN, SOREN HAGH, NEIL ROBERT KIELY, MATTEO MINELLI, ANDREA NEGRO, ALFREDO PRATOLONGO, PAOLO TRUSSONI.

DIRETTORE / DIRECTOR

ANDREA BAGNOLINI

SOMMARIO / CONTENTS

2 / INTRODUZIONE / INTRODUCTION

6 / TRENDS

LA RIPRESA SI RAFFORZA. I CONSUMI TORNANO AI VALORI PRE-CRISI
ECONOMIC RECOVERY IS CONSOLIDATING. CONSUMPTION IS BACK TO PRE-
CRISIS LEVELS

12 / VALORE ECONOMICO, SOCIALE E AMBIENTALE

ECONOMIC, SOCIAL AND ENVIRONMENTAL VALUE
BIRRA MADE IN ITALY: UNA RICCHEZZA PER IL PAESE, UNA REPUTAZIONE
AL TOP IN EUROPA / BEER MADE IN ITALY: A SOURCE OF WEALTH FOR THE
COUNTRY AND A REPUTATION AT THE TOP IN EUROPE

18 / BIRRA E FISCO / BEER AND TAX

2016, DOPO TRE ANNI DI BATTAGLIA LE ACCISE SI RIDUCONO. UN PUNTO
DI PARTENZA / AFTER THREE YEARS OF HARD WORK, IN 2016 EXCISE TAXES
ARE REDUCED. IT'S A START

24 / ATTIVITÀ ISTITUZIONALI / INSTITUTIONAL ACTIVITIES

ASSOBIRRA AL FIANCO DEL SETTORE PER RACCONTARE L'ECCELLENZA
DELLA BIRRA ITALIANA NEL MONDO / ASSOBIRRA ALONGSIDE THE
INDUSTRY, DESCRIBES THE HIGH DEGREE OF EXCELLENCE REACHED BY
ITALIAN BEER AROUND THE WORLD

30 / CSR

UN IMPEGNO DECENNALE: PROMUOVERE UN CONSUMO RESPONSABILE
DELLE BEVANDE ALCOLICHE / A DECADE LONG COMMITMENT: PROMOTING
THE RESPONSIBLE CONSUMPTION OF ALCOHOLIC BEVERAGES

36 / CULTURA DELLA BIRRA / BEER CULTURE

UNA BEVANDA MILLENARIA E MEDITERRANEA / AN AGE-OLD AND
MEDITERRANEAN BEVERAGE

50 / DATI DI SINTESI / KEY DATA



INTRODUZIONE

Da diversi anni, con l'Annual Report, AssoBirra racconta il mondo della birra in Italia, ne descrive le dinamiche, le tendenze, celebra i successi ed evidenzia le difficoltà ma, soprattutto, esprime l'impegno e la passione che i birrai ed i maltatori italiani dedicano al prodotto lavorando con cura, collaborando lungo tutta la filiera di produzione e di distribuzione e dialogando con i consumatori e con gli stakeholder.

AssoBirra, dal lontano 1907, rappresenta questo spirito e sostiene con forza il valore economico, sociale e culturale della nostra birra. In questi 110 anni molte cose sono cambiate. Il settore è stato capace di rinnovarsi ed innovare, di superare le difficoltà e di cogliere opportunità, ma ciò che non è mai cambiata è la dedizione e la passione di tutte le persone che lavorano nella filiera della birra italiana.

Oggi l'Italia inizia a dare segnali di ripresa economica e noi siamo orgogliosi di poter affermare che la birra Made in Italy non ha mai rallentato: dal 2008 al 2014, negli anni cioè della più lunga crisi che il nostro Paese - e non solo - abbia sofferto dal secondo dopoguerra ad oggi, la produzione di birra in Italia è cresciuta segnando il picco storico con oltre 13,5 milioni di ettolitri, nonostante la significativa contrazione dei consumi pro-capite, rimasti stabili intorno ai 29 litri annui rispetto al record dei 31,1 litri annui registrato nel 2007. Ciò vuol dire che la birra italiana è riuscita a trovare con successo all'estero quella parte di clientela che le veniva a mancare sul territorio nazionale. Questo grazie alla fortissima reputazione di cui gode la nostra birra, reputazione consolidata nel nostro Paese e sempre più in crescita a livello internazionale, soprattutto nei Paesi a grande tradizione birraria; e grazie all'impegno di un settore che - nella sua intera filiera - continua ad investire con risultati di eccellenza in termini di innovazione, di qualità di prodotto e di processo, di sostenibilità ambientale. Tra il 2007 ed il 2011 il volume dell'export della birra italiana è infatti raddoppiato raggiungendo i 2 milioni di ettolitri, volume rimasto poi stabile nel triennio successivo.

Nel 2015, quando l'economia italiana è finalmente tornata a crescere, il nostro settore si è rilanciato, tanto nella produzione quanto nei consumi. I dati del 2016 illustrati nella presente pubblicazione lo evidenziano chiaramente (e il trend è proseguito anche nel primo semestre 2017): la produzione ha toccato l'ennesimo record con 14,5 milioni di ettolitri, di cui quasi 2,6 milioni esportati, e i consumi sono tornati a superare i 31 litri annui pro-capite.

Questi numeri, visti da un'altra prospettiva, vogliono dire centinaia di migliaia di posti di lavoro nella filiera (considerando l'indotto allargato) ed entrate complessive per lo Stato di miliardi di euro ogni anno.

I risultati sono sicuramente positivi ed incoraggianti ma per AssoBirra rappresentano semplicemente un punto di partenza verso nuovi e ancor più ambiziosi traguardi, a condizione che la birra italiana sia messa nelle condizioni di competere ad armi pari con la concorrenza straniera.

Crediamo che il settore birrario nazionale, nella sua variegata realtà fatta di birrifici grandi, medi e piccoli distribuiti su tutto il territorio nazionale, abbia dimostrato di saper andare avanti anche quando la corrente era decisamente sfavorevole.

E ci riferiamo non solo al recente contesto economico ma, soprattutto, al quadro normativo-fiscale in cui la birra italiana si è trovata ad operare negli ultimi anni. Più precisamente dall'autunno 2013, quando è entrato in vigore il primo degli aumenti sulle accise della birra stabiliti dal Governo di allora; aumenti che, complessivamente, hanno incrementato le accise sulla birra del 30 per cento in appena 15 mesi, portandole ad un livello fra i più alti in Europa: solo per fare due esempi, il quadruplo e il triplo di quelle vigenti in due grandi Paesi produttori (ed esportatori) come Germania e Spagna.

Che la birra made in Italy abbia, malgrado questo forte svantaggio competitivo, ottenuto i risultati esposti nel report è l'ulteriore, definitiva, conferma della vitalità e delle potenzialità, non ancora completamente espresse, del nostro settore.

Grazie all'incessante battaglia portata avanti da AssoBirra, anche il Legislatore ha finalmente preso atto di tutto questo con una decisione che, per il suo significato politico, si è rivelata uno degli avvenimenti più importanti del 2016.

Durante la discussione della Legge di Bilancio per l'anno 2017, il Parlamento ha infatti approvato un emendamento proposto dal Governo che ha abbassato l'accisa sulla birra di 2 centesimi portandola da 3,04 euro a 3,02 euro hl/°Plato, valore in vigore dal 1° gennaio di quest'anno.

Ciò che il settore ora chiede è un intervento strutturale in tema di accise, basato su importi e tempistiche certi e graduali, ma anche un impegno a supporto dell'intera filiera della birra che vada a rafforzarne la sostenibilità e ad agevolare l'assunzione di nuovi addetti, l'aumento della produttività, la qualità del prodotto, al fine di rendere la birra un elemento sempre più distintivo dell'industria agroalimentare italiana sui mercati domestico ed estero.

A fronte di questo supporto, i produttori continueranno a fare la propria parte. Forti di un'offerta che non teme confronti nel mondo, sono pronti a generare occupazione, a far nascere imprese, a tornare ad investire nel nostro Paese e a compiere un ulteriore salto di qualità nell'export e nella vocazione internazionale.

Meno tasse, meno burocrazia e provvedimenti a supporto della filiera della birra sono la scelta giusta per sostenere un settore importante dell'agroalimentare italiano ma, anche, un forte contributo per aiutare l'Italia in una ricrescita che finalmente sembra abbia preso il via ma che ora occorre consolidare.

Michele Cason

Presidente AssoBirra

INTRODUCTION

Over the past years, through its Annual Report, AssoBirra has managed to illustrate the state of the beer industry within Italy. It described the dynamics within said industry, the trends, celebrated its successes and highlighted the hardships faced. But above all, it has shown the amount of effort and passion the Italian brewers and malt producers have invested, their dedication to creating a product with care whilst collaborating with the entire industry (production and distribution), and establishing an open dialogue with consumers and stakeholders alike.

Since 1907, AssoBirra has been the embodiment of this spirit by strongly supporting the economic, social and cultural values of our beer. Over the past 110 years many things have changed. The industry was able to renew itself, innovate, overcome difficulties and grasp new opportunities. However, what will forever remain unchanged is the dedication and passion shown by all people that work within the Italian beer industry.

Today, Italy has started to manifest signs of an economic upswing after years of recession and we can proudly say that beer made in Italy has never shown signs of slowing down. In fact, between 2008 and 2014, during the longest crisis our country and others have faced since the second world war, Italian beer production has grown, reaching an all-time high of 13.5 million hectoliters. This happened despite consumption remaining at a stable 29 liters per person, noticeably lower than the record high of 31.1 liters per year documented in 2007. In other words, Italian beer has managed to successfully make up for its drop in national clients by selling abroad.

This is made possible by the high reputation of our beers, one that is strong and well established within the country and one that is increasingly growing on an international scale, especially within countries traditionally known for drinking beer. Moreover, this success is due to an industry that continues to invest every step of the way on innovation, product and process quality, and environmental

sustainability, obtaining excellent results. Between 2007 and 2011 the volume of Italian beer exported has doubled, reaching 2 million hectoliters. Said volume has remained stable during the following 3 years.

In 2015 the Italian economy started to grow again, and our industry relaunched itself both in terms of production and consumption. The 2016 data found in this publication, clearly support this statement: production has once again reached a new record of 14.5 million hectoliters, of which almost 2.6 million were exported, and consumption has returned to its former glory of more than 31 liters per person per year (a trend that has continued in the first semester of 2017).

These numbers seen under a different light mean hundreds of thousands of new jobs within the entire industry and billions of euros each year in tax revenue for the state.

These results are without a doubt positive and promising, but are viewed by AssoBirra simply as a starting point, one that will lead to achieving even more ambitious goals. This can only be done if Italian beer is allowed to compete on the same playing field as its foreign competitors.

We believe that the national beer industry in its entirety, from large breweries to microbreweries, has shown that it can continue to move forward even with the odds so heavily stacked against it.

We are not simply referring to the recent financial crisis but more specifically to the amount of fiscal pressure Italian beer has found itself under over the past years. To be more precise, since autumn 2013, when the first of some government increases in excise taxes on beer occurred. A total increase of 30% over a short 15 month period, made excise taxes on beer in Italy amongst the highest in Europe: ie. Four times those of Germany and three times those of Spain, two of the biggest producers (and exporters) of beer in Europe.

The fact that beer made in Italy has, despite this huge competitive disadvantage, reached the results listed in this report, once again confirms the vigor and potential that

remains untapped within our industry.

Thanks to the never ending battle led by AssoBirra, legislators have finally taken these facts into account by making a decision that bares great political significance. A decision that turned out to be one of the most important of 2016.

Whilst discussing the 2017 "Finance Bill", the parliament approved an amendment proposed by the government which lowers the excise taxes on beer by 2 euro cents, going from 3,04 euro to 3,02 euro hL°Plato, that was put in effect by January first of this year.

What the industry is currently asking for is a firm and gradual structural intervention on the costs and timing of excise taxes, as well as a commitment to support the entire beer industry which in turn would reinforce its sustainability, facilitate new job opportunities, increase productivity and quality of the products, with the aim to make beer an ever more present part of the Italian food industry both domestically and abroad.

Based on this support, the producers will continue to play their part. Strong with a skill that does not fear comparisons in the world, we are ready to generate more jobs, to create new startups, to return to investing in the country, as well as to grow further the export market and international recognition of Italian beer.

Less taxation, less bureaucracy and taking real measures to support the beer industry are the only choices we have to keep healthy an important sector within the Italian food industry. These would go a long way in helping Italy consolidate and further its economic regrowth.

Michele Cason
President of AssoBirra



01 / TRENDS

CONSUMI DI BIRRA



% SUI CONSUMI TOTALI



EXPORT



IMPORT



SALDO COMMERCIALE



BEER CONSUMPTION: 2007: 31.1 LITERS PER CAPITA / 2011: 29.8 LITERS PER CAPITA / 2016: 31.1 LITERS PER CAPITA

% OF TOTAL CONSUMPTION: 2007: 45.5% ON-TRADE - 54.5% OFF-TRADE / 2011: 41.8% ON-TRADE - 58.2% OFF-TRADE / 2016: 41.2% ON-TRADE - 58.8% OFF-TRADE

EXPORT: 2007: 1.1 MILLION HECTOLITERS / 2011: 2.1 MILLION HECTOLITERS / 2016: 2.6 MILLION HECTOLITERS (HIGHEST OF ALL TIME)

IMPORT: 2007: 6.1 MILLION HECTOLITERS / 2011: 6.4 MILLION HECTOLITERS / 2016: 6.9 MILLION HECTOLITERS

COMMERCIAL BALANCE: 2015: -4.6 MILLION HECTOLITERS / 2016: -4.3 MILLION HECTOLITERS

LA RIPRESA SI RAFFORZA. I CONSUMI TORNANO AI VALORI PRE-CRISI

NEL 2016 I CONSUMI DI BIRRA HANNO CONFERMATO LA RIPRESA INIZIATA L'ANNO PRECEDENTE RITORNANDO AL MASSIMO SEGNATO NEL LONTANO 2007, CON 31,1 LITRI PRO-CAPITE. È PROSEGUITO L'AUMENTO DELL'EXPORT, PARI A 2,6 MILIONI DI ETTOLITRI. MA IL SALDO NEGATIVO IMPORT-EXPORT SI MANTIENE ELEVATO (-4,3 MILIONI DI ETTOLITRI), A CAUSA DELL'ANOMALO CARICO DI ACCISE CHE CONTINUA A GRAVARE SULLA BIRRA ITALIANA PENALIZZANDOLA RISPETTO ALLA CONCORRENZA STRANIERA. SUL FRONTE DELLE ACCISE, COMUNQUE, NEL 2016 SI È REGISTRATA UNA PRIMA, INCORAGGIANTE, INVERSIONE DI TENDENZA.



CONSUMI TORNATI AI LIVELLI PRE-CRISI MA NELLA UE RIMANIAMO AGLI ULTIMI POSTI

Nel 2016 i consumi della birra in Italia sono stati pari a 18.873.000 ettolitri, con una lieve contrazione (-0,2%) rispetto al 2015, anno che - però - aveva registrato un sensibile incremento (+6,5%) rispetto al precedente.

Più indicativo il risultato ottenuto in termini di consumi pro-capite, il cui andamento negli ultimi dieci anni ha rispecchiato quello dell'economia italiana, con una accentuazione di ulteriore positività. Nel 2016 il consumo pro-capite di birra ha segnato i 31,1 litri/anno, lo stesso valore (record) che aveva toccato nel 2007, ultimo anno prima dell'inizio della più lunga crisi economica che abbia colpito l'Italia (e non solo) negli ultimi decenni.



Non occorre comunque dimenticare che, malgrado la “ripresa”, i consumi di birra nel nostro Paese rimangono agli ultimi posti della graduatoria europea, con un valore pari a meno della metà della media UE (70 litri) e da 3 a 5 volte inferiore a quello dei Paesi in testa alla classifica: Repubblica Ceca (143 litri), Germania (106), Austria (106), Polonia (98).

CONSUMI: SEMPRE PIÙ DOMESTICI E CON UN OCCHIO ATTENTO AI PREZZI

Un altro elemento di riflessione, malgrado la ripresa quantitativa del mercato, è rappresentato dal perdurare di due fenomeni che abbiamo già segnalato negli anni precedenti e che indicano una persistente propensione al

risparmio da parte degli italiani nei consumi di birra.

- **Si accentua la prevalenza del consumo in casa rispetto a quello fuori casa.** Nel 2016 i consumi di birra Fuori Casa (On Trade) sono stati pari al 41,2% del totale, diminuendo ancora rispetto al 2015 (41,5%), con il restante 58,8% rappresentato dagli acquisti nella distribuzione moderna e tradizionale (Off Trade). È la conferma di un trend in atto da quasi un decennio: nel 2007, ultimo anno prima della crisi, i consumi in bar, ristoranti, pub, ecc. erano pari al 45,5%, quelli domestici al 54,5%.
- **Rimane la preferenza verso i prodotti più economici.** Nel 2016 le Specialità (il segmento più di nicchia) hanno rappresentato il 13,3% delle vendite totali. In testa il Main Stream, con il 46%, seguito da Premium (32%), Private Label (6,8%), Economy (1,4%) e Analcoliche (0,5%). L'analisi del trend storico mostra la modifica delle abitudini di acquisto degli italiani: rispetto al 2008 il settore più penalizzato è il Premium, che - malgrado la buona intonazione registrata nel 2016 - in otto anni ha perso circa il 20% di quota di mercato.

L'OCCUPAZIONE DELLA FILIERA RIMANE STABILE. CONTINUANO A CRESCERE I BIRRIFICI ARTIGIANALI

Nel 2016 l'occupazione complessiva nella filiera birraria è rimasta sostanzialmente invariata rispetto all'anno precedente, attestandosi a 137.000 unità, fra addetti diretti (5.350), indiretti (17.400) e indotto allargato (114.250). L'aumento della produzione registrato nello stesso periodo (si veda il prossimo capitolo) è stato dunque ottenuto grazie allo sforzo compiuto dall'intera filiera.

In tale contesto va sottolineata la persistente crescita del settore dei birrifici artigianali, la novità più significativa del settore birrario dell'ultimo decennio. Il numero di queste realtà imprenditoriali, in gran parte giovanili e ad alta intensità occupazionale, è più che sestuplicato dal 2008 al 2016, passando da 113 a 718 (dato aggiornato a luglio 2017), cui si aggiungono 225 brew pub.

EXPORT-IMPORT: IL SALDO COMMERCIALE RIMANE NEGATIVO

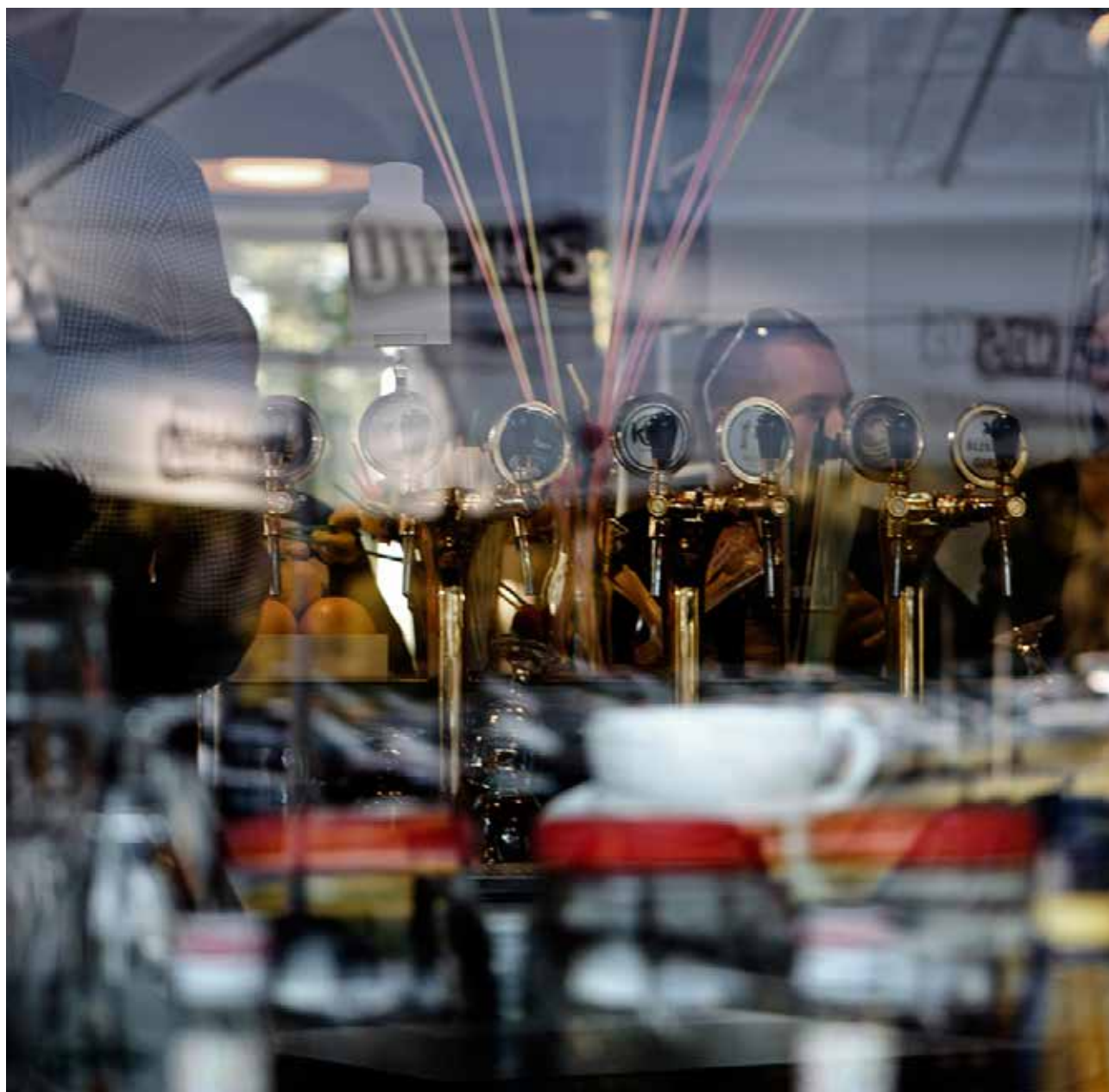
Nel 2015 la birra italiana aveva raggiunto il record storico dell'export, con oltre 2,5 milioni di ettolitri: un risultato straordinario, se si pensa che è più del triplo di quanto era stato ottenuto appena dieci anni prima (781 mila nel 2006). Nel 2016 quel valore - che certifica la qualità e il gradimento nel mondo della birra made in Italy - è ulteriormente migliorato, sfiorando i 2,6 milioni.

Tuttavia anche l'import segna livelli ancora molto elevati - 6,9 milioni di ettolitri - anche se in diminuzione rispetto ai 7,2 milioni (record storico) del 2015. Rimane dunque negativa la nostra bilancia commerciale della birra, pari a -4,358 milioni di ettolitri.

In termini di destinazioni, il mercato UE ha assorbito oltre 2

milioni di ettolitri di birra prodotta in Italia (l'80% dell'export totale), con la Gran Bretagna ancora nettamente in testa (quasi 1,3 milioni), seguita da Francia (124 mila), Germania (70 mila) e Paesi Bassi (56 mila). Fra i Paesi extra-europei, di gran lunga in testa gli USA (196 mila ettolitri), seguiti da Australia (47 mila) e Albania (42 mila).

Il principale esportatore di birra nel nostro Paese si conferma la Germania, con quasi 3 milioni di ettolitri (il 43% del totale dell'import italiano totale), seguita a lunga distanza dai Paesi Bassi (11,2%) e dal Belgio/Lussemburgo (11,1%). Complessivamente dai Paesi UE continua a provenire la quasi totalità (95,5%) delle nostre importazioni, mentre fra quelli extraeuropei la parte del leone è del Messico, da cui proviene il 3,5% del nostro import birrario.



ECONOMIC RECOVERY IS CONSOLIDATING. CONSUMPTION IS BACK TO PRE-CRISIS LEVELS

IN 2016 THE GROWTH IN BEER CONSUMPTION CONFIRMED THE RECOVERY OF THE PREVIOUS YEAR, ONCE AGAIN REACHING AN ALL-TIME HIGH, FIRST OBSERVED BACK IN 2007, OF 31.1 LITERS PER CAPITA. EXPORTS HAVE CONTINUED TO GROW REACHING 2.6 MILLION. HOWEVER, DUE TO THE ABNORMAL AMOUNT OF EXCISE TAXES ITALIAN BEER FACES (DESPITE SOME FIRST ENCOURAGING SIGNS OF CHANGE), THE NEGATIVE IMPORT-EXPORT BALANCE REMAINS HIGH (-4.3 MILLION HECTOLITERS).

DESPITE CONSUMPTIONS RETURNING TO PRE-CRISIS LEVELS, WE REMAIN AMONG THE LOWEST IN THE EU

In 2016 beer consumption in Italy amounted to 18,873,000 hectoliters, a slight decrease (-0.2%) compared to 2015, which in turn had shown a sizable increase (+6.5%) compared to 2014.

More important are the results regarding consumption per capita, which over the past 10 years have been mirroring the Italian economic trends by showing increasingly more promise. In 2016, beer consumption per capita reached 31.1 liters/year, the same record values observed in 2007 (the last year before Italy and other countries were plunged into the longest economic crisis of the past decades).

We must not forget that despite this slight "upswing", beer consumption in our country remains amongst the lowest in Europe, with figures that are less than half of the EU average (70 liters) and 3 to 5 times less than countries with the highest consumption: Czech Republic (143 liters), Germany (106 liters), Austria (106 liters), Poland (98 liters).

CONSUMPTION: INCREASINGLY DOMESTIC AND WITH A WATCHFUL EYE ON PRICE

Some further food for thought. Despite this market upswing we still notice a couple of phenomena that we have touched upon in the past years. These indicate a persistent propensity by the Italian public to spend less on beer consumption.

• **There is an emphasis on Off-Trade consumption compared to On-Trade.** In 2016, 41.2% of all beer consumed was done so On-Trade, a figure that has decreased even further since 2015 (41.5%). The 58.8% remaining represent modern and traditional distribution (Off-Trade). This confirms a trend that has been

occurring for almost a decade: in 2007, the last year before the financial crisis, consumption in bars, restaurants, pubs, etc. was equal to 45.5%, and Off-Trade to 54.5%.

• **Italians prefer more economic products.** In 2016, Specialties (the more niche market) represented 13.3% of total sales. The most popular was Main Stream with 46%, followed by Premium (32%), Private Label (6.8%), Economy (1.4%), Non-Alcoholic (0.5%). By analyzing previous trends, we can clearly see how the shopping habits of the Italians have changed. Compared to 2008 the sector that has been penalized the most is the Premium sector, which despite a good start in 2016, over the past 8 years it has decreased by 20%.

JOBS REMAIN STABLE WITHIN THE INDUSTRY. MICRO BREWERIES CONTINUE TO GROW

In 2016 the total number of jobs have basically remained unvaried compared to 2015, a total of 137,000 positions, which are comprised of direct labor (5,350), indirect labor (17,400) and the rest of the industry (114,250). The increase in production during this same period (see next chapter) has therefore been due solely to efforts made by the industry as a whole.

With this in mind, the persistent growth of the microbrewery sector must be seen as a highlight and therefore as the most noticeable innovation within the beer industry of the past decade. The number of these businesses, run largely by younger entrepreneurs with a high workload, has grown sixfold between 2008 and 2016, going from 113 to 718 microbreweries (numbers last updated in July 2017) and 225 brewpubs.

IMPORT-EXPORT: THE COMMERCIAL BALANCE REMAINS NEGATIVE

In 2015 Italian beer reached an all time record for exports, 2.5 million hectoliters. This is an extraordinary result if we consider that it has tripled over the past decade (781,000 in 2006). In 2016 this number, that can be seen as a confirmation of the quality and appreciation around the world for beer made in Italy, went up even further almost hitting 2.6 million.

Nevertheless, import numbers remain very high (6.9 million hectoliters) even after their recent decline which commenced in 2015 (7.2 million). Our commercial balance regarding beer remains therefore negative -4.358 million hectoliters.

In terms of its destination, 2 million hectoliters of Italian beer reach the EU markets (80% of Italy's total exports). Great Britain receives 1.3 million, followed by France 124 thousand, Germany 70 thousand and the Netherlands 56 thousand. Amongst the non-European countries, USA is by far ahead with 196 thousand hectoliters, followed by Australia 47 thousand and Albania 42 thousand.

The main beer exporter within our country is Germany with almost 3 million hectoliters (43% of Italy's total beer imports), followed by a distant Netherlands (11.2%) and Belgium/Luxembourg (11.1%). Almost all of the beer imports in Italy come from the EU (95.5%), with Mexico representing the largest non-European import at 3.5%.



02 / VALORE ECONOMICO, SOCIALE E AMBIENTALE

ECONOMIC, SOCIAL AND ENVIRONMENTAL VALUE

PRODUZIONE AL MASSIMO STORICO

2015
14,29 MILIONI HL



2016
14,52 MILIONI HL

REPUTAZIONE AL VERTICE EUROPEO

65,0
MEDIA UE



78,2
ITALIA



UNA RICCHEZZA CRESCENTE PER IL PAESE

3,3
MILIARDI ANNUI
DI INTROITI
PER LE CASSE DELLO STATO



7,8
MILIARDI ANNUI
DI VALORE CONDIVISO GENERATO
(0,45 DEL PIL)

UN PRODOTTO SEMPRE PIÙ SOSTENIBILE

1992 - 2012

-8 MILIONI
DI LITRI DI ACQUA
UTILIZZATI



-660 MILA
MJ DI ENERGIA
CONSUMATA



-62 MILA
TONNELLATE DI CO2
IMMESSE IN ATMOSFERA



IMPEGNO AL 2020

-25%
DI ACQUA IMPIEGATA



-50%
DI CO2 EMESA

ALL TIME MAXIMUM PRODUCTION: 2015: 14.29 MILLION HL / 2016: 14.52 MILLION HL

REPUTATION AT THE TOP IN EUROPE: 78.2 ITALY / 65.0 EU AVERAGE

GROWING WEALTH FOR OUR COUNTRY:

3.3 BILLION EURO PER YEAR IN TAX REVENUE FOR THE STATE / 7.8 BILLION EURO PER YEAR IN GENERATED SHARED VALUE (0.45 OF THE GDP)

A PRODUCT THAT IS INCREASINGLY SUSTAINABLE:

1992 - 2012 -8 MILLION LITERS OF WATER USED / -660 THOUSAND MJ OF ENERGY CONSUMED / -62 THOUSAND TONS OF CO2 DISPERSED INTO THE ATMOSPHERE

COMMITMENT FOR 2020: -25% WATER USED / -50% CO2 EMISSIONS

BIRRA MADE IN ITALY: UNA RICCHEZZA PER IL PAESE, UNA REPUTAZIONE AL TOP IN EUROPA

NEL 2016 IL SETTORE BIRRARIO HA SEGNATO IL NUOVO MASSIMO STORICO DELLA PRODUZIONE, CON 14,5 MILIONI DI ETTOLITRI, CONFERMANDOSI UN IMPORTANTE ASSET ECONOMICO E SOCIALE DEL SISTEMA ITALIA, ALL'AVANGUARDIA PER QUALITÀ DI PRODOTTO E DI PROCESSO E PER SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE. CARATTERISTICHE, QUESTE, CHE PONGONO LA CONSIDERAZIONE DELLA BIRRA ITALIANA AI VERTICI EUROPEI.

NEL 2016 LA PRODUZIONE HA TOCCATO IL NUOVO MASSIMO STORICO

Nel 2016 la produzione di birra italiana ha superato per la prima volta la soglia dei 14,5 milioni di ettolitri, aggiornando ulteriormente al rialzo (+1,6%) il massimo storico toccato l'anno precedente (14,3 milioni), che a sua volta aveva registrato un significativo +5,7% sul 2014.

Da tre anni dunque, già prima che gli altri indicatori economici del Paese volgessero in positivo, il settore birrario nazionale ha ripreso a crescere trovando con successo - come si è visto nel capitolo precedente - all'estero quella parte di clientela che gli veniva a mancare sul territorio nazionale a causa della crisi dei consumi. E la tendenza della prima metà del 2017 conferma il trend, che finalmente può giovare della ripresa in atto anche nei consumi domestici.

UN RISULTATO LUSINGHIERO FRUTTO DELL'IMPEGNO DI TUTTA LA FILIERA

I risultati della birra italiana sono stati resi possibili dall'altissima reputazione di cui questa gode, consolidata nel nostro Paese e sempre più in crescita a livello internazionale, e dall'impegno di un settore che - in tutta la filiera - ha sempre continuato, e continua, ad investire con risultati di eccellenza in termini di innovazione, di qualità di prodotto e di processo, di sostenibilità ambientale.

Questo lusinghiero risultato è stato raggiunto malgrado, nello stesso triennio, la birra italiana sia stata colpita

da un inusitato incremento del carico fiscale (prima della positiva inversione di tendenza registrata dal 1° gennaio di quest'anno. Ma su ciò si veda meglio il capitolo successivo). In soli 15 mesi, da ottobre 2013 a gennaio 2015, le accise sulla birra sono aumentate del 30 per cento, ponendo il nostro Paese ai vertici della classifica nell'Europa continentale: in Germania e in Spagna, ad esempio, le accise sulla birra sono pari rispettivamente ad un quarto e ad un terzo di quelle vigenti in Italia. Non solo: nel mercato domestico la birra rimane l'unica bevanda

Beer is most appreciated

Beer category		
1	Italy	78.2
2	Bulgaria	78.1
3	Spain	76.7
4	Poland	75.0
5	Romania	74.1
6	Slovakia	73.4
7	Czech Republic	72.8
8	Portugal	71.1
9	Germany	69.9
10	Slovenia	69.8
11	Belgium	69.6
12	Croatia	67.2
13	Greece	67.1
14	Austria	65.7
15	The Netherlands	65.3
16	France	64.0
17	Switzerland	62.5
18	Norway	62.3
19	Hungary	62.1
20	United Kingdom	60.8
21	Malta	60.1
22	Denmark	60.1
23	Ireland	59.8
24	Sweden	59.3
25	Luxembourg	59.3
26	Finland	55.9
27	Lithuania	55.0
28	Cyprus	54.3
29	Turkey	50.0

European a



alcolica da pasto ad essere tassata pagando, addirittura, in proporzione accise più alte dei superalcolici. I frutti dell'impegno profuso dal settore birrario italiano emergono dai numeri: mentre sul fronte dei consumi - come si è visto - l'Italia rimane agli ultimi posti in Europa, su quello della produzione il nostro Paese è al decimo posto (posizione consolidata ormai da molti anni), con il 3,5% della birra prodotta nell'intero continente, davanti a Paesi di grande tradizione birraria quali Austria, Danimarca e Irlanda.

IN ITALIA LA REPUTAZIONE DELLA BIRRA È AL TOP D'EUROPA

Ma c'è un aspetto - di grande significato - in cui l'Italia, o meglio la birra italiana, detiene un primato assoluto in Europa: la reputazione fra i consumatori. Un aspetto di tipo qualitativo, ma che è stato misurato scientificamente dallo studio pubblicato nell'ottobre 2016, dal titolo "Perceptions about Beer and Breweries

in Europe", realizzato da Reputation Institute per conto di The Brewers of Europe, l'organismo che riunisce le associazioni nazionali dei produttori di birra di 29 Paesi europei, fra cui AssoBirra.

Premesso che il punteggio medio della reputazione della birra nei Paesi UE è stato di 65, con oscillazioni che vanno da 50 a 78,2 (un punteggio oltre 70 è considerato "strong"), il valore più alto è stato registrato proprio dall'Italia (78,2), seguita da Bulgaria (78,1), Spagna (76,7), Polonia (75), Romania (74,1), Slovacchia (73,4) e Repubblica Ceca (72,8). Di più: Italia e Spagna sono i soli due Paesi in cui l'apprezzamento della birra è superiore a quello del vino (75,7 in Italia, 73,7 in Spagna). Ancora: mentre in genere l'apprezzamento della birra è maggiore fra gli uomini che fra le donne, Italia e Spagna - di nuovo - fanno eccezione: nel nostro Paese il valore è identico per i due sessi (78,2), mentre in Spagna le donne (77,2) superano gli uomini (76,2).

ted in Italy

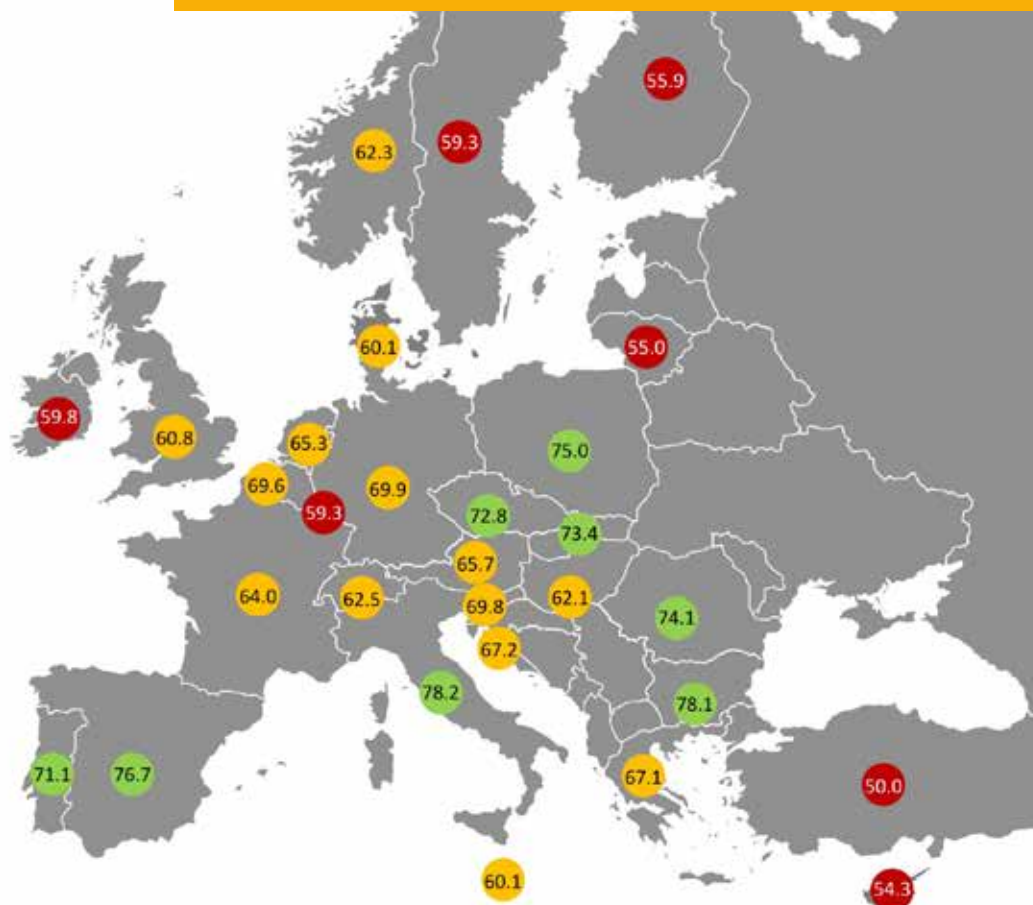
average:

65.5

Source: Reputation Institute and The Brewers of Europe

Beer Image Tracker - Perceptions about Beer and Breweries in Europe

October 2016





DALLA BIRRA UN FORTE CONTRIBUTO ECONOMICO E SOCIALE

Sul valore economico e sociale della birra in Italia, due sono gli studi più recenti dedicati al tema.

Il primo in ordine di tempo è l'edizione 2016 (pubblicata in gennaio) di "The Contribution made by Beer to the European Economy", realizzato da Europe Economics per The Brewers of Europe, che ha analizzato le Key Figures del settore in tutti i Paesi europei relativi all'anno 2014.

La birra italiana ha generato nel nostro Paese:

- 2,925 miliardi di euro di valore aggiunto (+9,6% rispetto al 2013);
- 3,314 miliardi di euro di introiti per le casse dello Stato tra accise, IVA, imposte sui redditi e sui salari, contributi sociali nel settore birrario e in quelli collegati (+11,3%).

L'altro studio è il primo rapporto "Birra valore condiviso", curato da Althesys per conto della Fondazione Birra Moretti e presentato nel maggio 2017.

Partendo dall'assunto che un'impresa rappresenta un moltiplicatore di sviluppo capace non solo di creare valore per sé stessa, ma di produrre un effetto leva positivo sul sistema economico, il rapporto ha calcolato in circa 7,8 miliardi di euro il valore condiviso generato dal settore birrario in Italia nel 2015: si tratta dello 0,48% del Pil nazionale e di oltre quattro volte il fatturato delle aziende produttrici.

In tale contesto risulta determinante il contributo dell'Ho.Re.Ca., che copre da solo il 58,5% circa di tale valore.

LA BIRRA ITALIANA È AI VERTICI ANCHE IN SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE

In materia di sostenibilità ambientale, il settore birrario italiano è oggi all'avanguardia in Europa.

In vent'anni ha abbattuto di circa due terzi la quantità di acqua consumata per produrre la birra, con un risparmio generale che ammonta a 8,8 miliardi di litri, equivalenti al fabbisogno idrico annuale dell'intera Valle d'Aosta. Nel contempo è diminuito di oltre un quarto il consumo di energia per ettolitro di birra prodotto, sceso da 177 MJ a 128 MJ. In misura ancora maggiore (-40% circa) sono diminuite le emissioni di CO₂, con un risparmio annuo pari a 62 mila tonnellate. Dal 1990 a oggi, malgrado l'aumento dei volumi produttivi e della percentuale di birra in bottiglia, il quantitativo di vetro è diminuito del 20% (da 522 mila a 404 mila tonnellate annue) grazie alla partnership con l'intera filiera per l'ottimizzazione della distribuzione del vetro nella bottiglia e quindi del suo peso. Analogamente, alleggerendo il peso delle lattine contenitore (da 17 a 13 grammi), il quantitativo di alluminio impiegato è sceso del 40%.

Entro il 2020, inoltre, le aziende birrarie italiane si sono impegnate a diminuire di un ulteriore 25% l'impiego di acqua e a far scendere del 40-50% rispetto al 1990 le emissioni di CO₂.

Infine due dati relativi al 2016: il 13,5% della birra venduta in Italia è stata distribuita in fusti, il sistema a minore impatto ambientale secondo le analisi internazionali di Life Cycle Assessment (LCA), una percentuale che pochi altri settori possono vantare; oltre 200 mila tonnellate di trebbie, estratte dal processo di fabbricazione, sono state destinate all'alimentazione animale.

BEER MADE IN ITALY: A SOURCE OF WEALTH FOR THE COUNTRY AND A REPUTATION AT THE TOP IN EUROPE

IN 2016 PRODUCTION REACHED AN ALL TIME HIGH

In 2016 production of Italian beer exceeded for the first time ever 14.5 million hectoliters, +1.6% more since the previous year's record of 14.3 million (+5.7% compared to 2014). Over the past 3 years, before noticing any positive economic trends within the country, the beer industry had started to grow again. And it was forced due to the crisis in consumption to make up for what it lacked nationally by finding clients abroad (as mentioned in the previous chapter). Furthermore the first half of 2017 also shows signs of the internal consumption market starting to recover.

A FLATTERING RESULT THANKS TO THE COMMITMENT OF THE ENTIRE INDUSTRY

These flattering results were obtained despite Italian beer being burdened by a rare yet damaging increase in fiscal pressure (previous to the slight improvements seen in January of this year). As a matter of fact over a period of 15 months, starting in September 2013 excise taxes on beer went up by 30%, placing Italy amongst the highest taxed countries in terms of beer in continental Europe. For example, Germany and Spain's excise taxes on beer are a fourth and a third of Italy's. Furthermore, within our domestic market, beer is still the only alcoholic beverage consumed during meals to be taxed, paying proportionally higher excise taxes than spirits. The huge commitment shown by the Italian beer Industry has produced numbers that speak for themselves: although on the consumption side of things Italy finds itself amongst the lowest in Europe, we are in 10th in terms of production (a position we have found ourselves in for the past several years), producing 3.5% of all beer made on the continent, ahead of countries traditionally known for brewing such as Austria, Denmark and Ireland.

ITALIAN BEER'S REPUTATION IS THE HIGHEST IN EUROPE

It is important to note that Italian beer holds the record for the highest reputation amongst consumers in Europe. This refers to the quality of the product and was measured scientifically in a paper called "Perceptions about Beer and Breweries in Europe" published in October 2016 by the Reputation Institute on behalf of The Brewers of Europe, an organization that unites national associations of beer producers from 29 European countries, AssoBirra included. We should start by saying that the average points awarded to EU countries for their "beer reputation" is 65, with figures that can vary from 50 to 78.2 (a score of above 70 is considered strong). The highest value awarded for reputation was Italy (78.2), followed by Bulgaria (78.1), Spain (76.7), Poland (75), Romania (74.1), Slovak Republic (73.4) and Czech Republic (72.8). Furthermore, Italy and Spain are the only two countries where appreciation for beer is higher than that of wine (75.7 in

Italy, 73.7 in Spain). Finally, whereas in most countries the appreciation of beer is higher amongst men than women, in Spain and Italy this is not the case. In our country it is the same for both sexes (78.2), whilst in Spain women's appreciation for beer is higher than men's (77.2 women, 76.2 men).

BEER: AN IMPORTANT SOCIAL AND ECONOMIC CONTRIBUTION FOR THE COUNTRY

Two recent studies show the impact beer has on the country both economically and socially.

The first paper to be published chronologically is the (January) 2016 paper called "The Contribution made by Beer to the European Economy", written by Europe Economics for The Brewers of Europe. This paper analyzed the Key Figures of the industry in all European countries during 2014.

Italian beer has generated for our country:

- 2.925 billion euro in terms of Added Value (+9.6% compared to 2013);
- 3.314 billion euro in terms of state taxes amongst which excise taxes, VAT, income tax, social benefits and more (+11.3%).

The second study, is the first "Beer: a shared value" report written by Althesys on behalf of the Birra Moretti Foundation and published in May 2017. If we take for granted that a business can represent an important multiplier in terms of development, one that is not only able to create value for itself but to have an effect on the financial system of a country, the report calculated that in 2015 the beer industry in Italy had a shared value of approximately 7.8 billion euro. This is equal to 0.48% of national GDP and more than four times the turnover of all producers combined.

We therefore can see that Ho.Re.Ca. plays a critical role by contributing 58.5% of the total value alone.

ITALIAN BEER IS ALSO AT THE TOP IN TERMS OF ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY

In terms of environmental sustainability the Italian beer industry is at the forefront amongst European countries.

Over the past 20 years it has reduced by two thirds the quantity of water used during the production of beer saving a total of 8.8 billion liters, or simply put the total amount of water required annually by the Aosta Valley. Simultaneously the Italian beer industry has reduced by more than a quarter its energy consumption per hectoliter of beer, going from 177 MJ to 128 MJ. What's even more impressive is the reduction of CO2 emissions (approximately -40%), equal to 62 thousand tons per year. Despite the increase in production volume and percentage of bottled beers, since 1990 the amount of glass used has been reduced by 20% (from 522 thousand to 404 thousand tons per year). This was made possible thanks to an effort made by the entire industry to optimize the use of glass in bottles and subsequently its weight. By the same token, the quantity of aluminium used was cut by 40%, by reducing the weight of tin cans from 17 to 13 grams. Furthermore by 2020 the businesses within the Italian beer industry have committed to reducing their water consumption by a further 25%, as well as cut their CO2 emissions by 40-50% compared to those of 1990.

Finally, in regards to 2016:

- 13.5% of beer sold in Italy was distributed via kegs, the method with the least environmental impact according to an international research performed by Life Cycle Assessment (LCA);
- over 200 thousand tons of treshing (spent grain) were sent to be used as animal food.

L'UNICA
BIRRA
CHE PAGHI
DUE VOLTE

BIRRA
ITALIANA
DAL 2013

FISC*ALE

50%
TASSE

NUM TAXES

BIRRA
ITALIANA
DAL 2013

NUM TAXES

03 / BIRRA E FISCO

BEER AND TAXATION

LE ACCISE SULLA BIRRA



+ 30% IN 15 MESI



LA BIRRA RAPPRESENTA
IL **20%**
DEL CONSUMO DI ALCOL IN ITALIA



MA PAGA
IL **50%**
DELLE ACCISE SUGLI ALCOLICI



DAL 1° GENNAIO 2017

**LE ACCISE SONO DIMINuite A 3,02 EURO
PER ETTOLITRO/GRADO PLATO**

**-15 MILIONI DI EURO IN TRE ANNI
(2017-2019)**

EXCISE TAXES ON BEER

1ST OCTOBER 2013 2.35 EURO PER HECTOLITER/PLATO

1ST JANUARY 2015 3.04 EURO PER HECTOLITER/PLATO

+30% IN 15 MONTHS

BEER REPRESENTS 20% OF ALCOHOL CONSUMED IN ITALY
YET BEER PAYS 50% OF EXCISE TAXES ON ALCOHOLIC BEVERAGES.

SINCE JANUARY 1ST 2017

EXCISE TAXES HAVE BEEN REDUCED TO 3.02 EURO PER HECTOLITER/PLATO
-15 MILLION EURO OVER 3 YEARS (2017-2019)

2016, DOPO TRE ANNI DI BATTAGLIA LE ACCISE SI RIDUCONO. UN PUNTO DI PARTENZA

IL 1° GENNAIO 2017 LE ACCISE SULLA BIRRA, CHE ERANO AUMENTATE DEL 30 PER CENTO FRA OTTOBRE 2013 E GENNAIO 2015, SONO DIMINUITE. UN PRIMO, SIGNIFICATIVO RICONOSCIMENTO ALL'IMPEGNO PROFUSO SUL TEMA DA ASSOBIIRRA, IN NOME DEL SETTORE, DELLA FILIERA E DEI CONSUMATORI. ORA SI TRATTA DI ANDARE AVANTI, CON UN INTERVENTO STRUTTURALE CHE TOCCHI TUTTO IL SETTORE, BASATO SU TEMPISTICHE E IMPORTI CERTI E GRADUALI, MA ANCHE CON UN IMPEGNO DELLE ISTITUZIONI A SUPPORTO DELL'INTERA FILIERA.

Il 2016 ha rappresentato l'anno dell'inversione di marcia nel turbolento rapporto fra birra e fisco.

Gli aumenti delle accise stabiliti dal Governo di allora a fine settembre 2013 e per gli anni successivi hanno da subito impegnato AssoBirra in una intensa attività di comunicazione e dialogo con le istituzioni, mirata a salvaguardare e proteggere il settore da un eccessivo e pericoloso aumento del carico fiscale.

La nostra Associazione ha intrapreso questa battaglia con l'obiettivo di diffondere un messaggio chiaro e inequivocabile: l'eccessiva pressione fiscale gravante sulla birra mette a rischio la competitività delle aziende e la crescita della filiera, limita la capacità delle imprese di essere competitive nei mercati internazionali e favorisce le importazioni a scapito dello sviluppo e dell'innovazione. In definitiva, aumentare le accise non risolve i problemi del Paese. Al contrario, ne risentono i consumatori, le aziende birrarie, il mercato del lavoro e quello della distribuzione.

L'impegno di AssoBirra aveva raccolto un primo significativo risultato nel marzo 2014, quando con un emendamento al Decreto Destinazione Italia, approvato all'unanimità dalle Commissioni Finanze e Attività Produttive della Camera, era stato ottenuto il "congelamento" per 10 mesi del terzo dei quattro scaglioni di aumenti previsti dal Governo.

L'impegno è proseguito nel 2015 e nel 2016, dopo l'entrata in vigore - il 1° gennaio 2015 - dell'ultimo degli aumenti previsti, che ha portato il prezzo delle accise dagli iniziali 2,35 (ottobre 2013) a 3,04 euro per ettolitro e grado Plato.

OLTRE 115.000 ITALIANI HANNO GIÀ DETTO NO. MA
LE TASSE SULLA BIRRA
CONTINUANO AD AUMENTARE

+120%
NEGLI ULTIMI 12 ANNI

**UNA SITUAZIONE INSOSTENIBILE PER
35 MILIONI DI ITALIANI** CHE HANNO IL PIACERE DI BERSI UNA
BIRRA

OLTRE 600 PRODUTTORI ITALIANI
136.000 FAMIGLIE E MIGLIAIA DI IMPRESE
CHE LAVORANO CON E NEL SETTORE

FIRMA ORA!
E FAI FIRMARE LA PETIZIONE PER RIDURRE LE ACCISE SULLA BIRRA

PERCHÉ UN ECCESSIVO CARICO FISCALE SULLA BIRRA PENALIZZA TUTTI

Nel giugno 2015 AssoBirra, Confimprese, Confagricoltura e Fipe presentarono a Milano i risultati di uno studio di Format Research, con una fotografia dell'impatto - importante - che gli aumenti fiscali stavano avendo sul business di tutti: agricoltori, produttori, esercenti di bar e ristoranti, imprese della distribuzione e dei servizi. La ricerca mostrava come l'aumento delle accise stesse mettendo in seria difficoltà i produttori e, di conseguenza, tutta la filiera a monte e a valle: 1 azienda su 2 dichiarava di non essere riuscita ad assorbire gli aumenti del 2014 e il 43% che lo stesso sarebbe accaduto per quelli del 2015. La ricerca, però, evidenziava anche ampi margini di positività: il 44% delle imprese birrarie si diceva pronto ad assumere nuovo personale se le accise fossero tornate al livello pre-aumenti. Mentre, con accise al livello di Germania e Spagna, il numero delle imprese birrarie che si dicevano pronte ad assumere nuovo personale saliva al 60%.

Nell'ottobre dello stesso anno, a 24 mesi dall'entrata in vigore del primo aumento delle accise, AssoBirra incaricò REF Ricerche di analizzare l'impatto dell'incremento del carico fiscale sul settore. Lo studio, dal titolo "Fiscalità, domanda, attività produttiva", mise in evidenza almeno due effetti critici:

- l'evidente "anomalia" della birra italiana: rispetto al resto d'Europa, dal momento che tra Iva e accise l'imposizione fiscale su questo prodotto era diventata una delle più alte in vigore nel Vecchio Continente; ma anche sul mercato interno, in quanto la birra risultava

Pier Paolo Baretta
@PPBaretta

Following

Riduzione delle #accise per la #birra è sostegno a un settore in crescita, ora misure per piccoli e medi #birrifici
pierpaolobaretta.it/sito/la-riduzi ...



07:44 - 25 nov 2016

Quotidiano del
Fisco **24 DRE**
NORME & TRIBUTI

Home - Quotidiano - Scadenze - Firmatissime

22 Dic 2016

IMPOSTE INDIRETTE
Accise, aliquote sulla birra in discesa dal 2017

di Giovanni Peruginelli

La legge di bilancio 2017 inverte la tendenza al rialzo dell'aliquota di accisa sulla birra, riducentola da 3,04 a 3,02 euro per ettolitro e grado a partire dal prossimo 1° gennaio. La misura è quella risultante dal combinato disposto tra l'allegato I al Digs 504/1995 (Testo unico delle accise) e le corrispondenti determinazioni del direttore dell'agenzia delle Dogane e del Monopoli, cui spetta in concreto stabilirne la misura. Nello specifico il comma 25 dell'articolo 1 della legge di ...

essere l'unica bevanda alcolica da pasto soggetta ad accise, per di più superiori - in proporzione - a quelle in vigore sui superalcolici;

- la riduzione di redditività delle aziende, impossibilitate per ragioni di mercato (crisi economica, concorrenza dall'estero) a ribaltare - anche parzialmente - gli aumenti sul prezzo finale, con inevitabili conseguenze sulle possibilità di investimento e di nuova occupazione.

DAL 1° GENNAIO 2017 LA SVOLTA: LE ACCISE SULLA BIRRA DIMINUISCONO

La fondatezza delle argomentazioni portate avanti dal settore, unita alla campagna di relazioni pubbliche e all'incessante impegno sul fronte delle relazioni istituzionali, alla fine ha prodotto un primo vero salto di qualità.

Con un emendamento presentato alla Legge di Bilancio per l'anno 2017, condiviso da Governo e forze parlamentari, l'accisa è stata ridotta da 3,04 euro a 3,02 euro per ettolitro e grado Plato. Un'operazione che si traduce in un controvalore di circa 15 milioni di euro, distribuiti su 3 anni.



IL TESTO DELL'EMENDAMENTO

A decorrere dal 1° gennaio 2017 l'aliquota di accisa sulla birra di cui all'Allegato I al testo unico delle disposizioni legislative concernenti le imposte sulla produzione e sui consumi e relative sanzioni penali e amministrative, approvato con il decreto legislativo 26 ottobre 1995, n. 504, e successive modificazioni, è rideterminata in euro 3,02 per ettolitro e per grado-Plato. Conseguentemente, alla Tabella A, voce Ministero dell'economia e delle finanze, apportare le seguenti variazioni:

2017:	-4.800.000
2018:	-4.300.000
2019:	-4.500.000

LA RICHIESTA DI ASSOBIIRRA: UNA ULTERIORE RIDUZIONE, RAGIONATA E PROGRESSIVA, DELLE ACCISE PER CREARE OCCUPAZIONE E IMPRESA

AssoBirra e l'intero settore hanno accolto con grande soddisfazione l'operazione, che rappresenta senza dubbio uno spartiacque fondamentale dopo anni di crescente pressione fiscale.

Tutto questo deve però rappresentare un punto di partenza, e non di arrivo. AssoBirra ora chiede al Governo e al Parlamento un intervento strutturale, che tocchi tutto il settore, basato su importi e tempistiche certi e gradualità, ma anche un impegno a supporto dell'intera filiera. A fronte di ciò, i produttori potranno continuare a fare, con ancora maggiore efficacia, quello che hanno sempre fatto in passato: generare occupazione; far nascere imprese; tornare ad investire nel Paese; far crescere ulteriormente l'export e la vocazione internazionale della birra made in Italy.

Nuove sfide e nuovi progetti sono all'orizzonte, nell'auspicio di proseguire nel solco tracciato negli ultimi anni. #labattagliacontinua

AFTER THREE YEARS OF HARD WORK, IN 2016 EXCISE TAXES ARE REDUCED. IT'S A START

AFTER AN INCREASE OF 30% BETWEEN OCTOBER 2013 AND JANUARY 2015, ON 1 JANUARY 2017 EXCISE TAXES ON BEER WERE REDUCED. A FIRST AND MEANINGFUL ACKNOWLEDGEMENT OF THE EFFORTS MADE BY ASSOBIIRRA ON THE SUBJECT ON BEHALF OF THE INDUSTRY, THE PRODUCERS AND THE CONSUMERS. NOW WE NEED TO LOOK TO THE FUTURE, BY NOT ONLY MOVING FORWARD BY STRUCTURALLY INTERVENING IN A FIRM AND GRADUAL WAY ON COSTS AND TIMING OF EXCISE TAXES, BUT THROUGH THE COMMITMENT OF INSTITUTIONS TO HELP AND SUPPORT THE INDUSTRY AS A WHOLE.

2016 represented the year where the tides turned within the turbulent relationship between beer and taxation.

The increase in excise taxes established by the government in power at that time, during late September 2013 and for the following years, kept AssoBirra busy from the start. Through an intense communications campaign and an open dialogue with the institutions, we aimed to save and protect the industry from an excessive and dangerous increase in fiscal pressure.

Our association started this battle with a precise objective, to spread a clear and unmistakable message: the excessive fiscal pressure weighing on beer puts at risk the competitive nature of businesses and the growth of the industry. It limits the ways in which businesses can be competitive within the international market and favors imports which in turn is a detriment to development and innovation. In other words, increasing excise taxes is not a fix for the country's problems. Quite the opposite, everyone suffers, the consumers, the beer industry, the jobs market and distribution alike.

AssoBirra's commitment had seen significant results in March 2014 when an amendment to the "Destinazione Italia" decree was unanimously approved by the "Commissioni Finanze e Attività

Produttive della Camera” (Finance and Productivity Commissions) to freeze for next 10 months the third of four increases in excise taxes planned by the government.

AssoBirra's efforts continued throughout 2015 and 2016, following the last increase in excise taxes put in place by the government on 1 January 2015, which saw an increase from 2.35 (October 2013) to 3.04 euro per hectoliter/°Plato.

WHY DOES EXCESSIVE FISCAL PRESSURE ON BEER PENALIZE EVERYONE?

In June 2015, AssoBirra, Confindustria, Confagricoltura e Fipe presented in Milan the results of a study by Format Research clearly showing the impact the tax increase was having on everyone's business: farmers, producers, restaurant and bar owners, businesses within the service and distribution industry. The research showed how the increase in excise taxes was putting in jeopardy the producers, and subsequently the entire industry: 1 out of 2 businesses said that they were not able to cope with the 2014 increase and 43% said the same would happen for the increase in 2015.

On the other hand, the research also highlighted some very positive factors: 44% of the businesses within the beer industry said they were ready to hire more people if the excise taxes were to return to what they were before the increase. While 60% said they would hire more staff if excise taxes were to mimic those of Germany and Spain.

In October of the same year, 24 months after the first increase in excise taxes, AssoBirra entrusted REF Ricerche to analyze the impact the increase in fiscal pressure was having on the industry. The study titled “Fiscalità, domanda, attività produttiva” (Taxation, demand and productivity) highlighted at least 2 critical effects:

- *the obvious “anomaly” faced by Italian beer: VAT and excise taxes on beer are amongst the highest in Europe. Furthermore, these discrepancies are also seen within the country itself, where beer is the only alcoholic beverage to be consumed during meals subject to excise taxes which are, in turn, proportionally higher than those applied to spirits;*
- *the reduction in profitability of the businesses due to the economic crisis and foreign competition made them unable to unload (even partially) the increase in fiscal pressure on the clients, which inevitably had consequences on the investment and job opportunities available.*

A TURNING POINT: FROM 1 JANUARY 2017 EXCISE TAXES ON BEER DECREASE

Thanks to the arguments put forward by the beer industry, an intense public relations campaign and a constant commitment towards curating relations with the institutions, a first noticeable

step in the right direction has been made. Via an amendment proposed during the budget bill of 2017, supported by the government and parliament alike, it was decided that excise taxes on beer would be reduced from 3.04 euro to 3.02 euro per hectoliter/° Plato. A move that can be valued at approximately 15 million euro over 3 years.



The amendment

From 1 January 2017 onwards, the quota of excise taxes on beer in reference to the document “Attachment I” describing legislation concerning taxation on production and consumption of products and its relation to the penal and administrative sanctions established - found in the legislative decree n.504 on October 26, 1995 and its subsequent modifications - have been redetermined to be 3.02 euro per hectoliter/° Plato. Therefore, the following modifications to “Chart A”, under the entry of Ministry of Economy and Finance, should be made:

2017:	-4,800,000;
2018:	-4,300,000;
2019:	-4,500,000.

ASSOBIRRA'S REQUEST: A FURTHER WELL PLANNED AND GRADUAL REDUCTION IN EXCISE TAXES WITH THE GOAL OF INCREASING JOB AND BUSINESS OPPORTUNITIES

AssoBirra and the entire industry have embraced this new legislation, which represents without a doubt, after years of increasing fiscal pressure, an important turning point.

These advances, however, have to be viewed as a stepping stone and not as an end goal. AssoBirra now asks the government and parliament to firmly and gradually intervene structurally on costs and timing of excise taxes, as well as commit to help support the entire industry. These changes would allow producers to keep on doing more effectively what they have always done: generate new jobs, create new businesses, invest again in our country, as well as grow the export market and international recognition of Italian beer. New challenges and projects are at the door, with the hopes of continuing what we have achieved over the past years. #thewarcontinues



04 / ATTIVITÀ ISTITUZIONALI

INSTITUTIONAL ACTIVITIES

VINITALY (VERONA)



40
ESPOSITORI DI BIRRA



OLTRE 20
DEGUSTAZIONI

BIRRÒFORUM (ROMA)



42.000
BIRRE SPILLATE



15
BUYERS INTERNAZIONALI

TUTTOFOOD (MILANO)



80.146
VISITATORI



9.288
BUSINESS MEETING



500
EVENTI

GUIDA EXPORT 2017

476 PAGINE
75 SCHEDE PAESE
13 PARTNER

PREMIO CEREVISIA 2017

147
ETICHETTE
57
BIRRIFICI PARTECIPANTI

+50%
RISPETTO
ALL'EDIZIONE 2016

VINITALY (VERONA): 40 BEER STANDS / OVER 20 TASTINGS

BIRRÒFORUM (ROME): 42,000 BEERS SERVED / 15 INTERNATIONAL BUYERS

TUTTOFOOD (MILAN): 80,146 VISITORS / 9,288 BUSINESS MEETINGS / 500 EVENTS

EXPORT 2017 GUIDE: 476 PAGES / 75 COUNTRIES' DATA SHEETS / 13 PARTNERS

CEREVISIA 2017 PRIZE: 147 LABELS BELONGING TO 57 PARTICIPATING BREWERIES
+50% COMPARED TO THE 2016 EDITION

ASSOBIRRA AL FIANCO DEL SETTORE PER RACCONTARE L'ECCELLENZA DELLA BIRRA ITALIANA NEL MONDO

ASSOBIRRA CONTINUA A SOSTENERE LE IMPRESE DEL SETTORE BIRRARIO ATTRAVERSO LA PARTECIPAZIONE A GRANDI EVENTI FIERISTICI IN ITALIA E ALL'ESTERO, TRA TOKYO, VERONA, PARMA, ROMA, MILANO. ULTERIORI STRUMENTI DI PROMOZIONE DELLA BIRRA MADE IN ITALY SONO LA GUIDA ALL'EXPORT DELLA BIRRA, GIUNTA ALLA TERZA EDIZIONE E REALIZZATA IN COLLABORAZIONE CON ICE, E IL PREMIO CEREVISIA.

MARZO 2016: LA BIRRA ITALIANA PER IL TERZO ANNO AL FOODEX DI TOKYO

Grazie all'importante collaborazione con l'Agenzia ICE, AssoBirra ha partecipato per il terzo anno consecutivo al Foodex di Tokyo (8-11 marzo 2016) con l'obiettivo di aumentare la conoscenza delle birre italiane nel mercato asiatico che sta diventando sempre più importante. Alla collettiva AssoBirra hanno partecipato 4 produttori.

APRILE 2016-2017: AL VINITALY PER RACCONTARE IL MEGLIO DEL MADE IN ITALY BIRRARIO

Sia nel 2016 (10-13 aprile) sia nel 2017 (9-12 aprile) AssoBirra è tornata al Vinitaly di Verona, al quale partecipa consecutivamente dal 2012. Alla collettiva AssoBirra hanno partecipato, nel 2016, 30 espositori (solo di birra) saliti, nel 2017, a 40. Due grandi successi, resi possibili anche grazie alla partnership stretta con alcuni prestigiosi rappresentanti del made in Italy agroalimentare: un esempio su tutti Parmigiano Reggiano, con cui AssoBirra ha



organizzato delle degustazioni guidate di birra e parmigiano. Nel 2017 AssoBirra ha realizzato - in collaborazione con Fiera di Verona, Confcommercio Verona e Unione Degustatori Birra (UDB) - un'area di degustazione in cui si sono svolti oltre 20 eventi con il coinvolgimento di una ventina di buyers provenienti dall'estero. Da segnalare, infine, che nell'edizione 2016 la Birreria Italiana - in collaborazione con Vin Service, Liedherr, Birra&Sound - ha allestito un banco con venti spine e 10 birrifici. Tra le birre offerte c'era anche la FiscAle, la birra "limited edition" prodotta da AssoBirra per mettere in evidenza l'eccessivo carico fiscale che in Italia continua a pesare su questa bevanda.

MAGGIO 2016: A CIBUS CON 9 BIRRIFICI

Alla 18esima edizione di Cibus, il Salone Internazionale dell'Alimentazione che si svolge ogni due anni a Parma, AssoBirra ha partecipato indirettamente, sempre con il progetto della Birreria Italiana, con la presenza di 9 birrifici.

GIUGNO 2016: BIRRÒFORUM, LA KERMESSA ROMANA (E INTERNAZIONALE) DELLA BIRRA

Dal 24 al 29 giugno 2016 si è tenuta a Roma la quarta edizione di Birròforum, altro appuntamento ormai consueto per AssoBirra, dove 19 mila persone in 6 giorni hanno visitato il villaggio abbinando la birra alle proposte dei vari chef presenti, per degustazioni in cui il cibo di qualità era alla portata di tutti. I numeri principali della manifestazione: 7.000 metri quadrati; 32 birrifici artigianali; 20 artigiani del cibo da strada; 42.000 birre spillate; 32.800 cibi da strada consumati; 52 grossisti provenienti dalle principali regioni italiane; 6 laboratori di degustazione. Ultima, ma non per importanza, la presenza di 15 buyers internazionali che hanno potuto visitare alcuni birrifici romani associati ad AssoBirra.

SETTEMBRE 2016: MILANO BEER WEEK LA SETTIMANA DELLE BIRRE D'AUTORE

Dal 12 al 18 settembre 2016 è tornata la Milano Beer Week, una settimana dedicata alla birra d'autore. La formula, mutuata dagli esempi di altre grandi città europee come Parigi e Berlino, ha permesso ad appassionati e intenditori di degustare specialità in una ventina di locali cittadini (pub, birrerie, ristoranti, beershop), incontrare esperti italiani e stranieri e partecipare ad eventi di vario genere: incontri per intenditori, ma anche reading, concerti, ecc. Per il secondo anno consecutivo AssoBirra è stata partner della manifestazione distribuendo, fra l'altro, dei sottobicchieri

che richiavano la campagna in corso sulle accise #rivogliolamiabirra.

MAGGIO 2017: ASSOBIIRRA PARTNER DI TUTTOFOOD LA FIERA DEL FOOD & BEVERAGE D'ECCELLENZA

Dall'8 all'11 maggio 2017 si è tenuta la quinta edizione di TuttoFood, la fiera internazionale dedicata al food&beverage di eccellenza organizzata da Fiera Milano. AssoBirra, che è partner della manifestazione, ha realizzato un'area collettiva nella quale erano presenti alcuni associati. Le key figures dell'edizione 2017: 2.850 espositori, di cui il 21% stranieri provenienti da 40 Paesi; 80.146 visitatori, di cui il 23% stranieri; 9.288 business meeting; oltre 500 eventi tra seminari, convegni e show cooking nelle 4 Academy posizionate nei padiglioni; 2.902 giornalisti accreditati.



DUE NUOVE EDIZIONI DELLA GUIDA EXPORT DELLA BIRRA

Nel 2015 AssoBirra ha realizzato la prima "Guida Export", un manuale unico nel proprio genere destinato alle aziende birrarie per sostenere il processo d'internazionalizzazione del settore. La prima edizione venne presentata nell'ambito dell'Expo di Milano, il 1° ottobre 2015, alla presenza dei partner che, con il loro supporto, potevano sostenere efficacemente l'esportazione di birra: Ministero per lo



Sviluppo economico; Agenzia ICE con la sua rete di uffici in tutti i Paesi del mondo; Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM) per la tutela della proprietà industriale; Banco BPM per i pagamenti internazionali; SACE per i servizi assicurativo-finanziari a sostegno dell'export e dell'internazionalizzazione; Easyfrontier per le pratiche doganali; Centro di Eccellenza per la Ricerca sulla Birra dell'Università degli studi di Perugia (CERB) per quanto riguarda le analisi per l'export; The Brewers of Europe per conoscere i livelli delle accise e dell'IVA nei vari Paesi comunitari; lo studio legale Artom per la supervisione degli aspetti tecnici e legali degli argomenti trattati.

Vista la continua evoluzione dei mercati e delle regole di accesso agli stessi, nel 2016 la Guida è stata aggiornata, con presentazione l'11 aprile nel corso del Vinitaly. Da sottolineare l'aumento del numero di partner dell'iniziativa, con l'ingresso di realtà di assoluto prestigio quali il Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali, il Ministero degli Affari Esteri, l'Italia International Chamber of Commerce, Retimpresa di Confindustria.

Infine, nel luglio 2017, la pubblicazione della terza edizione, ulteriormente ampliata fino a 476 pagine che ospitano 75 schede Paese dei cinque continenti: il 40% in più rispetto alla prima edizione.

PREMIO CEREVISIA 2017

Ultima iniziativa, ma solo in ordine di tempo, la quinta edizione del Premio Cerevisia, Concorso nazionale promosso dal Banco Nazionale di Assaggio delle Birre (BaNAB) per valorizzare e promuovere la produzione, il commercio e il consumo delle birre di qualità, patrocinato dal Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali (MIPAAF).

Cerevisia 2017 ha segnato il primato della manifestazione: 147 le etichette partecipanti di 57 birrifici operanti in tutte le regioni d'Italia, il 50% in più rispetto alla precedente edizione.

La cerimonia di consegna si è tenuta il 6 settembre 2017 nella splendida cornice della Sala Cavour del MIPAAF, alla presenza di Michele Cason, Presidente di AssoBirra, Giorgio Mencaroni, Presidente della Camera di Commercio di Perugia, Giuseppe Perretti, Direttore del CERB, Michele Toniaccini, Sindaco di Deruta, Mauro Bacinelli, dell'Assessorato all'Agricoltura della Regione Umbria, e Luca Bianchi, Capo Dipartimento del MIPAAF, che ha fatto gli onori di casa.

Il Presidente di AssoBirra ha messo in risalto il ruolo della biodiversità e la natura della birra come prodotto agricolo. "I vincitori di oggi - ha affermato Cason - sono espressione dell'innovazione della birra in Italia. Innovazione che parte dalla tradizione, e che i consumatori dimostrano di gradire e apprezzare sempre di più. La birra è un prodotto agricolo, e qui si sente nella sua casa naturale".

ASSOBIRRA ALONGSIDE THE INDUSTRY, DESCRIBES THE HIGH DEGREE OF EXCELLENCE REACHED BY ITALIAN BEER AROUND THE WORLD

MARCH 2016: ITALIAN BEER ATTENDS FOODEX IN TOKYO FOR A THIRD YEAR

Thanks to an important collaboration with the ICE agency, AssoBirra took part for the third year in a row in the Foodex event held in Tokyo (8-11 March 2016). Its objective was to spread the knowledge of Italian beer within an increasingly important Asian market. 4 producers in the AssoBirra participated to the event.

APRIL 2016-2017: ATTENDING VINITALY TO EXHIBIT THE BEST OF BEER MADE IN ITALY

In both 2016 (10-13 April) and 2017 (9-12 April), AssoBirra attended Vinitaly in Verona. It has been part of this event since 2012. In 2016, 30 exhibitors were part of the AssoBirra collective and that number rose to 40 in 2017. Both years were extremely

successful, and made possible thanks to close partnerships with some of the most prestigious representatives of the Italian food industry. For example, AssoBirra organized alongside Parmigiano Reggiano some guided tastings of beer paired with parmesan.

In 2017 it organized, in collaboration with Fiera di Verona, Confcommercio Verona and Unione Degustatori Birra (UDB), an area dedicated to tastings which hosted over 20 events and was attended by about 20 foreign buyers. Finally, during the 2016 edition, Birreria Italiana, in collaboration with Vin Service, Liedherr, Birra&Sound, set up a stand with 20 taps and 10 breweries. The FiscAle was amongst the beers on tap, a limited edition beer produced by AssoBirra to highlight the excessive fiscal pressure in Italy that weighs on this beverage.

MAY 2016: ATTENDING CIBUS WITH 9 BREWERIES

By presenting 9 breweries via the Birreria Italiana project, AssoBirra indirectly took part in the 18th edition of Cibus, the International Exhibition dedicated to food that takes place every 2 years in Parma.

JUNE 2016: BIRRÒFORUM, THE ROMAN AND INTERNATIONAL KERMESE OF BEER

The fourth edition of Birròforum took place in Rome from 24 to 29 June 2016, a now permanent stop in AssoBirra's agenda. 19 thousand people visited the event over a 6 day period. The visitors were allowed to sample a plethora of quality foods by pairing a large selection of beers with a variety of dishes proposed by the chefs in attendance. The more important figures regarding the event were: 7,000 square meters, 32 craft breweries, 20 street food artisans, 42,000 beers served, 32,800 street food dishes served, 52 wholesalers from the most important Italian regions, 6 tasting laboratories. Last but not least, 15 international buyers attended the event and visited some Roman breweries associated with AssoBirra.

SEPTEMBER 2016: MILAN BEER WEEK. THE WEEK DEDICATED TO SPECIALTY CRAFT BEER

From 12 to 18 September 2016 the Milan Beer Week made its return, a week dedicated to specialty craft beer. A formula that has been borrowed from similar events held in important European cities such as Paris and Berlin. It allowed beer enthusiasts and connoisseurs to taste a variety of specialties throughout 20 venues within the city (pubs, brewpubs, restaurants, beer shops). They could meet foreign and Italian experts and take part in a variety of events: meetings for aficionados, readings, concerts, etc. For the second year in a row AssoBirra was a partner of the event and distributed, amongst other things, coasters that referred to their excise taxes campaign #rivogliolamiabirra (I want my beer back).

MAY 2017: ASSOBIIRRA PARTNERS WITH TUTTOFOOD, THE QUINTESSENTIAL FOOD & BEVERAGE TRADE SHOW

The fifth edition of TuttoFood, the quintessential food and beverage trade show organized by Fiera Milano, took place between 8 and 11 May 2017. AssoBirra, being partner of the event, set up an area for a few of its members. The key data of the 2017 edition was: 2,850 stands of which 21% came from 40 different foreign countries; 80,146 visitors of which 23% were foreigners; 9,288 business meetings; over 500 events amongst which seminars, conventions & cooking shows, all took place in the 4 Academies situated inside the pavilions; 2,902 journalists.

TWO NEW EDITIONS OF THE BEER EXPORT GUIDE

In 2015, AssoBirra put together its first "Export Guide", a unique handbook aimed at helping businesses within the beer industry to become more international. The first edition made its appearance during the Milan Expo on 1 October 2015. The unveiling was attended by all partners which, through their support, allowed them to efficiently back beer exports. Partners in attendance: Ministero per lo Sviluppo economico (Ministry for economic development); ICE Agency and its network of offices in all countries around the world; Ufficio Italiano Brevetti e Marchi (UIBM) - (The Italian Patents & Brands office) - for the safeguard of industrial intellectual property; Banco BPM for the international payments; SACE for the financial insurance services to support the export and internationalization processes; Easyfrontier, for customs procedures; Centro di Eccellenza per la Ricerca sulla Birra dell'Università degli studi di Perugia (Cerb) - (the Center for Research on Beer run by the University of Perugia) - in regards to analyzing exports; The Brewers of Europe, to explain the levels of VAT and excise taxes for all countries within the European Union; the Artom lawfirm, to supervise the technical and legal aspects of the subjects addressed.

Subsequently, the guide was updated in 2016 due to the continuous evolution of the various markets and rules concerning access to said markets. It was presented on April 11th during the Vinitaly event. A highlight of the launch was the increase in partners, with prestigious new entries such as the Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari e Forestali (Ministry of Agricultural, food and forestry Policies), the Ministry of Foreign Affairs, the International Chamber of Commerce of Italy, Retimpresa (Confindustria).

Finally, in July 2017, the third edition was published expanding the guide even further to 476 pages that include 75 data sheets of different countries from all 5 continents, 40% more than the first edition.

THE CEREVISIA 2017 PRIZE

The fifth edition of the Cervisia prize was AssoBirra's latest venture (in chronological order). A national contest supported by BaNAB (The National Beer tasting Association) and with the patronage of the Ministry of Agricultural, Food and Forestry Policies (MIPAAF). The aim was to enhance and promote the production, commerce and consumption of quality beer.

Cervisia 2017 marked an important milestone for AssoBirra by achieving record figures: 147 labels from 57 different breweries throughout the country took part in the event, 50% more than the previous edition.

The award ceremony took place in the magnificent "Cavour Room" at MIPAAF headquarters on 6 September 2017. In attendance, Michele Cason president of AssoBirra, Giorgio Mencaroni president of the Perugia Chamber of Commerce, Giuseppe Perretti, director of CERB, Michele Toniaccini mayor of Deruta, Mauro Bacinelli, from the Umbrian Agricultural department, and Luca Bianchi, head of the MIPAAF department.

AssoBirra's president highlighted the important role of biodiversity and the agricultural nature of beer within the industry. "Today's winners, said Cason, represent the innovation of beer in Italy. Innovation that finds its roots in tradition and is increasingly appreciated by consumers. Beer is an agricultural product and within these walls it finds its natural house."

TERZA EDIZIONE DELLA CAMPAGNA DI INFORMAZIONE
PER PREVENIRE I DANNI FETALI
LEGATI AL CONSUMO DI ALCOL IN GRAVIDANZA.

*Se vuoi avere un bambino,
l'alcol può attendere.*

 **condividi**

www.bambini.it
www.gemsa.it



10 ANNI DI CAMPAGNE PER UN CONSUMO RESPONSABILE

3 TARGET PREFERENZIALI



CHI DEVE METTERSI ALLA GUIDA



MINORI



DONNE IN ATTESA DI UN FIGLIO

9 INIZIATIVE, 1 MESSAGGIO INEQUIVOCABILE

2007 - "Se aspetti un bambino l'alcol può attendere"

2008 - "Diglielo tu"

2009 - "Le chiacchiere stanno a zero. 0 bevi o guidi"

2010 - "Le parole per dirlo. Parlare di alcol tra genitori e figli"

2011 - "Le chiacchiere stanno a zero. 0 bevi o guidi" / 2

2012 - "Se aspetti un bambino l'alcol può attendere" / 2

2012 - "Le chiacchiere stanno a zero. 0 bevi o guidi" / 3

2013 - "0 bevi o guidi", Experience Tour

2015 - "Se aspetti un bambino l'alcol può attendere" / 3

BEVI RESPONSABILE.IT



100.000 UTENTI UNICI CA. NEL 2016

3 PREFERENTIAL TARGETS: DRIVERS / MINORS / PREGNANT WOMEN

9 INITIATIVES, 1 CLEAR MESSAGE

2007 - "IF YOU ARE EXPECTING A BABY, THEN ALCOHOL CAN WAIT"

2008 - "YOU TELL THEM"

2009 - "THERE IS NO ROOM FOR DISCUSSION, YOU DRINK OR YOU DRIVE"

2010 - "A NECESSARY CONVERSATION. PARENTS SPEAKING TO THEIR CHILD ABOUT ALCOHOL"

2011 - "THERE IS NO ROOM FOR DISCUSSION, YOU DRINK OR YOU DRIVE" - SECOND EDITION

2012 - "IF YOU ARE EXPECTING A BABY, THEN ALCOHOL CAN WAIT" - SECOND EDITION

2012 - "THERE IS NO ROOM FOR DISCUSSION, YOU DRINK OR YOU DRIVE" - THIRD EDITION

2013 - "THERE IS NO ROOM FOR DISCUSSION, YOU DRINK OR YOU DRIVE" - EXPERIENCE TOUR

2015 - "IF YOU ARE EXPECTING A BABY, THEN ALCOHOL CAN WAIT" - THIRD EDITION

BEVIRESPONSABILE.IT

APPROX. 100,000 UNIQUE USERS IN 2016

UN IMPEGNO DECENNALE: PROMUOVERE UN CONSUMO RESPONSABILE DELLE BEVANDE ALCOLICHE

DA SEMPRE ASSOBIIRRA È IMPEGNATA A PROMUOVERE UN CONSUMO RESPONSABILE DELLE BEVANDE ALCOLICHE. NEL 2007 HA DATO IL VIA AL PROGRAMMA PLURIENNALE "GUIDA TU LA VITA. BEVI RESPONSABILE", CONCENTRANDOSI SU ALCUNE SITUAZIONI SPECIFICHE DI RISCHIO E SULLE FASCE SOCIALI PIÙ ESPOSTE ALL'ABUSO O ALL'USO SCORRETTO DI ALCOL E REALIZZANDO CAMPAGNE DI SENSIBILIZZAZIONE INCENTRATE SU UN MESSAGGIO INEQUIVOCABILE: CHI SI ACCINGE A GUIDARE, CHI ASPETTA UN BAMBINO O CHI È MINORENNE NON DEVE BERE ALCOL.

GUIDA TU LA VITA. BEVI RESPONSABILE

Nel 2007 AssoBirra ha avviato il Programma pluriennale "Guida tu la vita. Bevi responsabile", al fine di aumentare la consapevolezza dell'opinione pubblica sui rischi connessi all'abuso e all'uso scorretto delle bevande alcoliche.

Negli ultimi dieci anni AssoBirra ha concentrato l'attività su alcune situazioni specifiche di rischio e sulle fasce sociali più esposte all'abuso o all'uso scorretto di alcol (guidatori, future mamme, minori) realizzando campagne di sensibilizzazione incentrate su un messaggio inequivocabile: chi si accinge a guidare, chi aspetta un bambino o chi è minorenne non deve bere alcol.



2007**“Se aspetti un bambino l'alcol può attendere”****2008****“Diglielo tu”****2009****“Le chiacchiere stanno a zero. O bevi o guidi”****2010****“Le parole per dirlo. Parlare di alcol tra genitori e figli”****2011****“Le chiacchiere stanno a zero. O bevi o guidi”, II edizione****2012****“Se aspetti un bambino l'alcol può attendere”, II edizione****2012****“O bevi o guidi”, III edizione****2013****“O bevi o guidi”, Experience Tour****2015****“Se aspetti un bambino l'alcol può attendere”, III edizione**

LA TERZA EDIZIONE DELLA CAMPAGNA “SE ASPETTI UN BAMBINO L'ALCOL PUO' ATTENDERE”

L'ultima iniziativa in ordine di tempo - la terza edizione di “Se aspetti un bambino l'alcol può attendere”, campagna di informazione sui rischi associati al consumo di alcol in gravidanza realizzata in collaborazione con la SIGO, la Società Italiana di Ginecologia e Ostetricia - è stata per AssoBirra di particolare significato per una serie di ragioni, tutte indicative del ruolo di avanguardia che l'Associazione dei Birrai e Maltatori assolve (anche) in tema di Corporate Social Responsibility (CSR).

1. “Se aspetti un bambino l'alcol può attendere” è stata la prima iniziativa promossa in Europa su questo delicato tema dall'industria delle bevande alcoliche.
2. La campagna, presentata anche come impegno del comparto birrario in seno all'Alcohol & Health Forum, ha ricevuto l'apprezzamento del Ministero della Salute in quanto coerente con gli obiettivi governativi di riduzione dei danni alcol correlati, ottenendo già dalla prima edizione l'autorizzazione all'utilizzo del logo del

programma interministeriale “Guadagnare Salute”.

3. L'ottenimento del logo da parte del Ministero della Salute ha rappresentato, negli anni, una costante delle campagne di CSR di AssoBirra.
4. La campagna si è avvalsa di una forte presenza sul web, con la creazione di un sito ad hoc (www.seaspettiunbambino.it). Una costante, il web, nell'attività di comunicazione dell'Associazione, anche (ma non solo) in tema di responsabilità sociale.

UNA PRESENZA SUL WEB COSTANTE E IMPLEMENTATA NEGLI ANNI

Di recente AssoBirra ha sottoposto il proprio sito istituzionale (www.assobirra.it) ad un completo restyling funzionale, grafico e di contenuti.

Sul fronte della CSR, invece, oltre e prima del già citato www.seaspettiunbambino.it, l'Associazione ha ideato, realizzato e aggiornato nel tempo il sito www.beviresponsabile.it, piattaforma contenitore di tutte le azioni del Programma “Guida tu la vita. Bevi responsabile”, al fine di informare il pubblico sull'alcol e i suoi effetti sull'organismo, nonché di farne il contenitore di tutte le iniziative realizzate negli anni dal Programma. Navigando al suo interno si ha così una panoramica esaustiva delle suddette iniziative: obiettivi, tempi e modi di realizzazione, attività, risultati.

Su questo stesso sito troveranno spazio le future campagne di comunicazione che AssoBirra svolgerà prossimamente.

L'ALCOHOL POLICY DEL SETTORE E GLI IMPEGNI DELLE AZIENDE ASSOCIATE

Oltre alle campagne di sensibilizzazione, da molti anni AssoBirra e le sue aziende associate adottano una Alcohol Policy di settore e codici di condotta aziendale aventi lo scopo di contribuire all'affermarsi e all'accrescersi di una cultura del consumo responsabile di alcol.

E rispondono, in questo modo, anche alle richieste delle istituzioni pubbliche di esercitare un ruolo proattivo nel contributo alla soluzione delle attuali criticità legate all'abuso e al consumo scorretto delle bevande alcoliche.



Inoltre AssoBirra ha messo a punto un proprio Codice di autoregolamentazione che, affiancandosi al Codice redatto dall'Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria (IAP), mira a rendere ancor più stringente l'adesione delle aziende associate alle limitazioni vigenti in tema di comunicazione commerciale del settore.

Infine, le aziende associate affiancano all'operato istituzionale di AssoBirra una serie di impegni e iniziative realizzate direttamente all'insegna della responsabilità sociale sui temi alcol-correlati:

- aderiscono ai principi del Codice di Autodisciplina Pubblicitaria;
- adottano codici aziendali che regolano la comunicazione sul prodotto secondo principi di legalità e di responsabilità;
- rivolgono le attività di marketing/pubblicità esclusivamente ai maggiorenni e, in questo contesto, non ricorrono a persone/modelli che dimostrino un'età inferiore ai 18 anni e che abbiano meno di 21 anni di età;

- informano e sensibilizzano i gestori dei locali sui rischi legati all'abuso e al consumo non responsabile di alcol;
- promuovono campagne d'informazione e sensibilizzazione al bere responsabile rivolte a tutti i propri stakeholder, dipendenti, clienti e consumatori.



A DECADE LONG COMMITMENT: PROMOTING THE RESPONSIBLE CONSUMPTION OF ALCOHOLIC BEVERAGES

ASSOBIRRA HAS ALWAYS COMMITTED TO PROMOTING A RESPONSIBLE CONSUMPTION OF ALCOHOLIC BEVERAGES. IN 2007 IT LAUNCHED ITS LONG-STANDING PROGRAM "GUIDA TU LA VITA. BEVI RESPONSABILE" (IT'S YOUR LIFE, DRINK RESPONSIBLY), CONCENTRATING ON SPECIFIC SITUATIONS AND SOCIAL AGE GROUPS THAT ARE MOST AT RISK IN TERMS OF ALCOHOL ABUSE. FURTHERMORE, ASSOBIRRA CREATED AWARENESS CAMPAIGNS FOCUSED AROUND A CLEAR AND SIMPLE MESSAGE: DRIVERS, PREGNANT WOMEN AND MINORS MUST NOT DRINK ALCOHOL.

GUIDA TU LA VITA. BEVI RESPONSABILE (IT'S YOUR LIFE, DRINK RESPONSIBLY)

In 2007 AssoBirra launched its long-standing program "Guida tu la vita. Bevi responsabile" (It's your life, drink responsibly), with the goal of increasing public awareness regarding the risks of abusing or misusing alcoholic beverages.

Over the past decade, AssoBirra has concentrated its efforts on a few specific situations and age groups within society that are most likely to be exposed to abusing or misusing alcohol (drivers, pregnant women, minors). In light of this it created awareness campaigns focused on a clear and simple message: drivers, pregnant women, minors should not drink alcohol.

2007 - "Se aspetti un bambino l'alcol può attendere" (If you are expecting a baby, then alcohol can wait)

2008 - "Diglielo tu" (You tell them)

2009 - "Le chiacchiere stanno a zero. O bevi o guidi" (There is no room for discussion, you drink OR you drive)

2010 - "Le parole per dirlo. Parlare di alcol tra genitori e figli" (A necessary conversation. Parents speaking to their child about alcohol)

2011 - "Le chiacchiere stanno a zero. O bevi o guidi" - Second Edition

2012 - "Se aspetti un bambino l'alcol può attendere" - Second Edition

2012 - "O bevi o guidi" - Third Edition

2013 - "O bevi o guidi" - Experience Tour

2015 - "Se aspetti un bambino l'alcol può attendere" - Third Edition.

THE THIRD EDITION OF THE "IF YOU ARE EXPECTING A BABY THEN ALCOHOL CAN WAIT" CAMPAIGN

The third edition of "If you are expecting a baby then alcohol can wait" is the last campaign to take place chronologically. It was done in collaboration with SIGO, the Italian Gynecological and Obstetrical Society, with the goal of increasing awareness on the risks associated with alcohol consumption during pregnancy. The campaign held particular significance for AssoBirra for a number of reasons and highlighted the leading role played by the Malt Producers and Brewers Association (also) in terms of Corporate Social Responsibility (CSR).

1. "If you are expecting a baby then alcohol can wait" was the first campaign on this sensitive subject to be supported in Europe by the alcoholic beverage industry.
2. The campaign, amongst other things presented as a commitment of the beer industry within the context of the Alcohol and Health Forum, received praise from the Health Ministry as it aligned itself with the governmental objectives. From its first edition the campaign was authorized to use the ministerial logo "Guadagnare Salute" (Gain Health).
3. The use of the logo granted by the Health Ministry has become a recurring symbol of AssoBirra's CSR campaigns.
4. The campaign benefited from a strong web presence through the creation of a dedicated website (www.seaspettiunbambino.it). The web has not only been a tool consistently used by the Association during their communications campaigns, but also as one for advocating social responsibility.

A CONSTANT WEB PRESENCE IMPLEMENTED THROUGHOUT THE YEARS

Recently AssoBirra's website (www.assobirra.it) has undergone a complete restyling in terms of content, functionality and graphics. On the CSR side of things, in addition www.seaspettiunbambino.it, the Association had previously designed, created and kept up to date (throughout the years) the www.beviresponsabile.it website. A portal that contains all the information regarding the "Guida tu la vita. Bevi responsabile" (It's your life, drink responsibly) project with the aim to increase public awareness on alcohol and its effects on our organism, as well as serve as a database for all the project's campaigns run throughout the years. By navigating through the site, the user can have a complete and thorough overview of campaigns run: objectives, timelines, methodology used, activities and results. AssoBirra's upcoming campaigns will all have their own place within this website.

THE POLICIES INSIDE THE ALCOHOL INDUSTRY AND THE COMMITMENTS MADE BY MEMBER COMPANIES

For many years AssoBirra and its member companies have adopted an industrywide Alcohol Policy and corporate codes of conduct with the purpose of contributing to spreading a culture of responsible alcohol consumption. And in this way, they have also responded to public institutions' requests for them to play a proactive role in solving the current criticalities related to the abuse and misuse of alcoholic beverages. Moreover, AssoBirra has prepared a self-regulation Code of its own that, complementing the Code prepared by the Institute of Self-discipline in Advertising (IAP), aims to make associated companies' compliance with the limitations in effect on the industry's advertising even more stringent. Finally, member companies complement AssoBirra's institutional activities with a series of social responsibility-themed commitments and initiatives of their own on alcohol-related issues: compliance with the Code of Self-regulation in Advertising; adoption of company codes regulating product communication according to principles of legality and responsibility; aiming marketing/advertising activities solely at adults and, in this context, not using people or models who appear younger than 18 and who are below the age of 21; informing and raising awareness among owners of public establishments of the risks related to the abuse and irresponsible consumption of alcohol; promoting awareness campaigns on responsible drinking targeted at employees, customers and consumers.



06 / CULTURA DELLA BIRRA

BEER CULTURE

UNA BEVANDA MILLENARIA E MEDITERRANEA

La birra è, insieme al pane e al vino, uno dei primi alimenti elaborati dall'uomo. La prima descrizione documentata di una ricetta per produrre birra risale al 4.000 a.C.: furono i Sumeri a cimentarsi per primi nell'arte di produrre una bevanda alcolica assimilabile alla birra. Dalla Mesopotamia la produzione si estese in Egitto, per poi attraversare il Mediterraneo e arrivare nella Grecia antica. Nella penisola italiana è conosciuta già dagli Etruschi, dopodiché entra nella Roma antica dove si diffonde soprattutto negli ambienti più popolari. Dunque la birra è storicamente una bevanda tanto mediterranea quanto "nordica". Anche se, per ragioni climatiche (le basse temperature ambientali sono più adatte alle esigenze del lievito di birra), si delinea una progressiva specializzazione fra il Sud (vino) e il Nord Europa (birra).

La birra ha seguito l'espansione della civiltà in ogni angolo del mondo, ma nel tempo la tecnica produttiva è rimasta sostanzialmente invariata. Con un'eccezione introdotta nel 1842 da Josef Groll che, nella cittadina boema di Pils, sperimentò con successo il metodo della bassa fermentazione. Nasceva la birra chiara, dal colore brillante e limpido, profumata di frutta e luppolo, dal gusto leggero e amarognolo: detta "pilsner", è oggi, insieme alla "lager", sinonimo di birra chiara in tutto il mondo. Nel 1883, infine, Emil Hansen isolò nei laboratori danesi della Carlsberg il ceppo di lieviti tipico della bassa fermentazione, il

Saccharomyces carlsbergensis (detto anche *uvarum*). La via alla moderna produzione della birra era definitivamente aperta.

L'Italia vanta una tradizione birraria millenaria anche se, fino all'era moderna, si è prodotta poca birra per pochi estimatori. A partire dalla prima metà dell'Ottocento prende piede una vasta e strutturata industria della birra, basata sulla nuova tecnologia di produzione di birre chiare a bassa fermentazione che, necessitando di basse temperature, localizza le prime fabbriche in zone montane dove era più facile reperire ghiaccio.

Le prime fabbriche nascono per iniziativa di imprenditori d'Oltralpe (Wührer nel 1829 a Brescia, Zimmermann nel 1837 ad Aosta, Metzger nel 1848 a Torino, Dreher nel 1865 a Trieste con l'installazione del primo compressore per la creazione del freddo ideato da von Linde, Von Wunster nel 1879 a Seriate-Bergamo, Paszkowski nel 1903 a Firenze, ecc.), cui si affiancano da subito commercianti italiani, per lo più di ghiaccio, che vedono nella birra il naturale completamento della propria attività. Nascono così alcune importanti realtà: nel 1846 la Peroni, fondata a Vigevano da Francesco Peroni (ma presto trapiantata a Roma dove, nel 1905, nasce la "Società Ghiaccio e Birra Peroni"); lo stesso anno la Menabrea, a Biella; nel 1857 la Forst, a Lagundo (Bolzano); nel 1859 la "Fabbrica di Birra e Ghiaccio Moretti", a Udine; nel 1877 la Poretto, a Valganna (Varese); la Itala



Pilsen nel 1890 a Padova; la Birra Pedavena nel 1897 a Pedavena (Belluno). Alla fine del secolo erano attive ben 150 birrerie ed ha avuto inizio uno sviluppo che è arrivato fino ad oggi.

Negli ultimi decenni la crescita del mercato italiano ha attirato l'interesse dei grandi gruppi birrari mondiali (Heineken, Asahi, Anheuser-Busch InBev, Carlsberg), favorendo l'ingresso di capitale straniero, con acquisizioni che hanno riguardato la maggioranza o consistenti pacchetti azionari di diversi marchi. Investimenti che

hanno contribuito all'ulteriore sviluppo e razionalizzazione degli asset produttivi, assicurando continuità alla storia di marchi prestigiosi e migliorando fortemente la produttività.

Accanto ai grandi produttori si è sempre più affermata, negli ultimi anni, la realtà delle birrerie artigianali, che si distinguono per la rielaborazione "all'italiana" di alcuni stili birrari bevuti nel mondo da secoli e per la creazione di nuove varietà grazie alla sapiente fantasia dei nostri imprenditori e alla grande varietà di materie prime offerta dai nostri territori.

UN PRODOTTO NATURALE CON POCHI SEMPLICI INGREDIENTI

Quello delle birre è un universo smisurato ma composto da una struttura molto semplice, fatta di quattro elementi naturali: acqua, orzo, lievito e luppolo.

Acqua. La sua presenza nella birra finita oscilla fra il 90 e il 93%. Dev'essere pura, di sorgente, con adeguato e specifico contenuto di sostanze minerali. Le birre più famose del mondo devono la propria originalità e rinomanza alla speciale natura delle acque con cui vengono preparate.

Cereali. Sono l'elemento base per la produzione della birra. Il più utilizzato è l'orzo, graminacea originaria dell'Asia occidentale, anche se non l'unico (vengono impiegati pure frumento, riso, segale e granturco). Da esso si ricava il malto d'orzo, sostanza base ottenuta dalla germinazione e tostatura di questo cereale.

Lievito. Sono microscopici funghi unicellulari, ricchi di vitamine ed enzimi, che trasformano gli zuccheri in alcol e anidride carbonica. Appartengono a due specie principali: *Saccharomyces carlsbergensis* o *uvarum*, usato per birre a bassa fermentazione, e *Saccharomyces cerevisiae*, per quelle ad alta fermentazione.

Luppolo. È una grande pianta rampicante, i cui fiori femminili contengono la luppolina, sostanza aromatica e resinosa che conferisce alla birra il caratteristico gusto amaro. I componenti più importanti del luppolo sono i tannini, gli oli e gli acidi amari, ottimi antisettici e conservanti.



Modalità di produzione. Esistono due grandi tipologie di birra: le birre ad alta fermentazione e quelle a bassa fermentazione. Questi due processi, e quindi il tipo di birra ottenuta, sono determinati dalle caratteristiche del lievito impiegato, che agisce a diverse temperature.

L'alta fermentazione è sviluppata dal ceppo fungino *Saccharomyces cerevisiae*, che svolge il proprio ruolo fra i 16 e i 23° C. Durante il processo di fermentazione, questi lieviti salgono in superficie, trasformando lo zucchero in alcol e producendo anidride carbonica. L'alta fermentazione è il metodo più antico e dà origine a birre corpose, dal gusto intenso e aromatico, tipicamente inglesi, raggruppate fra le Ale.

La bassa fermentazione è sviluppata dal ceppo fungino *Saccharomyces carlsbergensis* (o *uvarum*), che si attiva fra 5 e 8° C. I lieviti lavorano in recipienti chiusi (lager) depositandosi sul fondo, in modo che l'anidride carbonica rimanga nella birra. Questo metodo, diffuso con lo sviluppo del controllo delle temperature, permette di produrre birre dal gusto leggero e fragrante.



UN PIACEVOLE COMPLEMENTO DI UN'ALIMENTAZIONE SANA E GUSTOSA

La birra va considerata a tutti gli effetti una bevanda-alimento. Contiene infatti numerose sostanze che rivestono un ruolo importante per l'organismo e la rendono un utile complemento di un'alimentazione sana ed equilibrata: acqua, sali minerali, vitamine, aminoacidi, maltodestrine, enzimi, antiossidanti, fibre. A ciò si aggiunge il ridotto contenuto alcolico e l'abitudine mediterranea a berla con moderazione e a pasto. Secondo una vasta pubblicistica scientifica internazionale, un consumo moderato di birra può avere effetti benefici sulla salute ed esercitare un ruolo interessante e positivo in varie patologie: dalle malattie cardiocircolatorie all'insorgenza di alcuni tumori, dalla fragilità ossea alla sindrome metabolica.

Leggera e con poche calorie. Un bicchiere di birra chiara (la più bevuta al mondo e in Italia) conta 68 calorie, quasi come un succo d'arancia (66), meno di quelle di un calice di vino rosso (94) e di un soft drink (129). Dunque, accompagnata a uno stile di consumo (e di vita) equilibrato, la birra non fa ingrassare.

Dal ridotto contenuto di alcol. Con il suo oltre 90% di acqua la birra è, nelle versioni di gran lunga più diffuse, la bevanda alcolica fermentata con il minor quantitativo di alcol. Ciò la rende adatta anche a pranzi di lavoro, pasti leggeri, spuntini veloci, come un panino con l'insalata. E - contrariamente a quanto molti continuano a credere - la birra non gonfia neppure. Ciò che infatti gonfia è l'anidride carbonica che, nella birra versata correttamente, rimane imprigionata nella schiuma.

Gustosa e versatile. La birra ha un gusto intrigante e rinfrescante, fatto dal corpo di lieve impronta, dall'inconfondibile gusto amaricante, dalle sensazioni gustative e tattili delicate e universali. Nelle sue quasi infinite varianti può essere abbinata con qualsiasi piatto, o meglio ingrediente di cui questo è composto, compresi alcuni per i quali l'accoppiamento con le altre bevande alcoliche risulta problematico: dalle pietanze cucinate in frittura al carciofo, al cioccolato.

UN SOLO NOME PER UN MONDO DI BIRRE

La legislazione italiana (Legge 1354/1962) suddivide le birre in 5 categorie, corrispondenti al cosiddetto “grado saccarometrico” o “grado di fabbricazione”, che indica la quantità di zucchero (“estratto”) disciolto in 100 grammi di mosto prima della sua fermentazione.

Grado saccarometrico e titolo alcolometrico volumico sono strettamente collegati: moltiplicando il grado di fabbricazione per circa 0,4, si ottiene il grado alcolico approssimativo della birra.

TIPI DI BIRRA	GRADO DI FABBRICAZIONE	TITOLO ALCOLOMETRICO
Birra analcolica	3-8	<1,2
Birra leggera (light)	5-10,5	1,2-3,5
Birra	>10,5	>3,5
Birra doppio malto	>12,5	>3,5 [in genere >5]
Birra speciale	>14,5	>3,5 [in genere >6/6,5]

Di seguito, una breve illustrazione delle birre più diffuse e apprezzate dal consumatore italiano.

Abbazia. Sono così chiamate perché nate nelle abbazie del luogo con le quali, in alcuni casi, mantengono ancora relazioni. Le birre d'Abbazia sono diverse - anche di molto - nella varietà di gamma olfattiva e gustativa. In genere sono corpose e di forte contenuto alcolico. Il loro colore varia dall'oro carico all'ambrato fino al bruno scuro.

Ale. In genere quando si parla di Ale si intende la birra inglese tout court, e in effetti le Ale sono prodotte soprattutto in Gran Bretagna, pur avendo preso piede anche in Paesi come Belgio e Stati Uniti. Ricavate da malto d'orzo con lieviti ad alta fermentazione che garantiscono un corpo pieno e fruttato, di moderato contenuto alcolico, da bere in genere a temperatura di cantina, le Ale si distinguono in numerose tipologie, fra cui: Mild Ale, Bitter Ale, Belgian Ale, India Pale Ale, American Pale Ale, Porter, Stout, Barley Wine, ecc.

Analcolica. Fra le birre a bassa fermentazione merita una menzione la birra analcolica, pensata per coloro che non vogliono (o non possono) consumare alcol e con caratteristiche di aroma e gusto equiparabili a quelle di una normale Lager o Pils. Superata la gradazione di 1,2% vol., e fino al limite di 3,5% vol., la birra analcolica diventa “light”, dai profumi e sapori molto lievi.

Blanche. A produrre per primi la bière Blanche furono, nel Quattrocento, i monaci del Brabante che impiegarono orzo, frumento e avena e inoltre, trovandosi a stretto contatto con i commercianti olandesi, ingredienti esotici provenienti dal Nuovo Mondo, fra cui il profumato coriandolo e la buccia d'arancia seccata. Oggi la Blanche è fatta in parti uguali di orzo maltato e frumento non maltato, cui si può aggiungere una percentuale variabile di avena, che la rende morbida e quasi vellutata al palato. Moderatamente alcolica, è ricca di suggestioni olfattive (fruttata, floreale e speziata) e gustative (asprigna con toni agrumati e speziati).

Bock. La Bock è una birra a bassa fermentazione, chiara e forte, che si ritrova nell'area germanico-alpina. Originaria di Einbeck, cittadina tedesca vicino Hannover, e poi affermatasi in Baviera, è gradevole all'olfatto, caratterizzata da netti sentori mielati di malto e da un floreale fresco, ricco e vellutato al palato, con corpo strutturato e persistente. Le Bock hanno un grado alcolico di 6,5% vol., colore chiaro, gusto di malto ben presente, amaricante del luppolo attenuato.

Lager. È una birra a bassa fermentazione, divenuta - vista l'odierna diffusione - sinonimo di birra tout court. Il suo nome deriva dal termine tedesco “Lager” (“deposito”, “cantina”), che indica il luogo, a bassa temperatura, in cui questa birra veniva prodotta e conservata. La Lager europea è una birra chiara, fresca, di media alcolicità, delicata negli aromi e nel gusto, dal colore oro pallido. Fuori dall'Europa sono state progressivamente ridotte le note di malto e di luppolo: in tutto il continente americano la Lager è considerata un soft drink.

Pils. Nota anche come “pilsener” o “pilsner”, prende il nome dalla città boema di Plzen (Pilsen in tedesco) dove vide la luce ad opera del già citato Groll. Il mastro birraio bavarese sfruttò le peculiarità di un’acqua povera di minerali e la finezza aromatica del luppolo coltivato nella vicina Žatec per creare una birra dorata, a bassa fermentazione, che è la capostipite di oltre il 90% della birra oggi prodotta nel mondo. La Pils si caratterizza per l’aroma floreale, il gusto dal finale secco e pulito e la schiuma abbondante. Si suddivide in varie tipologie, fra cui le Pils boeme, dal bel colore dorato, caratterizzate da morbide note di malto e da un amaro ben presente, e le Pils tedesche, più “pulite”, secche e dal forte aroma di luppolo, alle quali si avvicinano tutte o quasi le Pils prodotte negli altri Paesi europei.

Weizen. Popolarissima in Baviera, la Weizen è una birra fresca e dissetante, a base di malti d’orzo e di frumento (in tedesco “Weizen”). Quest’ultimo, che per legge non è inferiore al 50%, le conferisce il tipico gusto acidulo, mentre l’amaro, data la scarsa presenza di luppolo, è impercettibile. Le Weizenbier sono dette anche “Weissbier” (“birre bianche”) per l’aspetto torbido e quasi lattiginoso, causato dai lieviti che rimangono in sospensione e conferiscono il caratteristico aroma fruttato di banana matura e speziato di chiodo di garofano, ancorché ne esistano anche versioni meno diffuse scure.

ALE



ABBAZIA



ANALCOLICA



BLANCHE



BOCK



LAGER



PILS



WEIZEN



LE 7 “REGOLE D’ORO” DEL SERVIZIO

Schiuma: alta due dita e ben compatta. Per gustare al meglio una birra ci vuole la schiuma, alta due dita e ben compatta. La schiuma, che accarezza le labbra ad ogni sorso, è il filtro naturale della birra, attraverso cui vengono esaltati gli aromi del luppolo e del malto. Il gusto della schiuma, più amaro di quello della birra stessa, esalta il caratteristico sapore della bevanda amplificandone la piacevolezza. La schiuma, infine, protegge la birra dall'ossidazione mantenendone integri aromi e fragranze e rendendola più buona e più digeribile.

Spillatura: due fasi (e vari metodi). Il termine “spillatura” indica il servizio della birra in bicchiere, tanto alla spina quanto dalla bottiglia. La birra va spillata rispettando due velocità: prima lentamente, tenendo il bicchiere leggermente inclinato fino a riempirlo per tre quarti; poi, dopo averlo raddrizzato, più velocemente, in modo da far sviluppare la giusta quantità di schiuma.

Bicchiere: ci vuole quello giusto. Ogni stile di birra ha il bicchiere più appropriato - rigorosamente di vetro - che permette di evidenziarne il gusto e l'aroma aiutando, anche, la formazione della giusta schiuma. Qualche esempio: per le birre ad alto contenuto alcolico come le Belgian Ale o le birre d'Abbazia, occorre un bicchiere a calice; le Ale e le birre anglosassoni ottengono il meglio dalla classica pinta (contenente 0,568 litri raso bordo); le Blanche, e in genere le birre speziate di stile belga, vengono servite in bicchieri ampi.

Vetro: sempre pulito e possibilmente bagnato. Il vetro del bicchiere dev'essere ben pulito ma senza tracce

di detergente e brillantante che impediscono la corretta formazione della schiuma. Prima dell'uso è consigliabile bagnarlo con acqua fredda, per eliminare eventuale polvere e avvicinare la temperatura del vetro a quella della birra. Un'avvertenza: non confondere la schiuma con le bollicine. Per la birra, a differenza dello champagne, la presenza di persistenti bollicine indica solo l'eccessivo contenuto di anidride carbonica.

Temperatura: in genere bassa, ma mai ghiacciata. Ogni stile ha la corretta temperatura di servizio. Su questo tema vige una regola generale: più una birra è corposa e alcolica, più aumenta la temperatura alla quale va bevuta. In genere sull'etichetta si consiglia la migliore temperatura di servizio.

La giovinezza, per un sapore pieno. La birra va consumata “giovane”. Come tutti i prodotti “vivi”, più fresca è, più mantiene integri profumi e gusto. Per assaporarla al meglio affidatevi alle indicazioni riportate in etichetta. Fanno eccezione alla regola pochissime birre, dette appunto “da invecchiamento”, in genere ad alta fermentazione, di elevata alcolicità e con robusta luppolatura.

Conservazione: in luogo fresco e al riparo dalla luce. La birra risente degli sbalzi di temperatura e degli effetti negativi della luce e dell'ossigeno. Il luogo migliore di conservazione è perciò un posto fresco e al tempo stesso asciutto (per ridurre il rischio di ossidazione), nel quale le bottiglie siano tenute al riparo dalla luce e in posizione verticale.



AN AGE-OLD AND MEDITERRANEAN BEVERAGE

Along with bread and wine, beer is one of the oldest foods created by man. The first documented beer recipe dates back to 4000 B.C.: it was the Sumerians who created the first fermented alcoholic beverage that could be considered beer. From Mesopotamia, beer brewing spread to Egypt, and then crossed the Mediterranean and eventually reached ancient Greece.

In the Italian peninsula, beer was already known at the time of the Etruscans; it then reached ancient Rome, where it became widespread especially among the lower classes of the population. Thus, beer has historically always been as much a Mediterranean beverage as a Nordic one, although due to climatic reasons (lower temperatures are better suited to fermentation), southern and northern Europe progressively specialized in producing wine and beer respectively.

*Beer has followed the expansion of civilization in almost every part of the world, but the way it is made has remained essentially unchanged. With one exception, introduced in 1842 by Josef Groll, who, in the Bohemian town of Pils, successfully tried the bottom fermentation method. The result was a pale beer with a clear golden color, a fruity, hoppy scent and a delicate bitter taste: known as "pilsner", today, along with "lager", it is synonymous with pale beer throughout the world. Finally, in 1883 Emil Hansen, working in the Carlsberg brewery in Denmark, isolated the strain of yeast typical of bottom fermentation, *Saccharomyces carlsbergensis* (also called *uvarum*). The age of modern brewing had definitely begun.*

Italy boasts of a brewing tradition that dates back thousands of years. However, before the modern age the country only produced small quantities of beer for a few connoisseurs. At the beginning of the 19th century, a new technology for producing blond beers conditioned at low temperatures allowed for the birth of a vast and well-structured bottom fermentation beer industry. Due to

the low temperatures required, the first breweries were built in mountainous areas where it was easier to find ice.

Entrepreneurs from beyond the Alps established the first factories (Wührer in 1829 located in Brescia, Zimmermann in 1837 in Aosta, Metzger in 1848 in Turin, Dreher in 1865 in Trieste with the use of the first compressor created by Von Linde that allowed for cold temperatures, Von Wunster in 1879 in Seriate-Bergamo, Paszkowski in 1903 in Florence, etc.). Italian merchants, mostly ice traders, cooperated with said entrepreneurs seeing them as a perfect match for their business. Through these collaborations some of the biggest names in the industry were born: in 1846 Peroni, founded by Francesco Peroni in the town of Vigevano and soon relocated to Rome (in 1905) where the "Società Ghiaccio e Birra Peroni" was born; the same year in Biella, Menabrea made its debut; in 1857 Forst was born in Lagundo (Bolzano); in 1859 the "Fabbrica di Birra e Ghiaccio Moretti" appeared in Udine; in 1877 Poretti in Valganna (Varese); Itala Pilsen in 1890 in Padova, Birra Pedavena in 1897 in Pedavena (Belluno). By the turn of the century, 150 breweries were in business and a developmental trend was put in motion, one that still is alive and well today.

In the past few decades the growth of the Italian market stirred the interest of the world's leading brewing groups (Heineken, Asahi, Anheuser-Busch InBev, Carlsberg), favoring the entry of foreign capital, with acquisitions that concerned sizeable (or majority) blocks of shares of several companies.

These investments contributed to the further development and rationalization of production, ensuring continuity to the legacy or prestigious brands and greatly improving productivity.

Over the past few years the craft breweries have increasingly affirmed their place alongside the large producers. They distinguish themselves by reworking, "the Italian way", a few styles of beer that have been around for centuries and have reached worldwide popularity. Moreover, they stand out by creating new varieties of beer thanks to the knowledgeable creativity of our producers and the large variety of raw materials available throughout the country.

A FEW SIMPLE INGREDIENTS, FOR A NATURAL PRODUCT

The universe of beer is vast. However, it is based on a very simple structure, composed of four natural ingredients: water, cereals, yeast and hops.

Water. *Its presence in beer ranges from 90% to 93%. It must be pure, it must originate from a spring and it must have an adequate and specific mineral content. The world's most renowned beers owe their character and fame to the special nature of the water with which they are brewed.*

Cereals. *These are the basic element for producing beer. The most widely used is barley, a grass originating from western Asia, although others are also used (such as wheat, rice, rye and corn). It is from the first stage of processing of this cereal that barley malt is obtained.*

Yeast. These are microscopic single-celled fungi, rich in vitamins and enzymes, that turn sugar into alcohol and carbon dioxide. Yeast is subdivided into two main families: *Saccharomyces carlsbergensis* (uvarum) used for brewing bottom fermented beer, and *Saccharomyces cerevisiae*, used for brewing top fermented beer.

Hops. It's a large vine whose female flowers contain lupulin, an aromatic, resinous substance that gives beer its distinctive bitter taste. The most important substances found in hops are tannins, oils and bitter acids, which are excellent natural antiseptics and preservatives.

Methods of production. Two main methods exist for brewing beer: top fermentation and bottom fermentation. These two processes, and the resulting beer, are determined by the characteristics of the type of yeast used, which acts at different temperatures.

Top fermentation is caused by the *Saccharomyces cerevisiae* yeast, which is active at a temperature of between 16 and 23° C. During the fermentation process, this yeast rises to the surface, turning sugar into alcohol and producing carbon dioxide. Top fermentation is the oldest brewing method and results in full-bodied beers with an intense and aromatic taste, such as British Ales.

Bottom fermentation is caused by the *Saccharomyces carlsbergensis* (uvarum) yeast, which is active at a temperature of between 5 and 8° C. In this case the yeast acts in closed containers (lager), where it deposits at the bottom, allowing the carbon dioxide to remain in the beer. This method, which became widespread when it became possible to control brewing temperatures, is used to brew beers with a delicate and fragrant taste.

AN ENJOYABLE COMPLEMENT TO A HEALTHY AND TASTY DIET

Beer should for all intents and purposes be considered both a beverage and a food. In fact, it contains many substances that are necessary for our bodies: water, mineral salts, vitamins, aminoacids, maltodextrin, enzymes, anti-oxidants and fiber, all of which make beer a useful complement to a healthy and balanced diet. In addition to the nutrients it contains, we have to consider that beer has a low alcohol content and that the Mediterranean diet entails usually drinking it in moderation and with meals. According to a vast amount of international scientific literature, moderate beer consumption may have beneficial effects on health and play an interesting and positive role in several pathologies that range from cardiovascular diseases to various types of tumors, to brittle bones and metabolic syndrome.

Light, and with few calories. A glass of lager (the most popular beer both in Italy and internationally) contains 68 calories, almost as few as a glass of orange juice (66), and less than a glass of red wine (94) or of a soft drink (129). So beer accompanied by a balanced lifestyle (and consumption) is not fattening.

Low alcohol content. Composed of over 90% water, beer, in its most popular versions, is the fermented alcoholic beverage with

the lowest alcohol content. This makes it suitable even for working lunches, light meals, and quick snacks such as a sandwich and some salad. And - contrary to popular belief - it won't even bloat you. In fact, bloating is caused by the carbon dioxide; and if beer is poured correctly, the carbon dioxide remains trapped in the froth.

Tasty and versatile. Beer has an enjoyable, refreshing flavor, a delicate body, the distinctive bitterness, and the delicate and universal gustatory and tactile sensations. In its almost infinite variants, beer can be paired with almost any dish or ingredient composing it, including some that are hard to match, such as fried dishes, a "challenging" ingredient such as artichokes, and even chocolate.

A SINGLE NAME FOR A WORLD OF BEERS

Italian legislation (Law 1354/1962) subdivides beer into 5 categories, according to their so-called "saccharometric level" or "fabrication level", indicating the quantity of sugar ("extract") dissolved in 100 grams of wort before its fermentation. The saccharometric level and alcohol level by volume are closely related: by multiplying the fabrication level by approximately 0.4, the beer's approximate alcohol content can be calculated.

Type of beer	Fabrication level	Alcohol level
Non-alcoholic beer	3-8	<1,2
Light beer	5-10,5	1,2-3,5
Beer	10,5	>3,5
Double malt	>12,5	>3,5 (usually >5)
Special beer	>14,5	>3,5 (usually >6/6,5)

Below is a brief illustration of the beers that are most widespread and enjoyed in Italy.

Abbey. Ales are so called because they were originally brewed in the abbeys of towns to which in some cases they are still connected. Abbey beers are different among them with a large range of tastes and flavors. They are usually full-bodied and with a high alcohol content. Their color ranges from dark gold to amber, till dark brown.

Ale. The term Ale refers to British beer, and in fact this style is brewed mostly in Great Britain, although it has also spread to countries such as Belgium and the United States. Brewed from barley malt with top-fermenting yeasts that ensure a full-bodied and fruity flavor and a moderate alcohol content, Ales, which are usually enjoyed at cellar temperature, encompass several kinds, such as: Mild Ale, Bitter Ale, Belgian Ale, India Pale Ale, American Pale Ale, Porter, Stout, Barley Wine, etc.

Non-alcoholic. Among the bottom-fermented beers, non-alcoholic beer, which is establishing its niche among consumers who do not wish to (or cannot) consume alcohol, deserves a mention. Its aroma and flavor are comparable to those of a normal Lager or Pils. Once the alcohol content exceeds 1.2% vol., and up to a maximum of 3.5%, non-alcoholic beer falls into the "light" category, characterized by a very delicate aroma and flavor.

Blanche. Bière Blanche was originally brewed in the 15th century by monks in the Brabant region, who used barley, wheat and oats and, being in close contact with Dutch merchants, also exotic ingredients from the New World such as coriander and dried orange rind. Today Blanche is made in equal parts from malted barley and not malted wheat, to which a varying percentage of oats could be added to render it soft and almost silky to the palate. Having a moderate alcohol content, it is rich in olfactory (fruity, floral and spicy) and gustatory (slightly sour, with citrus and spicy notes) nuances.

Bock. Bock is a pale, strong and bottom-fermented beer that is brewed in the Germanic/Alpine area. Originating in Einbeck, a small German town near Hannover, and eventually becoming popular in Bavaria, this beer has a pleasant scent characterized by a distinctive honey-tinged scent of malt and by a fresh, floral flavor that is rich and silky to the palate, full-bodied and persistent. Bock beers usually have an alcohol content around 6.5% vol., a pale color, a well-defined malt flavor, and a toned-down hoppy bitterness.

Lager. Lager is a bottom-fermented beer that has become - given how widespread these beers have become - synonymous with beer itself. The name comes from the German word "Lager" ("deposit",

"cellar"), indicating the cool place where these beers were brewed and stored. European Lager is a pale, fresh beer with a moderate alcohol content, characterized by a delicate aroma and flavor and with a pale gold color. Outside Europe the malty and hoppy notes have been progressively reduced: in North and South America, Lager is considered a soft drink.

Pils. Also known as "pilsener" or "pilsner", it takes its name from the Bohemian town of Pilsen (Pilsen in German), where it was created by the earlier-mentioned Groll. The Bavarian master brewer exploited the distinctive features of a water poor in minerals and the fine aroma of the hops grown in the nearby Zatec, to create a golden, bottom-fermented beer that is the ancestor of over 90% of all beer produced throughout the world today. Pils is characterized by its floral aroma, its dry, clean finish and its abundant froth. It is subdivided into various types, including the golden-hued Bohemian Pils, characterized by soft malty notes and a well-defined bitterness, and German Pils, with a "cleaner" flavor, drier and with a strong hoppy aroma, to which virtually all of the Pils produced in other European countries are similar.

Weizen. Very popular in Bavaria, Weizen is a fresh and thirst-quenching beer made from barley malt and wheat malt ("Weizen" in German). The wheat malt, which by law must be not less than 50%, gives the beer its typical tangy taste, while the bitter note, given the scarce presence of hops, is imperceptible. Weizenbiere are also known as "Weissbiere" ("white beers") because of their cloudy, almost milky appearance, caused by the suspended yeast particles that give it its distinctive, fruity ripe banana and clove aroma, although there are also lesser dark versions.

THE 7 "GOLDEN RULES" FOR SERVING BEER

Head of froth: two fingers thick, and dense. To provide the most enjoyment, a beer should have a head of froth that is two fingers thick and quite dense. The head, which caresses the lips at each sip, acts as a natural filter that gradually releases the aroma of the hops and malt. More bitter than the beer itself, the head brings out the beer's characteristic flavor and enhances it. The head

also protects the beer from oxidation, maintains its aroma and fragrance intact and makes it more pleasant to drink and easier to digest.

Pouring: two steps (and several methods). The term “pouring” indicates the act of serving beer in a glass, either from a keg or from a bottle. Beer should be poured slowly at first, holding the glass slightly at an angle, until it is three quarters full. Then, after straightening the glass, it should be poured quickly to allow an adequate head of froth to develop.

The glass: there's a right one for every beer. Each beer is associated with a specific type of vessel - made rigorously out of glass - that is best suited to bringing out its taste and aroma and that allows the right amount of head to form. A few examples: beers with a high alcohol content such as Belgian Ales or Abbey beers should be served in a chalice; Ales and British beers are best enjoyed in a classic pint glass (holding 0.568 liters at the rim); Blanche, and generally all spicy Belgian-style beers, should be served in wide glasses.

Glass: always clean, and possibly moistened. The glass should be clean and without traces of detergent or rinsing agent, which would prevent froth from adequately forming. Before use, it should be moistened with cold water to eliminate any traces of dust that may be present and to bring its temperature down to that of the beer. Important: do not confuse the froth with bubbles. In the case of beer, unlike champagne, the presence of persistent bubbles indicates only an excessively high carbon dioxide content.

Temperature: generally cold, but never icy. Each beer has its own ideal serving temperature: in general, the stronger and more full-bodied it is, the higher its ideal serving temperature should be. The recommended serving temperature is usually indicated on the label.

Freshness: the key to a full flavor. Beer should be consumed “young”. As all “live” products, the fresher it is, the more its fragrance and taste are maintained. To savor it at its best, follow the indications provided on the label. An exception to

this rule is given by very few beers, known as “aged beers”, that are generally top fermented, with a high alcohol content and a strong hoppy taste.

Storage: in a cool and dark place. Beer is affected by sudden changes in temperature and by light and oxygen. The best place to store it is therefore both cool and dry (to reduce the risk of oxidation), with the bottles in an upright position and away from sources of light.



Her şirketin yıllık kazancı aynı bir tablo olarak belirlenir. Her ay dönümü bir sonraki sayfada yer almaktadır. Yukarıdaki tabloda sebze ve meyve üretim, ihalat ve ihracat oranları karşılaştırılmak üzere sunulmuştur.

Aşağı soldaki tabloda son on yılın kazancını grafiğin artış gözetim oranları verilmiştir. Sağdaki pasta çirimi grafiği ise kazancın son altı ay içindeki dağılımını yansıtarak göstermektedir.

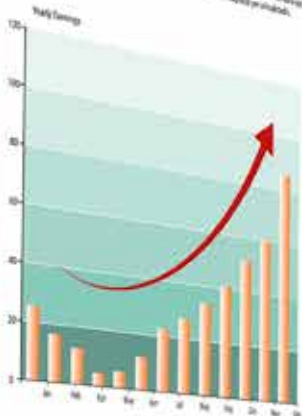
Şirketimizin nominal olarak kasa geçişi ve hisse senetleri değerlerinin artış potansiyel oranları tabelası sonrakı sayfada yer almaktadır.

Get a free annual report on the company or companies of your interest.

Her şirketin yıllık kazancı aynı bir tablo olarak belirlenir. Her ay dönümü bir sonraki sayfada yer almaktadır. Yukarıdaki tabloda sebze ve meyve üretim, ihalat ve ihracat oranları karşılaştırılmak üzere sunulmuştur.

Aşağı soldaki tabloda son on yılın kazancını grafiğin artış gözetim oranları verilmiştir. Sağdaki pasta çirimi grafiği ise kazancın son altı ay içindeki dağılımını yansıtarak göstermektedir.

Şirketimizin nominal olarak kasa geçişi ve hisse senetleri değerlerinin artış potansiyel oranları tabelası sonrakı sayfada yer almaktadır.



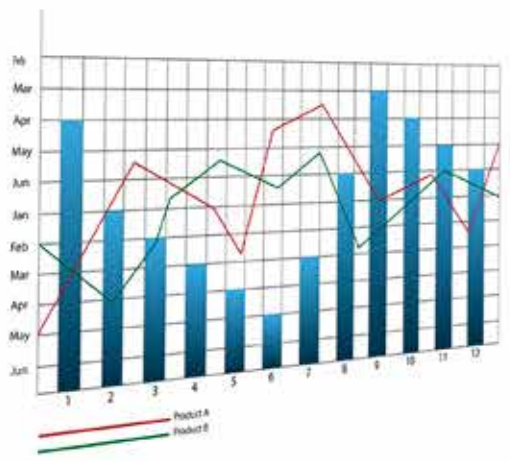
Annual reports are formal financial statements that are published yearly and sent to company stockholders and various other interested parties.

Reporting companies must send annual reports to their shareholders when they hold annual meetings to elect directors.



Reporting companies must send annual reports to their shareholders when they hold annual meetings to elect directors.

are published yearly and sent to parties.



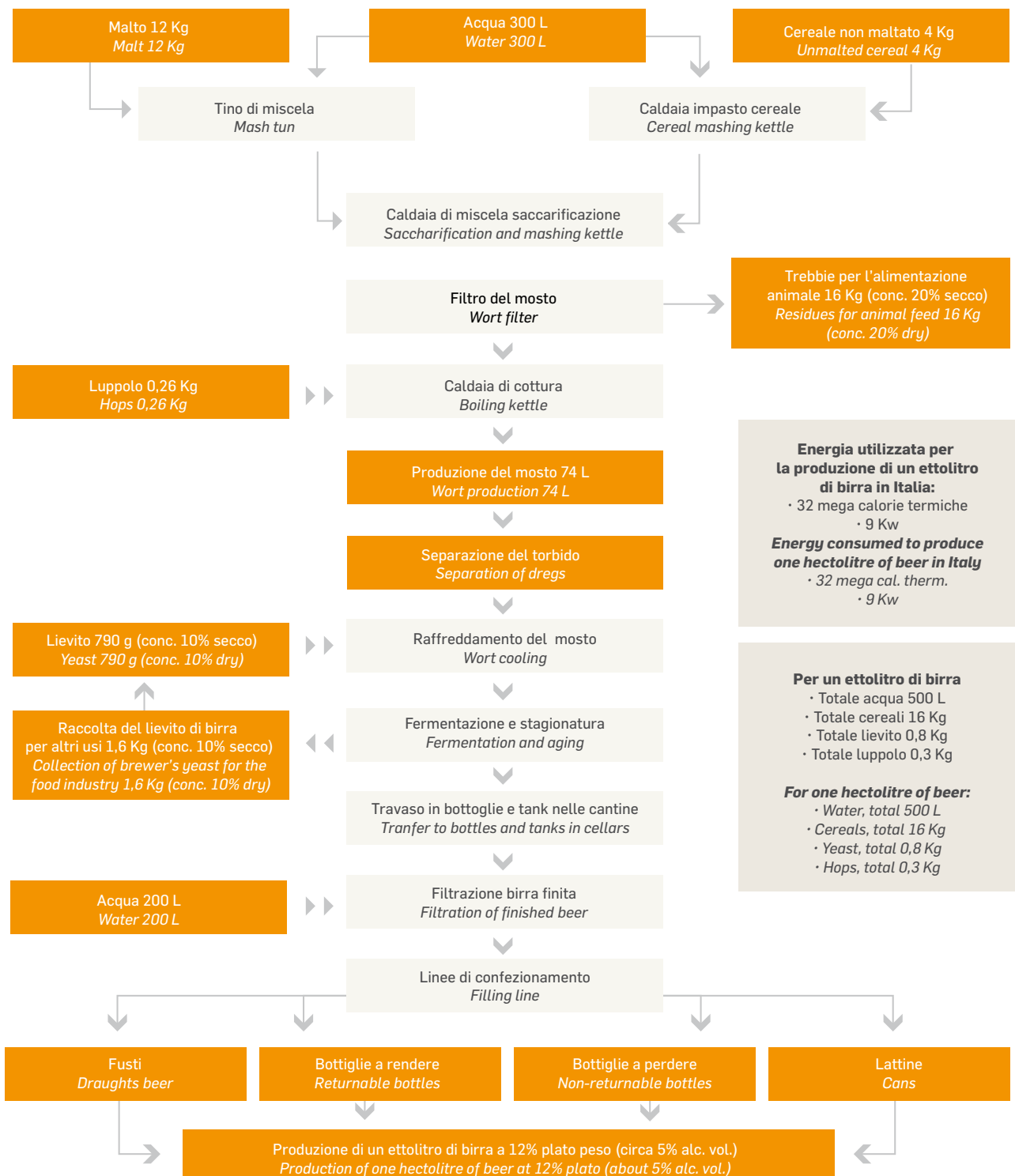
07 / DATI DI SINTESI

KEY DATA

MATERIE PRIME E PRODUZIONE

RAW MATERIALS AND BEER PRODUCTION

SCHEMA DI FABBRICAZIONE DI UN ETTOLITRO DI BIRRA IN ITALIA
SIMPLIFIED SCHEME FOR BREWING ONE HECTOLITRE OF BEER IN ITALY



MATERIE PRIME / RAW MATERIALS

Malto d'orzo - <i>Barley malt</i>	172.917 tonn.
Cereale non maltato - <i>Cereal not malted</i>	57.574 tonn.
Luppolo - <i>Hop</i>	3.086 tonn.
Lievito - <i>Yeast</i>	11.270 tonn. (al 10% secco/dry)
Acqua - <i>Water</i>	57 mio. hl

ESTRATTI DAL PROCESSO DI FABBRICAZIONE DELLA BIRRA / BY-PRODUCTS FROM BREWING

Trebbie - <i>Spent grains</i>	201.702 tonn. (al 20% secco/dry)
Lievito di birra - <i>Brewers yeast</i>	11.270 tonn. (al 10% secco/dry)

MOSTO / WORT 10,64 mio. hl**LINEE DI CONFEZIONAMENTO / PACKAGING**

Fusti - <i>Draughts</i>	1,96 mio. hl
Bottiglie a rendere - <i>Returnable bottles</i>	0,85 mio. hl
Bottiglie a perdere - <i>Non-returnable bottles</i>	10,61 mio. hl
Lattine - <i>Cans</i>	1,09 mio. hl

ENERGIA UTILIZZATA PER LA PRODUZIONE / ENERGY USED IN PRODUCTION

Mega calorie termiche - <i>Mega thermic calories</i>	483 mio.
Kw - <i>Kw</i>	116 mio.

PRODUZIONE NAZIONALE DI BIRRA 2016 / NATIONAL BEER PRODUCTION 14,51 MIO. HL

UNITÀ PRODUTTIVE SUL TERRITORIO

BREWERIES/MALTHOUSES IN ITALY

Piemonte

_Birra Menabrea Spa - Biella
 _Birrificio Baladin srl - Piozzo (CN)
 _Birrificio Troll sas - Robilante (CN)
 _La Compagnia della Birra Spa - Settimo Torinese (TO)
 _Croce di Malto Srl - Trecate (NO)
 _Birrificio Artigianale Gilac s.c. - Val della Torre (TO)
 _La Dinda S.S. Soc. Agricola di Federica ed Elisa Toso S. Stefano Belbo (CN)
 _Birrificio San Michele Srl - S. Ambrogio di Torino (TO)
 _La Piazza Soc. Coop - La Piazza dei Mestieri - Torino (TO)
 _SorA'LaMA' Srl - Vaie (TO)

Valle d'Aosta

_Heineken Italia Spa - Pollein (AO)

Lombardia

_Carlsberg Italia - Induno Olona (VA)
 _Heineken Italia Spa - Comun Nuovo (BG)
 _Pratorosso Società Agricola Srl - Settala (MI)
 _Birrificio HIBU snc - Bernareggio (MB)
 _Doppio Malto Brewing Company Srl - Erba (CO)
 _Birrificio Artigianale Siebter Himmel - Carnago (VA)
 _Birrificio Geco Srl - Cornaredo (MI)
 _Azienda Agricola Cascina Morosina - Abbiategrasso (MI)
 _Palabrauhaus Fabbrica Birra Palazzolo By Florem Snc - Palazzolo (BS)
 _Azienda Agricola Serra Storta di Serazio Marco - Buscate (MI)
 _Birrificio OTUS Srl - Seriate (BG)

Trentino-Alto Adige

_Birra Forst Spa - Lagundo (BZ)
 _Bozner Brau Srl - Bolzano (BZ)

Veneto

_Birra Castello Spa - Pedavena (BL)
 _Birra Peroni Srl - Padova
 _Hausbrandt Trieste 1892 Spa - Treviso
 _32 Via dei Birrai Srl - Onigo di Pederobba (TV)
 _Birra Morgana - Martellago (VE)
 _Micro Birrificio Casa Vecchia - Camalò (TV)
 _San Gabriel sas di G. Tonon & C. - Ponte di Piave (TV)
 _Zusa Srl - Birrificio Artigianale Labi Beer - Rosà (VI)

Friuli-Venezia Giulia

_Birra Castello Spa - S. Giorgio Nogaro (UD)
 _Birrificio Tazebao snc - Trieste
 _Soc. Az. Agr. Alturis ssa - Birrificio GJulia - San Pietro al Natisano (UD)

_Iniziative Spluga Srl - Gordona (UD)
 _Birrificio Cittavecchia Srl - Sgonico (TS)

Toscana

_Frank & Serafico Sarl - Grosseto (GR)

Marche

_Birra Amarcord Spa - Apecchio (PU)
 _Ibeer - Impresa Agricola di Giovanna Merloni - Fabriano (AN)

Umbria

_Az. Agricola Monastero S. Biagio - Nocera Umbra (PG)
 _Mastri Birrai Umbri Società Cooperativa - Perugia
 _Birra dell'Eremo - Assisi (PG)
 _Flea Società Agricola a r.l. - Gualdo Tadino (PG)

Lazio

_Birra Peroni Srl - Roma
 _Saplo Spa - Pomezia (RM)*
 _Orma Srl - Eternal City Brewing - Roma (RM)
 _Atlas Coelestis srl - Roma
 _Birrificio Turbacci srl - Mentana (RM)
 _Birradamare Srl - Fiumicino (RM)
 _Birra del Borgo Srl - Rieti
 _Birrificio Itineris - Civita Castellana (VT)
 _Lillian Brewery Sas (Birrificio Aurelio) - Ladispoli (RM)

Campania

_Maltovivo Srl - Ponte (BN)
 _Birrificio Sorrento Srl - Agnello (NA)
 _A.F. Srl - Castel San Giorgio (SA)
 _Birrificio Serro Croce - Monteverde (AV)

Basilicata

_Tarricone Spa - Baragiano (PZ)**
 _Agro Alimentare Sud Spa - Melfi (PZ)*

Puglia

_Heineken Italia Spa - Massafra (TA)
 _Birra Peroni Srl - Bari
 _Birra Salento Srl - Leverano (LE)
 _Land, Food & Beverage Società Cooperativa Agricola Birra Ebers - Foggia (CS)

Sardegna

_Heineken Italia Spa - Assemini (CA)

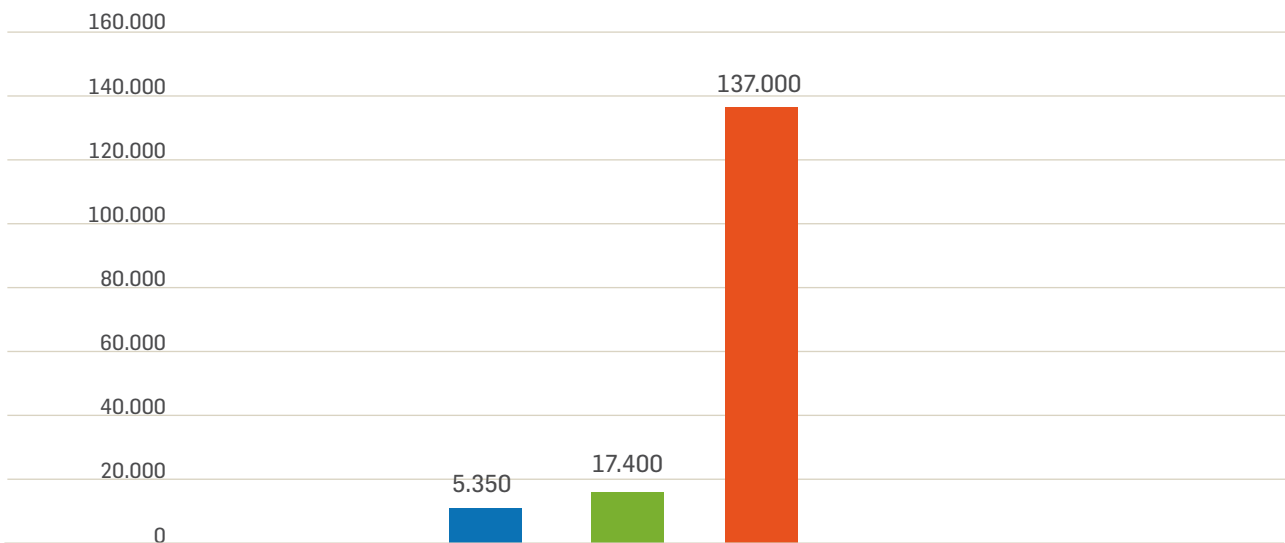
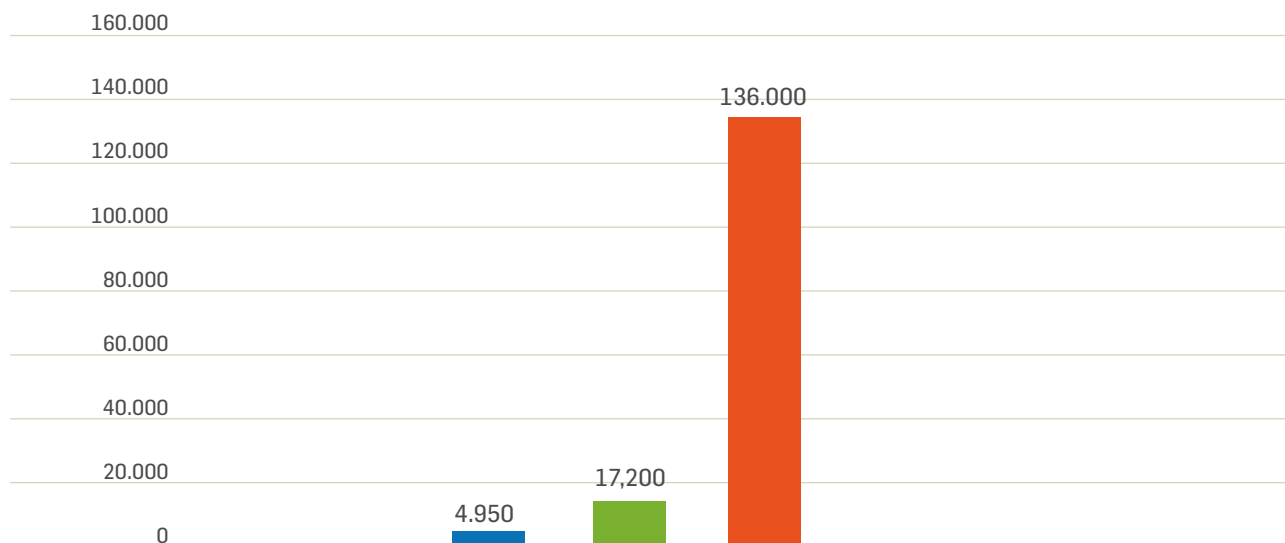
* Stabilimento maltario_Malthouse

** Non associato_No member

Birrificio artigianale_Microbrewery

OCCUPAZIONE

STATE OF EMPLOYMENT

2016

2014


■ DIRETTA / DIRECT
■ DIRETTA + INDIRETTA / INDIRECT
■ DIRETTA + INDIRETTA + INDOTTO ALLARGATO / INDUCED

AZIENDE E MARCHI

COMPANIES AND BRANDS

BIRRA / BEER

DIREZIONI GENERALI / HEADQUARTERS

Heineken Italia Spa

Viale Edison, 110 - c/o Edison Park Center
20099 Sesto San Giovanni (MI)
Tel: +39 02.270761 - Fax: +39 02.27076515
comunicazioneaffariistituzionali@heinekenitalia.it
www.heinekenitalia.it

Anheuser-Busch InBev Italia Spa

Piazza Francesco Buffoni, 3 - 21013 Gallarate (VA)
Tel: +39 0331.268411
info.italia@ab-inbev.com
www.ab-inbev.it

Birra Castello Spa

Via E. Fermi, 42 - 33058 S. Giorgio di Nogaro (UD)
Tel: +39 0431.626811
birracastello@birracastello.it
www.birracastello.it

Birra Peroni Srl

Via Renato Birolli, 8 - 00155 Roma
Tel: +39 06.225441
relazioni.esterne@peroni.it
www.peroni.it

Birra Forst Spa

Via Venosta, 8 - 39022 Lagundo (BZ)
Tel: +39 0473.260111
info@forst.it
www.forst.it

Birra Menabrea Spa

Via E. Ramella Germanin, 4 - 13900 Biella
Tel: +39 015.2522320
info@birramenabrea.com
www.birramenabrea.it

Carlsberg Italia Spa

Via Ramazzotti, 12 - 20020 Lainate (MI)
Tel: +39 02.93536911
info@carlsberg.it
www.carlsbergitalia.it

Hausbrandt Trieste 1892 Spa

Via Foscarini, 52 - 31040 Nervesa della
Battaglia (TV)
Tel: +39 0422.8891
info@hausbrandt.com
www.hausbrandt.com

FABBRICHE / BREWERIES

Heineken Italia Spa

SS Appia - 74016 Massafra (TA)
Tel: +39 099.88811 - Fax: +39 099.8881277

Loc. Macchireddu Grogastu - C.P. 58
09032 Assemini (CA)
Tel: +39 070.24691 - Fax: +39 070.247125

Loc. Autoporto - 11020 Pollein (AO)
Tel: +39 0165.254211 - Fax: +39 0165.43724

Via Spirano, 26 - 24040 Comun Nuovo (BG)
Tel: +39 035.409111 - Fax: +39 035.595555

Birra Peroni Srl

Via Renato Birolli, 8 - 00155 Roma
Tel: +39 06.225441 - Fax: +39 06.2283445

Zona Industriale, I Strada - 35100 Padova
Tel: +39 049.8997111 - Fax: +39 049.8997219

Via Bitritto, 108 - 70124 Bari
Tel: +39 080.5067111 - Fax: +39 080.5054301

Carlsberg Italia Spa

Via Olona, 103 - 21056 Induno Olona (VA)
Tel: +39 0332.208111 - Fax: +39 0332.840336

Hausbrandt Trieste 1892 Spa

Via Foscarini, 52 - 31040 Nervesa della
Battaglia (TV)
Tel: +39 0422.8891 - Fax: +39 0422.889260

Birra Forst Spa

Via Venosta, 8 - 39022 Lagundo (BZ)
Tel: +39 0473.260111 - Fax: +39 0473.448365

Birra Menabrea Spa

Via E. Ramella Germanin, 4 - 13900 Biella
Tel: +39 015.2522320 - Fax: +39 015.2522350

MALTO / MALT

DIREZIONI COMMERCIALI E STABILIMENTI / SALE OFFICES AND PLANTS

Saplo Spa

Via Naro, 39 - 00040 Pomezia (RM)
Tel: +39 06.9120194
malto@saplo.it
www.birraperoni.it/chi-siamo/i-nostri-stabilimen-
ti/malteria-saplo/

Agro Alimentare Sud Spa

Zona Industriale, Loc. S. Nicola - 85025 Melfi (PZ)
Tel: +39 0972.78304
info@italmalt.com
www.italmalt.com

BIRRIFICI ARTIGIANALI / MICROBREWERIES**32 Via dei Birrai Srl**

Via Cal Lusent 41
31040 Onigo di Pederobba (TV)
Tel: +39 0423.681983
toffoli@32viadeibirrai.com
www.32viadeibirrai.com

A.F. Srl

Via Riccardo Ciancio, 60
84083 Castel San Giorgio (SA)
Tel: 081.5162434 - Fax: +39 081.9535627
info@afb birra.it
www.afbirra.it

Azienda Agricola Serra Storta di Serazio Marco

Via Manzoni, 89
20010 Buscate (MI)
info@serrastorta.it
www.serrastorta.it

Atlas Coelestis Srl

Via Malcesine, 41 - 00135 Roma (RM)
Tel: +39 06.35072243
Fax: +39 06.35019147
atlascoelestis@virgilio.it
www.atlascoelestis.it

Azienda Agricola Cascina Morosina

Cascina Morosina - 20081 Abbiategrosso (MI)
info@lamorosina.it
www.lamorosina.it

Azienda Agricola Monastero di San Biagio

Località Lanciano, 42
06025 Nocera Umbra (PG)
Tel e Fax: +39 074.2813646
info@birrasanbiagio.com
birrasanbiagio.com

Birra Amarcord Spa

Z.A. La Casella - Loc. Pian di Molino
61042 Apecchio (PU)
info@birraamarcord.it
www.amarcord.it

Birrificio Artigianale Settimo Cielo

Via Monterosa, 33
21040 Carnago (VA)
Tel: +39 0331.1602020
birrificio@siebterhimmel.it
www.siebterhimmel.it

Birrificio Artigianale Gilac s.c.

Via Lanzo, 46
10040 Val Della Torre (TO)
Tel: +39 328.9649604
info@gilac.it
www.gilac.it

Birra dell'Eremo

Via Monte Peglia, 5
06081 Assisi (PG)
Tel: 075.8064602
info@birradelleremo.it
www.birradelleremo.it

Birradamare Soc. Agr. a r.l.

Via Falzarego, 8
00054 Fiumicino (RM)
Tel: 06.6582021
info@birradamare.it
www.birradamare.it - www.nabiretta.it

Birra del Borgo Srl

Loc. Piana di Spedino snc
02021 Borgorose (RI)
Tel e Fax: +39 0746.31287
info@birradelborgo.it
www.birradelborgo.it

Birra Flea - Agricola Matteo Minelli

Via F.lli Cairoli - Zona ind.le sud
06023 Gualdo Tadino (PG)
produzione@birraflea.com
www.birraflea.com

Birrificio Baladin Società Semplice Agricola

Via Carrù, 23/A - 12060 Piozzo CN
Tel: +39 0173.778013 - Fax: +39 0173.118935
info@birreria.com
www.birreria.com

Birrificio Itineris

Via Donatello, 1
01033 Civita Castellana (VT)
Tel: +39 327.4229821
info@birrificioitineris.it
www.birrificioitineris.it

Birrificio Hibu snc

Via delle Industrie, 35
20881 Bernareggio (MB)
Tel: +39 349.7378520
info@birrificiohibu.it
www.birrificiohibu.it

Birra Salento Srl

Via Ancona, 2
73045 Leverano (LE)
info@birrasalento.it
www.birrasalento.it

Birrificio Sorrento Srl

Viale dei Pini, 44 - 80065 S. Agnello (NA)
Tel: +39 081.8773708
info@birrificiosorrento.com
www.birrificiosorrento.it

Birrificio Tazebao snc

di Miele Fernando e Glavina Luciana
Via Lorenzetti, 9 - 34144 Trieste (TS)
Tel: +39 333.2817180
birrificiotazebao@live.it
www.pizzeriatazebao.com

Birrificio Troll

Via Umberto I, 72 - 12017 Robilante (CN)
Tel: +39 0171.78113
birratroll@yahoo.it
www.birratroll.it

Birrificio Turbacci Srl

Via della Mezzaluna, 50
00013 Mentana (RM)
Tel: +39 06.9094701 - Fax: +39 06.9092557
birrificioturbacci@hotmail.com
www.birraturbacci.it

Bozner Brau Srl

Piazza Erbe, 17 - 39100 Bolzano (BZ)
office@boznerbier.it
www.boznerbier.it

Birrificio Cittavecchia Srl

Z.A. Stazione di Prosecco, 29/E
34010 Sgonico (TS)
Tel e Fax: +39 040.251060
info@cittavecchia.com
www.cittavecchia.com

Croce di Malto Srl

Corso Roma, 51/A - 28069 Trecate (NO)
Tel: +39 0321.1856101
info@crocedimalto.it
www.crocedimalto.it

Birrificio Geco

Via Palladio, 6
20010 Cornaredo (MI)
Tel: +39 02.93215276 - Fax: +39 02.93660603
info@birrificiogeco.it
www.birrificiogeco.it

Birrificio Otus Srl

Via Fonderia Rumi, 7
24068 Seriate (BG)
Tel: +39 035.296473
info@birrificiootus.com
www.birrificiootus.com

Birrificio San Michele Srl

Via 3° Regg.to Alpini, 10/A
10057 S. Ambrogio di Torino (TO)
Tel: +39 011.19815118
info@birrasm.it
www.birrificiosanmichele.it

AZIENDE E MARCHI

COMPANIES AND BRANDS

Birrificio Serro Croce

Azienda Agricola Vito Pagnotta
Viale Michelangelo, 39
83049 Monteverde (AV)
Tel: +39 082.786219
infopagnotta@gmail.com
www.serrocroce.it

Birrificio Spluga

Via degli Emigranti, 12
23020 Gordona (SO)
Tel: +39 0343.41397
brasseriespluga@gmail.com
www.birrificiospluga.com

Doppio Malto Brewing Company Srl

Via Milano, 9
22036 Erba (CO)
Tel: +39 031.3334187
birrificio@doppiomalto.it
www.doppiomalto.it

Frank & Serafico Sarl

Via Ferruccio, 35
58100 Grosseto (GR)
Tel: +39 0564.418491
info@frankeserafico.com
www.frankeserafico.com

Ibeer - Impresa Agricola di Giovanna Merloni

Via Vittorio Veneto, 116
60044 Fabriano (AN)
Tel: +39 0732.24139
info@ibeer.it
www.ibeer.it

La Compagnia della Birra SpA

Via Ariosto, 36bis
10036 Settimo Torinese (TO)
Tel: 011.8024977
davide.corino@befedsettimo.it
www.compagniadellabirra.it

La Dinda s.s. Società Agricola di Federica ed Elisa Toso

Loc. San Maurizio, 15
12058 Santo Stefano Belvo (CN)
Tel: +39 0141.844183
info@2sorelle.it
www.ladinda.it

La Piazza Soc. Coop

La Piazza dei Mestieri
Via Jacopo Durandi, 13
10144 Torino (TO)
Tel: 011.19709600
birrificio@piazzaheimestieri.it
www.piazzaheimestieri.it

Land, Food & Beverage

Società Cooperativa Agricola/Birra Ebers
Via Carlo Ciampitti, 81
71121 Foggia (FG)
Tel: +39 0881.021642 - 3391221830
info@birraebers.com
www.birraebers.com

Lillian Brewery Sas (Birrificio Aurelio)

Via Aldo Moro, 38
00055 Ladispoli (RM)
Tel: +39 392.7604888
birrificioaurelio@libero.it
www.birrificioaurelio.it

Morgana Srl

Via Giolitti, 5
31050 Morgano (TV)
Tel: +39 335.6179403 - +39 335.5943519
birramorgana@gmail.com
www.birramorgana.com

Maltovivo srl

Zona ind. contrada Piana
82030 Ponte (BN)
Tel: +39 0824.876420
maltovivo@maltovivo.it
www.maltovivo.it

Mastri Birrai Umbri

Via Bruno Buozzi, 20
06030 Giano dell'Umbria (PG)
Tel: +39 0742.92951 - Fax: +39 0742.929595
info@mastribirraiumbri.it
www.mastribirraiumbri.it

Micro Birrificio Casa Vecchia

Via Povegliano, 47
31050 Camalò (TV)
Tel: +39 335.6931266
birraio@ivanborsato.it
www.ivanborsato.it

Orma Srl - Eternal City Brewing

Via del Ponte Pisano, 84
00148 Roma (RM)
eternalcitybrewing@gmail.com
www.eternalcitybrewing.it

Palabrauhaus by Florem Snc

Via A. Kupfer, 57
25036 Palazzolo S/O (BS)
Tel: +39 030.7402914
info@palabrauhaus.it
www.palabrauhaus.it

Pratorosso Società Agricola Srl

Cascina Gaita snc
20090 Settala (MI)
Tel: +39 02.95898150 - Fax: +39 02.95899499
info@pratorosso.com
www.pratorosso.com

SorA'LaMA' Srl

Via Nazionale, 14 - SS 25 Km 32,5
10050 Vaie (TO)
Tel: +39 011.9631977
info@soralama.it
www.soralama.it

Soc. Az. Agr. Alturis Ssa - Birrificio GJULIA

Via Zona Industriale, 35
33049 San Pietro Al Natisone (UD)
Tel: +39 0432.716344
info@alturis.it
www.alturis.it

San Gabriel sas di G. Tonon & C.

Via della Vittoria, 2 - Loc. Levada
31047 Ponte Di Piave (TV)
Tel: +39 0422.202188 - Fax: +39 0422.0247384
info@sangabriel.it
www.sangabriel.it

Zusa s.r.l. - Birrificio Artigianale Labi Beer

Via Del Lavoro, 3/b-c
36027 Rosà (VI)
Tel: +39 0424.582843
info@labibeer.com
www.labibeer.it

MARCHI PRODOTTI E/O DISTRIBUITI DALL'INDUSTRIA DELLA BIRRA IN ITALIA
BRANDS IN ITALY PRODUCED AND/OR DISTRIBUTED BY BREWERIES
HEINEKEN ITALIA SPA
Heineken

- Affligem Blonde
- Affligem Double
- Affligem Cuvee Florem
- Affligem Cuvee d'Hiver
- Affligem Cuvee des Peres
- Affligem Cuvee de Natalis
- Affligem Rouge
- Affligem Triple
- Amstel
- Amstel Radler
- Birra Moretti
- Birra Moretti Doppio Malto
- Birra Moretti Zero
- Birra Moretti Baffo D'Oro
- Birra Moretti La Rossa
- Birra Moretti Radler Limone
- Birra Moretti Radler Chinotto
- Birra Moretti Radler Gazzosa
- Birra Moretti Piemontese
- Birra Moretti Friulana
- Birra Moretti Siciliana
- Birra Moretti Toscana
- Birra Moretti Grand Cru
- Birra Moretti La Bianca
- Birra Moretti Lucana
- Birra Moretti Pugliese
- Birra Moretti Lunga Maturazione
- Brand
- Brand Weizen
- Cruzcampo
- Desperados
- Dreher
- Dreher Lemon Radler Limone
- Dreher Lemon Radler Zero
- Dreher Lemon Radler Pompelmo
- Dreher Te'
- Erdinger
- Fischer Blonde
- Fischer Printemps
- Gasoline Strong
- Golden Fire
- Golden Fire Strong
- Heineken
- Heineken H41
- Ichnusa
- Ichnusa Limone Radler
- Ichnusa Cruda
- Ichnusa non filtrata
- Mc Farland Strong
- Messina
- Murphy's
- Murphy's Red
- Pelforth Blonde
- Prinz Brau
- Reiner Brau
- Sans Souci
- Sol
- Sternquell Pils
- Sternquell Keller
- Sternquell Bock
- Tiger
- Von Wunster
- Von Wunster Analcolica
- Wieckse Witte
- CHIMAY Bianco
- CHIMAY Blu
- CHIMAY Rosso
- CINEY Blond
- CINEY Brown
- CRABBIE'S Original Ginger
- CRISTAL
- DE KONINCK
- DE KONINCK Triple
- DOS EQUIS
- DUVEL
- DUVEL Tripel Hop
- ERDINGER Analcolica
- ERDINGER Dunkel
- ERDINGER Kristallbier
- ERDINGER Oktoberfest
- ERDINGER Pikantus
- ERDINGER Urweisse
- ERDINGER Weissbier
- FISCHER Gold
- FLOREFFE Blonde
- FLOREFFE Blonde
- FLOREFFE Double
- FLOREFFE Meilleure
- FLOREFFE Triple
- FLOREFFE Triple
- FOSTER'S
- GILLESPIE'S
- GREEN KILLER IPA
- HACKER PSCHORR Munch Gold
- HACKER PSCHORR Weissbier
- HOPUS
- JUDAS
- KONA BIG WAVE
- KONA Firerock
- KONA Longboard
- LAGUNITAS Day Time
- LAGUNITAS IPA
- LAGUNITAS LITTLE SUMPIN
- LAGUNITAS SUCKS
- MAES
- MAREDSOUS 10
- MAREDSOUS 6
- MAREDSOUS 8
- MCFARLAND
- MCGARGLES Cousin Rosies PALE
- MCGARGLES Francys Franks
- MCGARGLES Granny Marys
- MCGARGLES Knock Knock IPA
- MORETTI Grand Cru
- MORETTI Grani Antichi
- MORETTI Lunga Maturazione
- Mort Subite Kriek Lambic
- Mort Subite Witte Lambic
- NEWCASTLE Brown Ale
- NEWCASTLE Brown Ale
- OMISSION Lager
- OMISSION Pale Ale
- PAULANER Dunkel
- PAULANER Munchner Hell
- PAULANER Munchner Hell
- PAULANER Oktoberfest
- PAULANER Oktoberfest
- PAULANER Salvator
- PAULANER Weissbier Non Alc
- PAULANER Weizen Hefe
- PAULANER Weizen Hefe Fusto
- PELFORTH Brune
- REDHOOK Longhammer
- ROCHEFORT 10
- ROCHEFORT 6
- ROCHEFORT 8
- SAISON 1900
- SCHMUCKER Hefeweizen
- SCHMUCKER Kellerbier
- SCHMUCKER Meister Pils
- SCHMUCKER Privat Export
- SCHMUCKER Rose Bock
- SILLY BIO
- SILLY Premium
- SILLY Scotch
- SILLY SOUR
- SLALOM Strong Lager
- STRAFFE HENDRIK QUADRUPEL
- STRAFFE HENDRIK TRIPEL
- STRONGBOW
- THWAITES Smooth
- TROIS MONTS
- TROIS MONTS G.RESERVE
- WATNEY'S Scotch Ale
- WESTMALLE Double
- WESTMALLE Triple
- WESTMALLE Triple
- ZUNDERT Trappist

Dibeivit

- ABBAYE DE FOREST Ambree
- ABBAYE DE FOREST Blonde
- ADELSCOTT
- Affligem Blonde
- Affligem Double
- Affligem Triple
- BARBAR
- BARBAR d'Hiver
- BEAMISH Stout
- BELGIAN Kriek
- BELGIAN Kriek
- BLANCHE DE BRUXELLES
- BLANCHE DE SILLY
- BOUCANIER Caribbean Ale
- BOUCANIER Christmas
- BOUCANIER Dark Ale
- BOUCANIER Golden
- BOUCANIER Red Ale
- BRUGSE ZOT Blond
- BRUGSE ZOT Dubbel
- BULLDOG Strong Ale
- BULLDOG Strong Lager
- BULMERS Apple
- BULMERS Pear
- CERVISIA Camallo
- CERVISIA Ciumra
- CERVISIA Mozzo

BIRRA PERONI SRL

- Peroni
- Peroni Forte
- Peroni Senza Glutine
- Peroni Gran Riserva Doppio Malto
- Peroni Gran Riserva Rossa
- Peroni Gran Riserva Puro Malto
- Peroni Chill Lemon
- Peroncino
- Nastro Azzurro
- Wuhrer
- Raffo
- Crystall Wuhrer

AZIENDE E MARCHI

COMPANIES AND BRANDS

BIRRA PERONI SRL

- Hopsen Brau
- Miller Genuine Draft
- Tourtel (Birra Analcolica)
- Golden Pride
- Itala Pilsen
- London Pride
- Meantime London Lager
- Meantime London Pale Ale
- Meantime Yakima Red
- Pilsner Urquell
- Saint Benoit Supreme
- Saint Benoit Ambrée
- Saint Benoit Blanche
- Saint Benoit Triple
- Saint Stefanus
- Pferden
- Kozel
- Fyord
- London Porter Fuller
- London Trip Hop Meantime
- Peroni Cruda
- Grolsch Premium Lager
- Grolsch Weizen
- Grolsch Herbstbok
- India Pale Ale Fuller
- India Pale Ale Meantime
- Peroni 3.5

Private label

- Aster
- Admiral

CARLSBERG ITALIA SPA

- Carlsberg
- Carlsberg Elephant
- Carlsberg Special Brew
- Tuborg Green
- Tuborg Red
- Birrificio Angelo Poretti 3 Luppoli
- Birrificio Angelo Poretti 4 Luppoli Originale
- Birrificio Angelo Poretti 5 Luppoli Bock Chiara
- Birrificio Angelo Poretti 6 Luppoli Bock Rossa
- Birrificio Angelo Poretti 7 Luppoli
- La Fiorita
- Birrificio Angelo Poretti 7 Luppoli L'Estiva
- Birrificio Angelo Poretti 7 Luppoli La Mielizia
- Birrificio Angelo Poretti 7 Luppoli L'Ambrata
- Birrificio Angelo Poretti 8 Luppoli Gusto tostato
- Birrificio Angelo Poretti 8 Luppoli Gusto Agrumato
- Birrificio Angelo Poretti 9 Luppoli Belgian Blanche
- Birrificio Angelo Poretti 9 Luppoli American IPA
- Birrificio Angelo Poretti 10 Luppoli Le Bollicine
- Birrificio Angelo Poretti 10 Luppoli Le Bollicine Rosé
- Angelo - Le Riserve del Birrificio Brown Ale
- Angelo - Le Riserve del Birrificio Pale Ale
- Kronenbourg 1664
- Grimbergen Blonde
- Grimbergen Double Ambrée
- Grimbergen Blanche
- Grimbergen Triple
- Tucher Pilsner
- Tucher Kellerbier
- Tucher Übersee Export
- Tucher Helles Hefe Weizen
- Jacobsen IPA
- Jacobsen Weissbier
- Brooklyn Lager
- Brooklyn East IPA
- Feldschlösschen Analcolica

BIRRA FORST SPA

- Forst 1857
- Forst Kronen
- Forst Bock chiara
- Forst Sixtus
- Forst V.I.P. Pils
- Forst Premium
- Forst Premium Lager
- Forst Puro malto
- Weihenstephan Original Hell
- Weihenstephan Hefe Hell
- Weihenstephan Hefe Dunkel
- Weihenstephan Kristall
- Weihenstephan Original Hell analcolica
- Weihenstephan Hefe analcolica
- Weihenstephan Vitus Weizenbock
- Forst Felsenkeller Bier
- Menabrea Original
- Forst Birra di Natale

BIRRA MENABREA SPA (GRUPPO FORST)

- Menabrea "La 150° Bionda"
- Menabrea "La 150° Ambrata"
- Menabrea "La 150° Strong"
- Menabrea Christmas Beer
- Menabrea Doppio Malto Rossa
- Menabrea Top Restaurant Light 35
- Menabrea Top Restaurant Pils 55
- Menabrea Top Restaurant Bock 75
- Menabrea Top Restaurant Weiss 52
- Palmbräu Premium
- Polsterbräu
- Menabrea "La 150° Rossa"

BIRRA CASTELLO SPA

- Birra Castello La Decisa
- Birra Castello L'Intensa
- Birra Castello La Forte
- Castello La Radler
- Birra Pedavena
- Birra Pedavena Speciale
- Birra Alpen
- Alpen Radler
- Birra Alpen Senza Glutine
- Birra Dolomiti Pils
- Birra Dolomiti Ottogradi
- Birra Dolomiti Rossa
- Birra Superior
- Superior Senza Glutine

ANHEUSER-BUSCH INBEV ITALIA SPA

- Beck's
- Beck's Next
- Beck's Green Lemon
- Beck's Blue (analcolica)
- Corona Extra
- Stella Artois
- Leffe Blonde
- Leffe Brune
- Leffe Radieuse
- Leffe Primtemps
- Leffe Rouge
- Leffe 9°
- Leffe Royale
- Leffe Triple
- Hoegaarden
- Loburg
- Jupiler
- Tennent's Super
- Bass Extra Smooth
- Bass Best Scotch
- Franziskaner Hell
- Franziskaner Dunkel
- Franziskaner Kristallklar
- Lowenbräu Original
- Lowenbräu Premium Pils
- Lowenbräu Oktoberfestbier
- Lowenbräu Triumphator
- Lowenbräu Marzen
- Lowenbräu Urtyp
- Spaten München Hell
- Spaten Premium Bock
- Spaten Oktoberfestbier
- Bud
- Brahma
- Beck's London Pale Ale
- Beck's Berlin Golden Bock
- Coronita
- Leffe Royal Whitebread Golding
- Leffe Royal Cascade IPA
- Goose Island IPA
- Goose Island Honkers Ale
- Goose Island 312

HAUSBRANDT TRIESTE 1892 SPA

- Theresianer Pale Ale
- Theresianer Premium Pils
- Theresianer Premium Lager
- Theresianer Strong Ale
- Theresianer Vienna
- Theresianer Wit
- Theresianer Bock
- Theresianer India Pale Ale
- Nervesa Bianca
- Nervesa Bionda
- Nervesa Rossa
- Theresianer Winter Beer (75 cl)
- Theresianer Birra di Natale

MARCHI PRODOTTI E/O DISTRIBUITI DAI BIRRIFICI ARTIGIANALI
BRANDS IN ITALY PRODUCED AND/OR DISTRIBUTED BY MICROBREWERIES
ATLAS COELESTIS

- Caesar
- Cometa
- Jacob's Red Ale
- La Zia Ale
- Shaula Bock
- Spica Weizen
- The First Lager

BIRRIFICIO TURBACCI

- Bia Mama Quinn
- Coast to Coast
- Kykeon
- La Zia Ale
- Little Sister Quinn
- Pumpking Jumping
- Riserva
- Single Seater
- Turbacci Ale
- Turbacci Black
- Turbacci Castagna
- Turbacci Eroica
- Turbacci Hopfull
- Turbacci Noel (Birra di Natale)
- Turbacci Quinn
- Turbacci Riserva
- Turbacci Strong Ale
- Turbacci Super
- Turbacci Weiss
- Victor

MALTOVIVO

- Black Lizard
- Fahrenheit
- Kest'è
- Memoriae
- Noscia
- Pandora
- Tschol

MONASTERO SAN BIAGIO

- Ambar
- Aurum
- Gaudens
- Monasta
- Noel
- Patos San Biagio Kriek
- Saison Blonde
- Saison Rouge
- Sei punto uno
- Verbum
- Birra in fusto**
- San Biagio
- San Biagio Ambar
- San Biagio Apa (fusto e bottiglie)
- San Biagio Black Apa (fusto e bottiglie)
- San Biagio Clara (aurum)
- San Biagio Gaudens
- San Biagio Otra (monasta)
- San Biagio Verbum

BIRRIFICIO BALADIN

- Birra in Bottiglie Linea Baladin**
- Birra Elixir
- Birra Isaac
- Birra Leon
- Birra Lune
- Birra Mama Kriek
- Birra Mielika
- Birra Nazionale
- Birra Nora
- Birra Metodo Classico
- Birra Open Amber
- Birra Open Gold
- Birra Open White
- Birra Rock'n Roll
- Birra Suzy Dry
- Pop
- Birra Super
- Birra Super Bitter
- Birra Terre
- Birra Wayan
- Birra Xyauyù Barrel
- Birra Xyauyù Fumé
- Birra Xyauyù Kentucky
- Birra Xyauyù Oro
- Birra Zucca
- Birra in Fusto Linea Baladin e Lurisia**
- Birra Open Amber
- Birra Open Gold
- Birra Open White
- Birra in Bottiglie Linea Lurisia**
- Birra Lurisia Normale
- Birra Lurisia Otto
- Birra Lurisia Sei
- Birra Lurisia Speciale

DOPPIO MALTO BREWING COMPANY SRL

- Bitterland
- Brass Weiss
- Crash Beer
- Cuero Acido
- Mahogany Ipa
- Oak Pils
- Old Ipa
- Old Jack
- Pomelo Weiss
- Rust Ale
- Stone Ale
- Sultano
- Summer Ipa
- Zingibeer

AZIENDE E MARCHI

COMPANIES AND BRANDS

BIRRIFICIO TROLL

- Birbetta (bitter)
- Brunalpina (brown ale)
- Daù
- Dorina
- Febbre alta
- Geisha
- IPA - India Pal Ale
- Palanfrina
- Panada
- Patela
- Port'er Mejo
- Shangrilà

BIRRA DEL BORGO

- 16 gradi
- 25dodici
- Anfora
- Bdb(g)bodyIbù
- Caos
- CastagnAle
- Cortigiana
- Ducale
- Duchessa
- Duchessic
- Enkir
- Equilibrista
- Etrusca
- Fragus
- Genziana
- Hoppy Cat
- KeTo RePorter
- LISA
- Maledetta
- Morning Rush
- My Antonia
- Perle ai Porci
- Prunus
- ReAle
- ReAle Extra
- Rubus
- Saracena
- Scik Pils
- Stelle e strisce
- Vecchia Ducale
- Vecchia Tripel

BIRRA DELL'EREMO

- Brace
- Fiera
- Fuoco
- Magnifica
- Nobile
- Saggia
- Terra

32 VIA DEI BIRRAI

- Admiral
- Atra
- Audace
- Curmi
- Nebra
- Nectar
- Oppale
- Tre+Due

BIRRADAMARE

- Bifuel
- Birra Roma ambrata
- Birra Roma bionda
- Cocoa Cacao
- Dammenipa
- Kasta
- Kuasapa
- La Zia Ale
- 'Na birretta Chiara
- 'Na birretta Rossa
- Nat
- Nera
- Onda Bionda
- Raaf
- Schock
- Shockwood
- Weisse
- Wildyest

SETTIMO CIELO SRL - BIRRIFICIO SETTIMO

- Aes
- Rusca
- Levis
- Nuce
- Omnibus
- Prius
- Prius Exxtra
- Quis Hoc
- Triskell
- YOLO
- Wit-Flos

BIRRA MORGANA

- Assiria Bio
- Morgana
- Nani 1
- Nani 2
- Nani 3
- Padova
- Sepa
- Skia

ORMA SRL - ETERNAL CITY BREWING

- Arvalia
- Bulla
- Celio
- Dea
- Lupa
- Lupetta
- Mora
- Mosaic
- Tiber
- Urbe

BIRRA AMARCORD

- Ama Bionda
- Ama Bruna
- Ama Mora
- Ama Pilsner
- Amarcord Riserva Speciale
- Anniversario 1997 - 2017
- Bad Brewer Amber Ale
- Bad Brewer California Common
- Bad Brewer Pale Ale
- Doppelbock A
- La Gradisca
- La Gradisca Eron Limited Edition
- La Mi Dòna
- La Mi Dòna Eron Limited Edition
- La Tabachéra
- La Volpina
- La Volpina ERON Limited Edition

MISTER MALTO

- Mr. Malto Premium Pils
- Mr. Malto Premium Red
- La Zia Ale

BIRRIFICIO TAZEBAO

- Birra di Natale
- Mittelbier
- Smokedbier
- Tazebier
- Tazeweizen
- Taz'zero

BIRRIFICIO GECO

- Ambra
- Babbo Bastardo
- Barabba
- Inoki
- Lamù
- Maia
- Milla
- Marvin
- Pecora Nera
- Rosco
- Rubia
- Sosweet

BOZNER BRAU

- Bozner Bier
- Bozner Dunkl
- Bozner Weizn

SAN GABRIEL

- 1997 Vintage - Ambra Rossa
- Ambra Rossa
- Bionda
- Buschina
- Del Tempio
- Della Scala
- Dell'Apostolo
- Hefe-Weizen
- La Rossa di Chioggia
- La Rossa di Verona
- Nera di Tarzo
- Nera Opitergium

PRATOROSSO SOCIETÀ AGRICOLA

- Gaita -5
- Pratorosso Chiara
- Pratorosso Bianca
- Pratorosso Bionda
- Pratorosso Rossa
- Pratorosso Scura

CASA VECCIA

- Bita
- Babo (stagionale)
- Calibro 5
- Dazio
- Finta de Pomi (stagionale)
- Formenton
- Ghe-Sha
- Lu'Au
- Molo
- Sisili (stagionale)
- Special
- Stayon
- Vacanze Romane (solo su Roma)

MASTRI BIRRAI UMBRI

- Birra i Cavalieri
- Mastri Birrai Umbri

BIRRIFICIO ITINERIS

- Amerina
- Aurelia
- Cassia
- Cimina
- Clodia
- Falisca
- Flaminia
- Francigena
- Infinity
- Laziaale
- Treja
- Tribe

AEFFE

- Cinquant
- Diciannov
- Panormita
- Prima
- Settantasett

AZIENDE E MARCHI

COMPANIES AND BRANDS

BIRRIFICIO LA PIAZZA

- Anniversary
- Chagally
- Chellerina
- Hopperly
- Manet
- Renoir
- Turnerly

LA COMPAGNIA DELLA BIRRA

- BEFeD Strong Lager
- BEFeD Blanche
- BEFeD Bock
- BEFeD Lager
- BEFeD Maerzen
- BEFeD Stout
- BEFeD Weiss
- CDB Amber Drop
- Costadoro Amer
- Costadoro Blanche
- Costadoro Gold
- Istharr

BIRRIFICIO DELL'ASPIDE

- Blonde
- Fenix
- Gairloch
- Nirvana
- Scarlet

FLEA - SOCIETÀ AGRICOLA A RESPONSABILITÀ LIMITATA

- Birra Donna di Coppe Chiara (50cl)
- Birra Donna di Coppe Rossa (50cl)
- Birra Donna di Coppe IPA (50cl)
- Birra Donna di Coppe WEISS (50cl)
- Birra Flea Bastola (33cl, 75cl, fusto PET da 20l)
- Birra Flea BiancaLancia (33cl, 75cl, fusto PET da 20l)
- Birra Flea Costanza (33cl, 75cl, fusto PET da 20 litri)
- Birra Flea Isabella
- Birra Flea Federico II (33cl, 75cl, fusto PET da 20 litri)
- Birra Flea Federico II Extra (33cl, fusto pet da 20 litri)
- Birra Flea Margherita
- Birra Flea Noel (75cl, Bott. 1,5l)
- Birra Flea Violante
- Birra La Meraviglia chiara (75cl)
- Birra La Meraviglia chiara doppio malto (75cl)
- Birra MaMa Chiara (75cl)
- Birra MaMa Ipa
- Birra MaMa Rossa (75cl)
- Birra MaMa Weiss (75cl)
- Birra MeraBirra (75cl)
- Birra Salinae (75cl)
- Birra Santo Marzio ambrata cinque punto nove (75cl)
- Birra Santo Marzio chiara cinque punto due (75cl)
- Birra Serrasantata (75cl)

BIRRIFICIO GJULIA

- Easy TOZ
- Est
- Grecale
- Miss TOX Bionda
- Miss TOZ Ambrata
- Miss TOZ Bianca
- Nord
- Nostrana
- Ovest
- Strong TOZ
- TOZ

GILAC SRL

- Alba al miele di castagno
- Alba Bionda
- Alba Chiara
- Alba Chiara Ambrata
- Alba Chiara Bianca
- Alba Chiara Rossa
- Gilac Alma
- Gilac Asia
- Gilac Bionda
- Gilac Caesar
- Gilac Diva
- Gilac Diva Gold
- Gilac Dorita
- Gilac Guenda
- Gilac Lolah
- Gilac Luce
- Gilac Melanie
- Gilac Nives
- Gilac Sophie

CROCE DI MALTO

- Acerbus
- Due Mondì
- Hauria
- Helles Diabolo
- Magnus
- Piedi Neri
- Temporis
- Triplexxx
- Triticum
- Vecchia Ramlin

LA DINDA

- 2 Sorelle Agricola Bionda
- 2 Sorelle Amber ale
- Naif
- Lallibet Bionda
- Lallibet Doppio Malto Ambrata
- 2 Sorelle Special
- Candy Cane

HIBU SOCIETÀ AGRICOLA

- Avanti March!
- Clock!
- Dussex
- Eil
- Entropia
- Gotha
- Koln
- Overgose
- Mood
- Ra Ra Rauch!
- Rhapsody
- Stout Calm
- TrHibu
- Tribeca
- Uaterlo
- Vaitrà
- Zatec

BIRRIFICIO SAN MICHELE

- Birra Aida
- Birra Butterfly
- Birra Carmen
- Birra Desdemona
- Birra Lady MacBeth
- Birra Lucia di Lammermoor
- Birra Manon
- Birra Norma
- Birra Semiramide
- Birra Tosca
- Birra Traviata
- Birra Turandot
- Birra Valchiria

IMPRESA AGRICOLA DI GIOVANNA MERLONI

- IBEER1104
- IBEER1405
- IBEER2208
- SPECIAL ONE
- OCTOBEER
- LADY ACID
- ST'ORTA
- UNIKO
- MILLION
- REASONS
- IPILS
- KIA KAHKA

SOLARAMÀ

- Slurp - Pils
- Wow - Bock
- Genny - Blanche
- Oh - Strong Ale
- Ex - Blonde Ale
- Bitrex Ipa - Ipa
- Bitrex Single Hop - Ipa
- Bitrex California - Ipa

BIRRIFICIO OTUS**Marchio Birrificio OTUS**

- B5
- Red&Go
- Pils 2
- Side -B

- Lolipa
- Wintermoon
- Redvolution
- Os7
- Tribal Sun

Marchio Birrificio LUG

- Luf Bionda
- Luf Rossa
- Luf Strong

CIVITAVECCHIA

- Chiara
- Rossa
- Weizen
- Fomidable
- Lipa
- Lipalait (Nuova birra)
- Karnera
- San Nicolò (La Birra di Natale)

BIRRA IN ITALIA

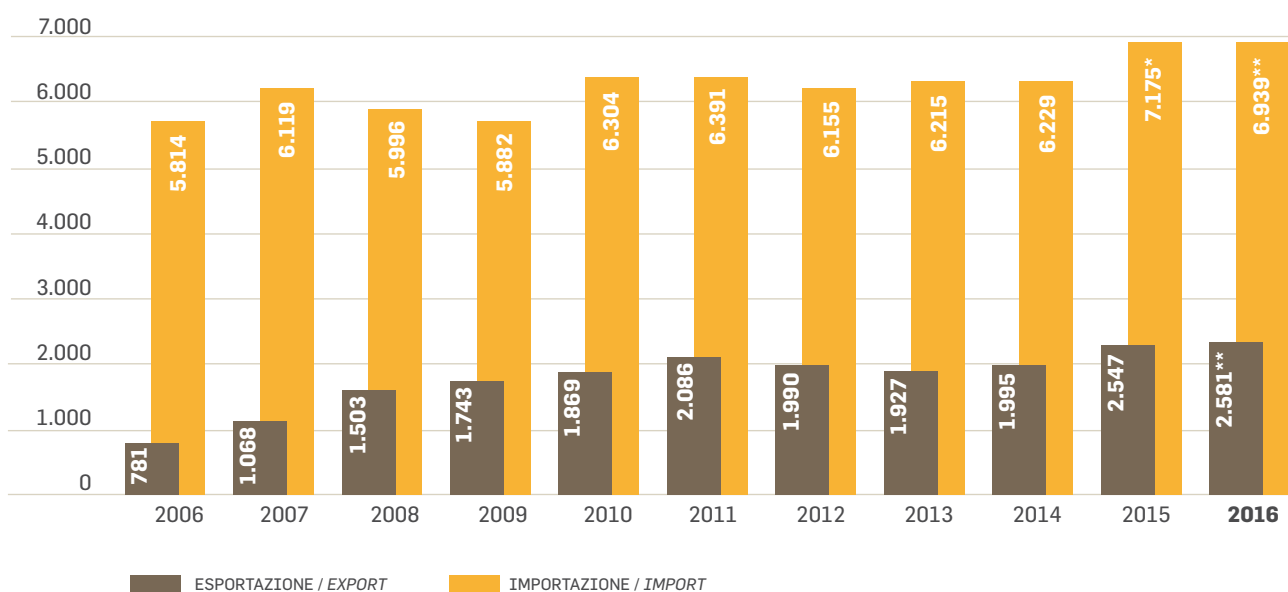
BEER IN ITALY

CONSUMI E PRODUZIONE / CONSUMPTION AND PRODUCTION (000 HL)

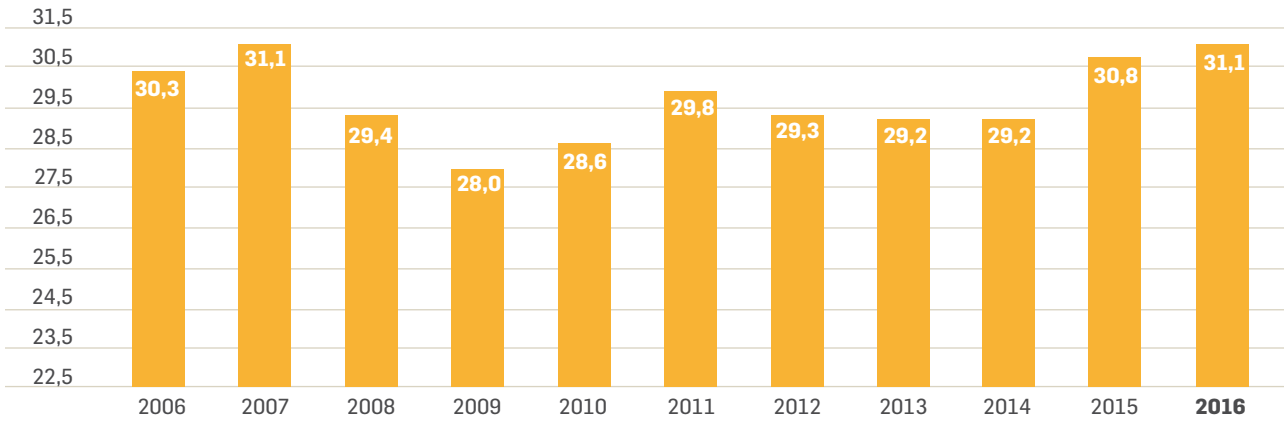
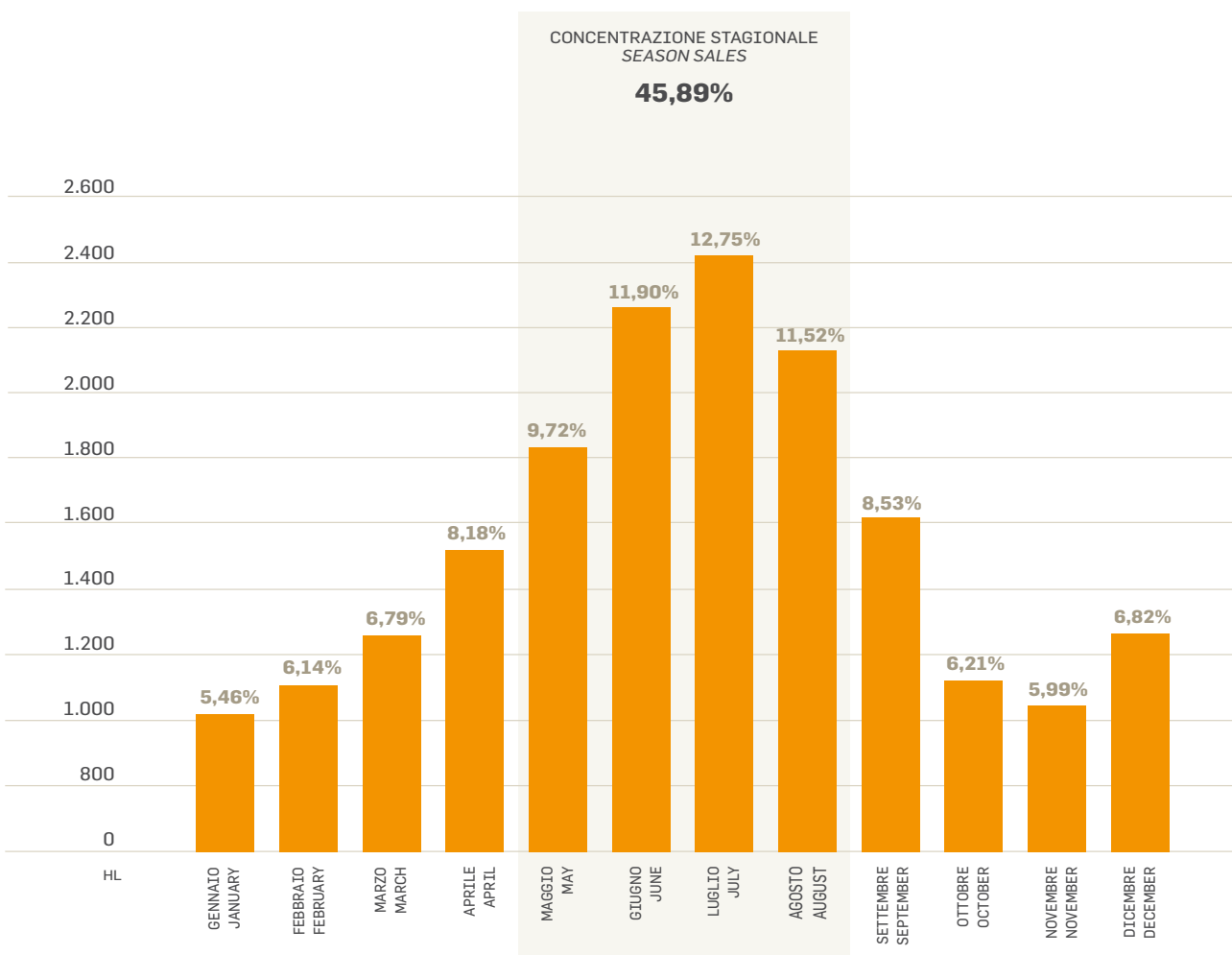


* COMPRESI BIRRFICI ARTIGIANALI E AZIENDE NON ASSOCIATE / MICROBREWERIES AND NO MEMBER BREWERIES INCLUDED
 ** RETTIFICA ISTAT / ADJUSTED BY ISTAT
 *** DATO PROVVISORIO. IN ATTESA DI EVENTUALE RETTIFICA ISTAT / PROVISIONAL DATA. WAITING FOR ANY ADJUSTMENT BY ISTAT

IMPORTAZIONE ED ESPORTAZIONE / IMPORT AND EXPORT (000 HL)



* RETTIFICA ISTAT / ADJUSTED BY ISTAT
 ** DATO PROVVISORIO. IN ATTESA DI EVENTUALE RETTIFICA ISTAT / PROVISIONAL DATA. WAITING FOR ANY ADJUSTMENT BY ISTAT

CONSUMO PRO-CAPITE 2006-2016 (IN LITRI) / PER CAPITA CONSUMPTION 2006-2016 (LITER)**VENDITE MENSILI E INCIDENZA % 2016 / SALES BY MONTH AND THEIR % 2016 AFFECT**

BIRRA IN ITALIA

BEER IN ITALY

BIRRA IMMESSA AL CONSUMO: STRUTTURA DELL'OFFERTA 2012-2016 / BEER MARKETED FOR CONSUMPTION: SUPPLY 2012-2016

Aziende birrarie/Brewing companies	2012		2013		2014		2015		2016	
	(000 hl)	%	(000 hl)	%	(000 hl)	%	(000 hl)	%	(000 hl)	%
Heineken Italia Spa	5.259	30,1	5.082	29,0	5.139	28,9	5.223	27,6	5.336	28,3
Birra Peroni Srl	3.320	19,0	3.368	19,2	3.411	19,2	3.477	18,4	3.473	18,4
Carlsberg Italia Spa	1.052	6,0	1.097	6,3	1.067	6,0	1.129	6,0	1.166	6,2
Birra Forst Spa	605	3,5	599	3,4	608*	3,4	616	3,3	638	3,4
Birra Menabrea Spa	185	1,1	186	1,1	198	1,1	206	1,1	218	1,2
Birra Castello Spa*	1.047	6,0	1.089	6,2	1.083	6,1	1.088	5,8	1.034	5,5
Hausbrandt Trieste 1892 Spa	28	0,2	28	0,2	29	0,2	33	0,2	35	0,2
Anheuser-Busch InBev Italia Spa	1.295	7,4	1.237	7,1	1.418	8,0	1.624	8,6	1.736	9,2
Birrifici artigianali e aziende non associate Microbreweries and no member breweries	261	1,5	303	1,7	320	1,8	390	2,1	440	2,3
Importazioni di terzi non associati No member third parties imports	4.406	25,2	4.555	26,0	4.482	25,2	5.128*	27,1	4.797	25,4
Totale / Total	17.458	100	17.544	100	17.755	100	18.914*	100	18.873	100

* NON ASSOCIATA DA GENNAIO 2015 / NOT ASSOCIATED FROM JANUARY 2015

BIRRFICI E MALTERIE IN ITALIA - DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA - ANNO 2016
BREWERIES AND MALTHOUSES IN ITALY - GEOGRAPHICAL DISTRIBUTION - YEAR 2016



■ BIRRFICI / BREWERIES

■ MALTERIE / MALTHOUSES

BIRRA IN ITALIA

BEER IN ITALY

BIRRIFICI ARTIGIANALI E BREW PUB IN ITALIA / MICROBREWERIES AND BREW PUBS IN ITALY - KEY FIGURES 2016

NUMERO / NUMBER

943 (beer firm escluse / excluding beer firms)

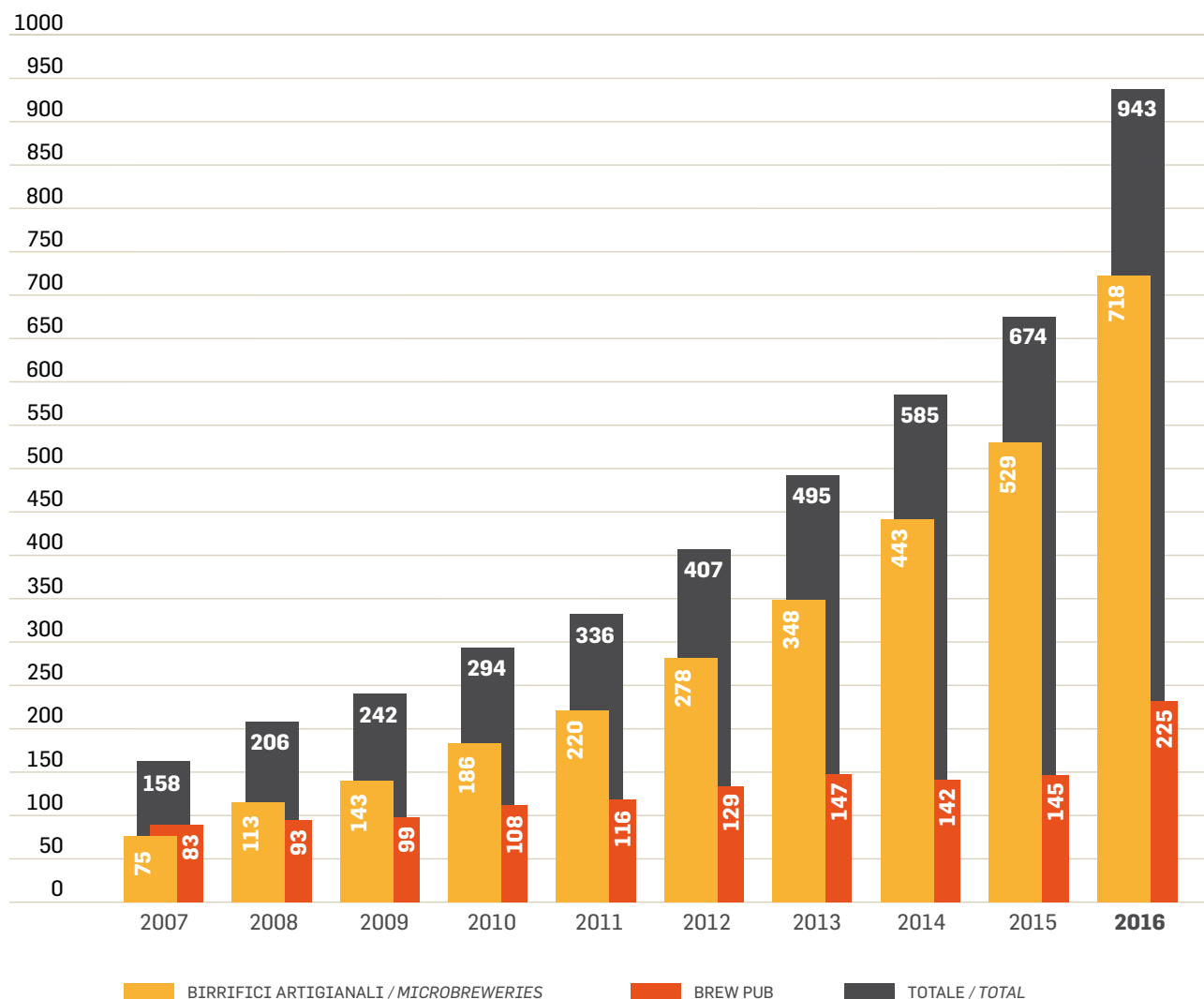
PRODUZIONE / PRODUCTION

490.000 hl di birra (grado plato medio 14), pari al 3,4% del totale nazionale (compreso l'11% stimato di export) / 490,000 hl of beer (average degree plato 14), equal to 3.4% of the national total (including an estimated 11% of exports)

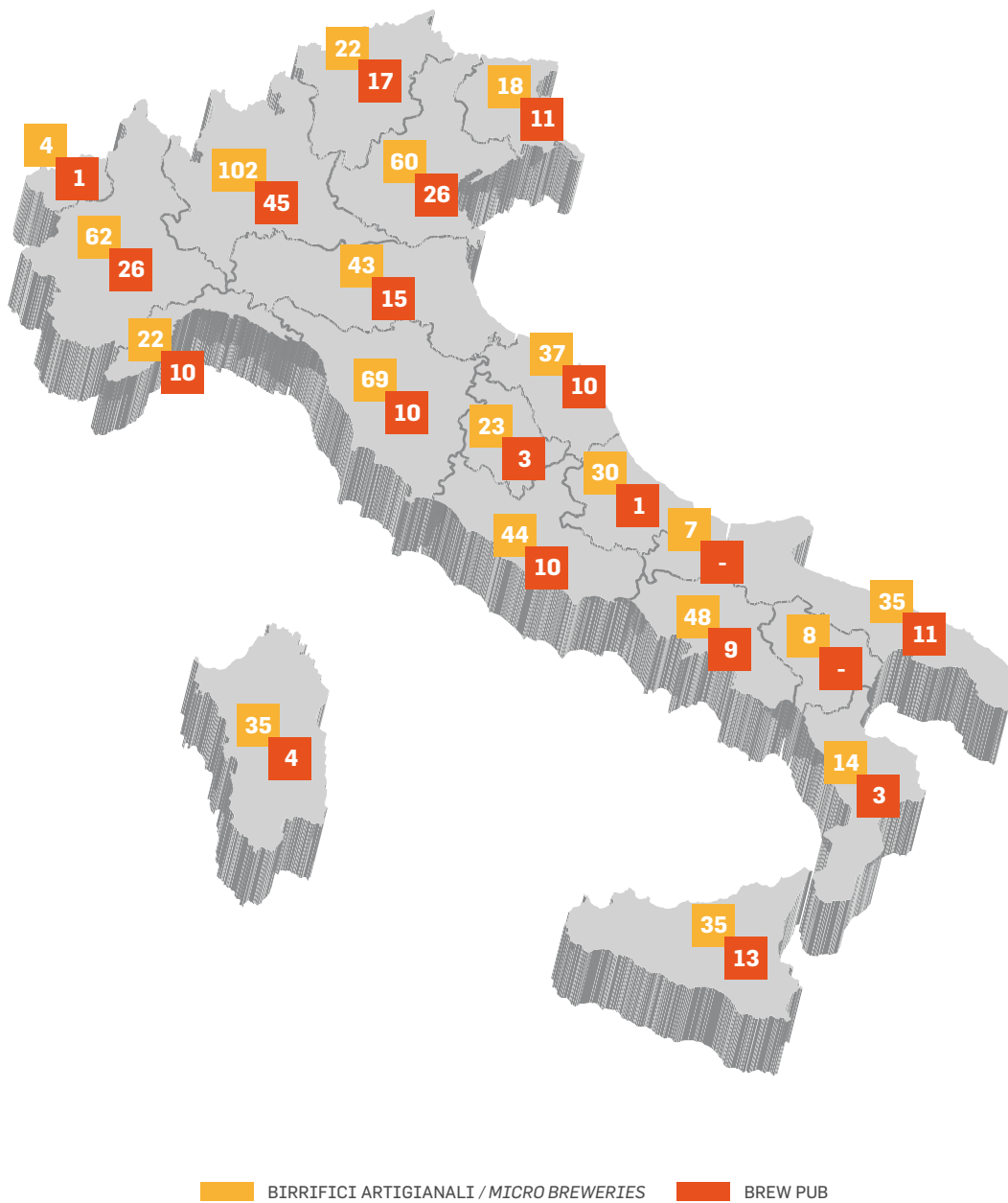
OCCUPAZIONE / EMPLOYMENT

3.000 addetti (beer firm comprese) / 3,000 employees (including beer firms)

NUMERO DI BIRRIFICI ARTIGIANALI E BREW PUB IN ITALIA - ANDAMENTO 2007-2016 NUMBER OF MICROBREWERIES AND BREW PUBS IN ITALY - TREND 2007-2016



BIRRFICI ARTIGIANALI E BREW PUB IN ITALIA - DISTRIBUZIONE GEOGRAFICA (LUGLIO 2017)
MICROBREWERIES AND BREW PUBS IN ITALY - GEOGRAPHICAL DISTRIBUTION (JULY 2017)

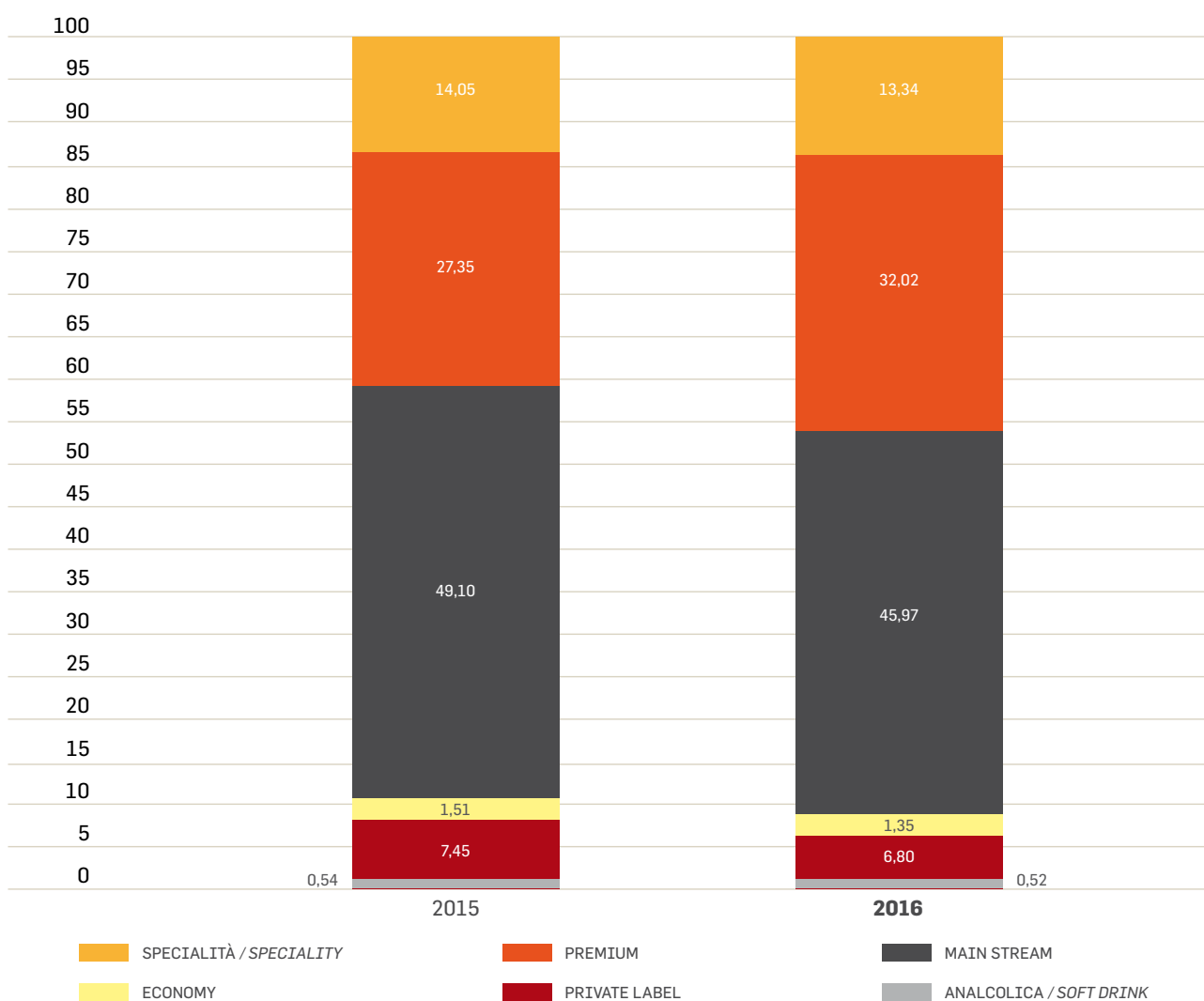


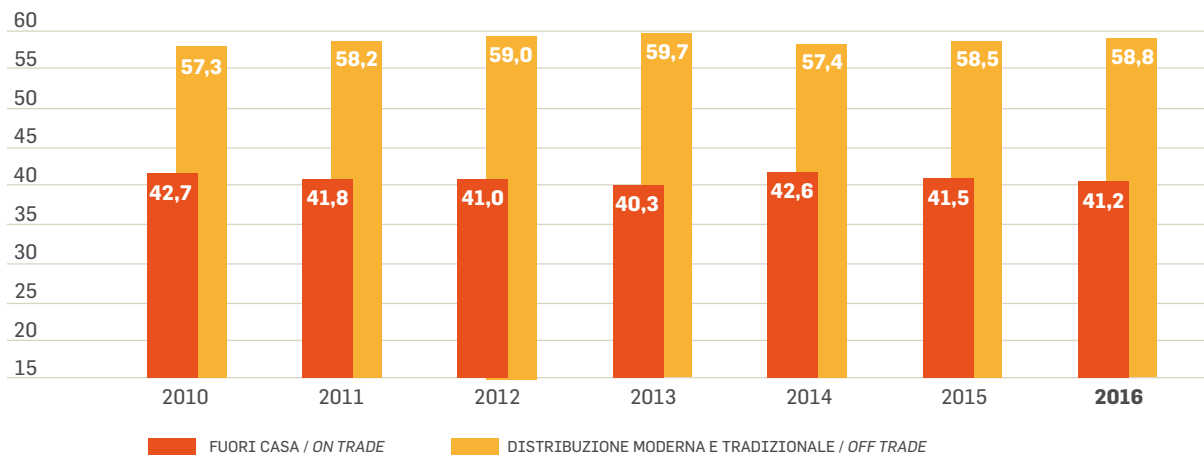
SEGMENTAZIONE DEL MERCATO 2012-2016 / MARKET SEGMENTATION 2012-2016

Dato riferito alle sole aziende birrarie associate / Data refers to associated companies

TIPI DI BIRRA / KINDS OF BEER

	2012	2013	2014	2015	2016	Variazione / Change % 2012-2016
Specialità	10,79	11,52	12,90	14,05	13,34	+23,6
Premium	32,11	27,89	27,51	27,35	32,02	-0,3
Main stream	47,52	50,14	49,51	49,10	45,97	-3,3
Economy	2,30	2,17	1,82	1,51	1,35	-41,3
Private label	6,62	7,71	7,72	7,45	6,80	+2,7
Analcolica	0,66	0,56	0,55	0,54	0,52	-21,2
Totale / Total	100	100	100	100	100	



CANALE DISTRIBUTIVO 2010-2016 / DISTRIBUTION CHANNEL 2010-2016**CONTENITORI 2010-2016 / PACKAGING 2010-2016**

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Fusti / Draughts	14,8	14,90	13,74	13,86	13,79	13,37	13,54
Bottiglie di vetro / Glass bottles:							
-a rendere / returnable	7,64	7,33	7,47	7,05	6,65	6,40	5,84
-a perdere / non returnable	70,06	69,78	70,35	70,38	71,13	72,37	73,13
Lattine / Cans	7,50	7,99	8,44	8,71	8,43	7,86	7,49
Totale / Total	100	100	100	100	100	100	100

IMPORT & EXPORT

IMPORTAZIONI DI BIRRA IN ITALIA 2013-2016 (HL) / ITALIAN IMPORTS OF BEER 2013-2016 (HL)

	2013	2014	2015	2016	% totale
Germania / Germany - D	3.175.935,24	3.017.605,32*	3.400.794,87*	2.981.625,76	42,97
Paesi Bassi / Netherlands - NL	570.307,22	570.791,62	688.250,26*	778.311,66	11,21
Belgio / Belgium - B	449.929,99	439.523,74	614.448,73*	767.727,54	11,06
Regno Unito / United Kingdom - UK	258.979,17	377.726,97*	441.297,28*	413.060,85	
Polonia / Poland - PL	265.335,91	348.890,97	367.912,68	400.967,60	
Danimarca / Denmark - DK	355.078,25	325.648,66	394.775,47	396.651,45	
Francia / France - F	233.081,67	254.304,49	245.007,53*	279.830,02	
Slovenia / Slovenia - SI	289.905,67	305.255,66	292.846,31*	198.094,64	
Austria / Austria - A	148.918,65	139.675,96*	157.373,28*	175.572,03	
Rep. Ceca / Czech Rep. - CZ	61.164,70	65.013,14	61.430,99	66.226,30	
Irlanda / Ireland - IRL	70.246,99	66.195,11	62.075,26	59.357,21	
Spagna / Spain - ES	56.237,49	41.827,49	40.068,96*	43.382,51	
Romania / Rumania - RO	31.221,38	27.866,65*	32.819,58*	29.278,84	
Ungheria / Hungary - HU	0,24	-	1.745,28	15.788,70	30,29
Grecia / Greece - GR	1385,24	1.115,07	63.463,15*	10.155,00	
Svezia / Sweden - S	2.722,65	2.103,73	2.973,21	8.481,87	
Malta / Malta - MT	25.791,50	7.600,62	6.753,20	3.029,32	
Portogallo / Portugal - P	477,58	2010,38	30,24	1.710,49	
Estonia / Estonia - EE	216,36	216,36	3.174,88	152,52	
Finlandia / Finland - FI	-	-	-	21,76	
Bulgaria / Bulgaria - BG	896,64	18,40	-	-	
Cipro / Cyprus - CY	134,96	-	79,24	-	
Lettonia / Latvia - LV	-	1.477,12*	16,90*	-	
Lituania / Lithuania - LT	-	-	3,20*	-	
Slovacchia / Slovakia - SK	138,02	851,89	1.100,57	-	
Totale UE / Total UE	5.998.105,52	5.995.719,35	6.878.441,07	6.629.426,07	
Messico / Mexico - MEX	155.070,31	163.153,55	227.391,48	243.740,58	
Cina / China - RC	32.030,33	33.208,15	31.874,46	29.981,03	
Svizzera / Swiss - CH	7.338,60	10.533,32	9.938,33	11.619,67	4,47
Giappone / Japan - JAP	740,90	603,14	840,90	117,81	
Turchia / Turkey - TR	187,20	377,38	290,49	-	
Altri Paesi terzi / Other third countries	21.365,68	25.161,79	26.720,95	24.493,25	
Totale Paesi terzi / Total third countries	216.733,02	233.037,33	297.056,61	309.952,34	
Totale / Total	6.214.838,54	6.228.756,68	7.175.497,68	6.939.378,41**	

* RETTIFICA ISTAT / ADJUSTED BY ISTAT

** DATO PROVVISORIO. IN ATTESA DI EVENTUALE RETTIFICA ISTAT / ENGLISH TEXT

Fonte: elaborazione AssoBirra su dati ISTAT 2017 / Source: elaboration AssoBirra from ISTAT data 2017

ESPORTAZIONI ITALIANE DI BIRRA 2013-2016 (HL) / ITALIAN EXPORTS OF BEER 2013-2016 (HL)

	2013	2014	2015	2016	% totale
Regno Unito / <i>United Kingdom</i> - UK	962.691,50	1.086.204,94	1.126.386,54*	1.284.364,11	49,8
Francia / <i>France</i> - F	60.842,54	101.608,16	99.552,96*	123.939,81	4,8
Germania / <i>Germany</i> - D	16.290,80	32.987,27	40.852,34*	69.533,22	2,7
Paesi Bassi / <i>Netherlands</i> - NL	21.961,35	114.813,37	200.639,24*	56.284,80	2,2
Romania / <i>Rumania</i> - RO	22.225,33	25.227,27	30.761,11*	54.017,88	2,1
Malta / <i>Malta</i> - MT	6.273,28	7.551,73	20.708,91*	20.421,37	0,8
Altri Paesi UE / <i>Other EU countries</i>	200.175,98	303.009,76	370.408,42*	456.452,07	17,6
Totale UE / Total EU	1.290.460,78	1.671.402,50	1.889.309,52*	2.065.013,26	80,0
Stati Uniti / <i>USA</i> - USA	169.958,20	182.105,21	196.453,69*	196.208,05	7,6
Australia / <i>Australia</i> - AUS	26.928,06	40.422,12	45.803,74*	47.122,78	1,8
Albania / <i>Albania</i> - AL	62.302,58	49.659,01	45.796,53*	42.290,66	1,6
Sud Africa / <i>South Africa</i> - ZA	162.321,31	243,72	227,97*	499,22	0,1
Altri Paesi e punti franchi / <i>Other countries and free points</i>	180.506,72	201.418,68	369.672,11*	230.200,43	8,9
Totale Paesi terzi / Total third countries	539.714,29	424.189,73	657.954,04*	474.030,48	20,0
Totale / Total	1.892.477,65	2.145.251,24	2.547.263,56*	2.581.334,40**	100,0

* RETTIFICA ISTAT 2017 / ADJUSTED BY ISTAT IN 2017

** DATO PROVVISORIO. IN ATTESA DI EVENTUALE RETTIFICA ISTAT / PROVISIONAL DATA. WAITING FOR ANY ADJUSTMENT BY ISTAT

Fonte: elaborazione AssoBirra su dati ISTAT 2017 / Source: elaboration AssoBirra from ISTAT data 2017

BIRRA IN EUROPA

BEER IN EUROPE

PRODUZIONE 2013-2016 (000 HL) / PRODUCTION 2013-2016 (000 HL)

	2013	2014	2015	2016	% totale
Germania / Germany - D	94.365	95.274	95.623	95.623*	23,0
Regno Unito / United Kingdom - UK	44.186	44.336	44.039	44.039*	10,6
Polonia / Poland - PL	40.001	40.075	40.890	40.890*	9,8
Spagna / Spain - ES	32.692	33.620	34.960	36.469	8,8
Paesi Bassi / Netherlands - NL	23.636	23.726	24.012	24.012*	5,8
Belgio / Belgium - B	18.138	18.207	19.811	20.616	5,0
Francia / France - F	18.300	19.850	20.300	20.300*	4,9
Rep. Ceca / Czech Rep. - CZ	18.690	19.129	19.530	19.530*	4,7
Romania / Rumania - RO	16.110	14.750	15.950	15.950*	3,8
Italia / Italy - I	13.256	13.521	14.286	14.515	3,5
Turchia / Turkey - TR	9.809	10.252	9.819	9.819*	
Austria / Austria - A	9.045	9.001	9.023	9.497	
Irlanda / Ireland - IRL	8.008	7.288	7.755	7.755*	
Ungheria / Hungary - HU	6.181	6.239	5.965	6.700	
Portogallo / Portugal - P	7.323	7.290	6.465	6.465*	
Danimarca / Denmark - DK	6.166	6.110	5.970	6.200	
Bulgaria / Bulgaria - BG	5.112	4.890	4.960	4.960*	
Svezia / Sweden - S	4.755	4.643	4.689	4.689*	
Finlandia / Finland - F	4.020	4.010	3.970	3.970*	
Grecia / Greece - GR	3.750	3.700	3.820	3.820*	
Svizzera / Swiss - CH	3.370	3.432	3.438	3.438*	20,1
Croazia / Croatia - HR	3.408	3.405	3.379	3.379*	
Lituania / Lithuania - LT	2.886	3.172	3.108	3.108*	
Slovacchia / Slovakia - SK	2.883	2.648	2.434	2.434*	
Norvegia / Norway - N	2.339	2.270	2.308	2.308*	
Slovenia / Slovenia - SI	2.011	2.098	2.029	2.029*	
Estonia / Estonia - EE	1.465	1.608	1.398	1.398*	
Lettonia / Latvia - LV	1.467	968	856	856*	
Lussemburgo / Luxemburg - LUX	281	271	287	287*	
Malta / Malta - MT	138	146	154	154*	
Cipro / Cyprus - CY	322	318	341	341*	
Totale / Total	404.113	406.247	411.570	415.551	100

* DATO 2015 / 2015 DATA

Fonte: AssoBirra 2017 / Source: AssoBirra & The Brewers of Europe 2017

CONSUMO PRO CAPITE 2013-2016 (000 HL) / CONSUMPTION PER CAPITA 2013-2016 (000 HL)

	2013	2014	2015	2016
Rep. Ceca / Czech Rep. - CZ	144,0	144,0	143,0	143,0*
Germania / Germany - D	107,0	107,0	106,0	106,0*
Austria / Austria - A	106,0	104,8	105,0	106,0
Polonia / Poland - PL	96,0	98,0	98,0	98,0*
Lituania / Lithuania - LT	93,0	95,0	92,0	92,0*
Finlandia / Finland - F	80,0	78,0	77,0	77,0*
Romania / Rumania - RO	81,0	74,0	80,0	80,0*
Irlanda / Ireland - IRL	79,2	81,0	80,0	80,0*
Lussemburgo / Luxembourg - LUX	83,0	83,0	80,0	80,0*
Estonia / Estonia - EE	73,0	73,0	71,0	71,0*
Slovenia / Slovenia - SI	75,0	78,0	77,0	77,0*
Croazia / Croatia - HR	76,0	80,0	77,0	77,0*
Bulgaria / Bulgaria - BG	74,0	72,0	74,0	74,0*
Slovacchia / Slovaca - SK	72,9	70,0	73,0	73,0*
Belgio / Belgium - B	72,0	72,0	71,0	71,0*
Paesi Bassi / Netherlands - NL	70,0	68,0	68,0	68,0*
Lettonia / Latvia - LV	78,0	78,0	78,0	78,0*
Regno Unito / United Kingdom - UK	71,0	68,0	67,0	67,0*
Danimarca / Denmark - DK	64,0	65,0	60,0	60,0*
Ungheria / Hungary - HU	60,0	59,0	59,0	67,0
Svizzera / Swiss - CH	56,0	56,0	55,0	55,0*
Cipro / Cyprus - CY	55,0	49,0	54,0	54,0*
Svezia / Sweden - S	50,0	48,0	47,0	47,0*
Spagna / Spain - ES	46,0	47,0	47,0	46,4
Norvegia / Norway - N	48,0	47,0	49,0	49,0*
Portogallo / Portugal - P	49,0	46,0	46,0	46,0*
Malta / Malta - MT	40,0	48,0	50,0	50,0*
Grecia / Greece - GR	35,0	35,0	35,0	35,0*
Francia / France - F	30,0	30,0	31,0	31,0*
Italia / Italy - I	29,2	29,2	30,8	31,1

* DATO 2015 / 2015 DATA

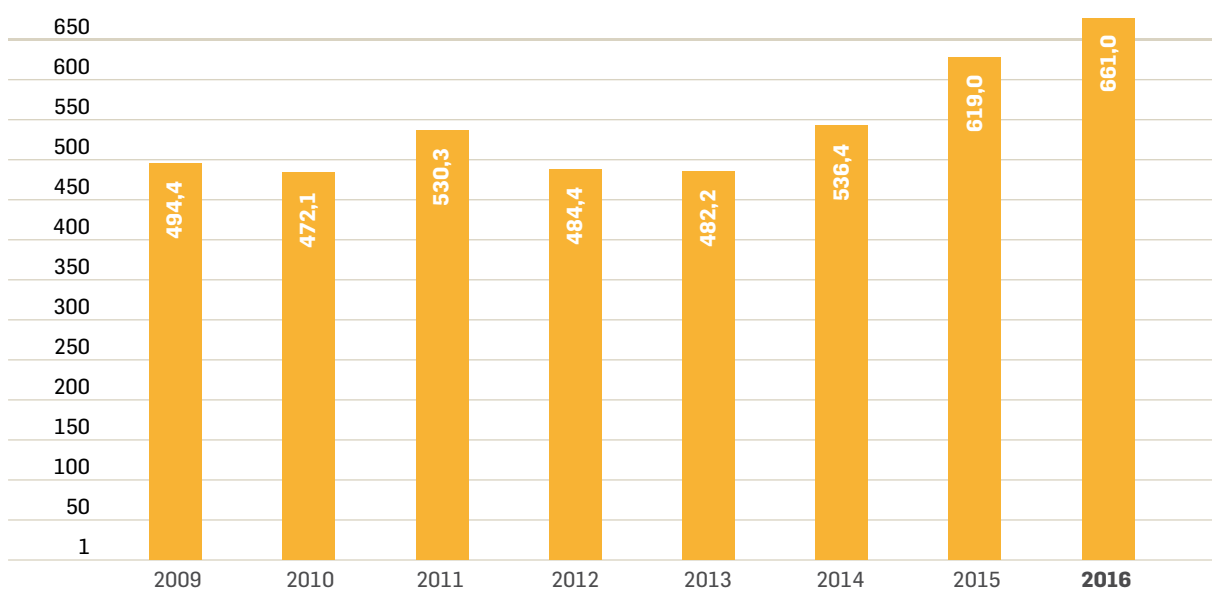
Fonte: AssoBirra & The Brewers of Europe 2017 / Source: AssoBirra & The Brewers of Europe 2017

ACCISE

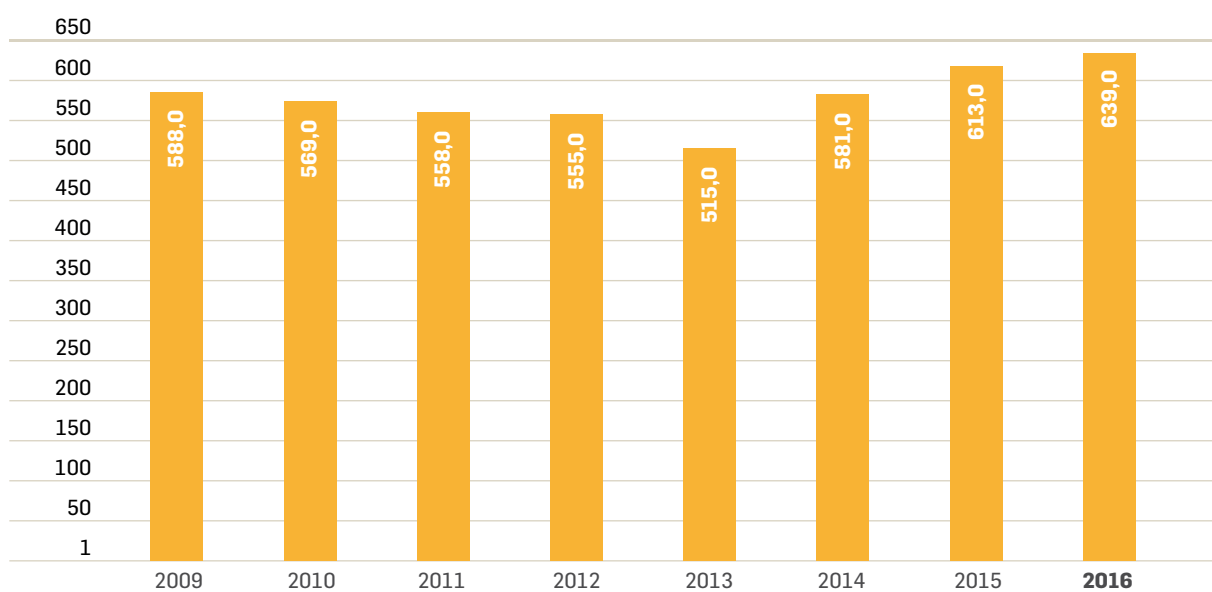
EXCISE

ACCISE SULLE BEVANDE ALCOLICHE IN ITALIA / EXCISE ON ALCOHOLIC BEVERAGES IN ITALY

BIRRA (MILIONI DI EURO) 2009-2016 / BEER (MILLIONS EURO) 2009-2016



SPIRITI (MILIONI DI EURO) 2009-2016 / SPIRITS (MILLIONS EURO) 2009-2016

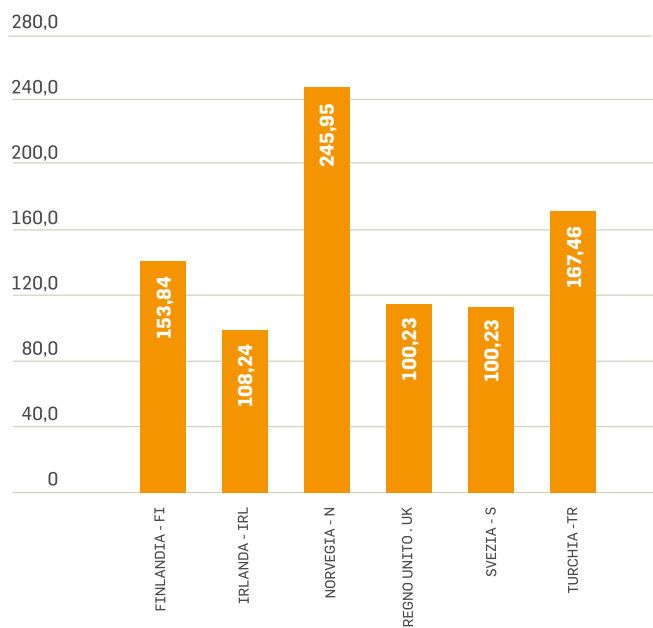
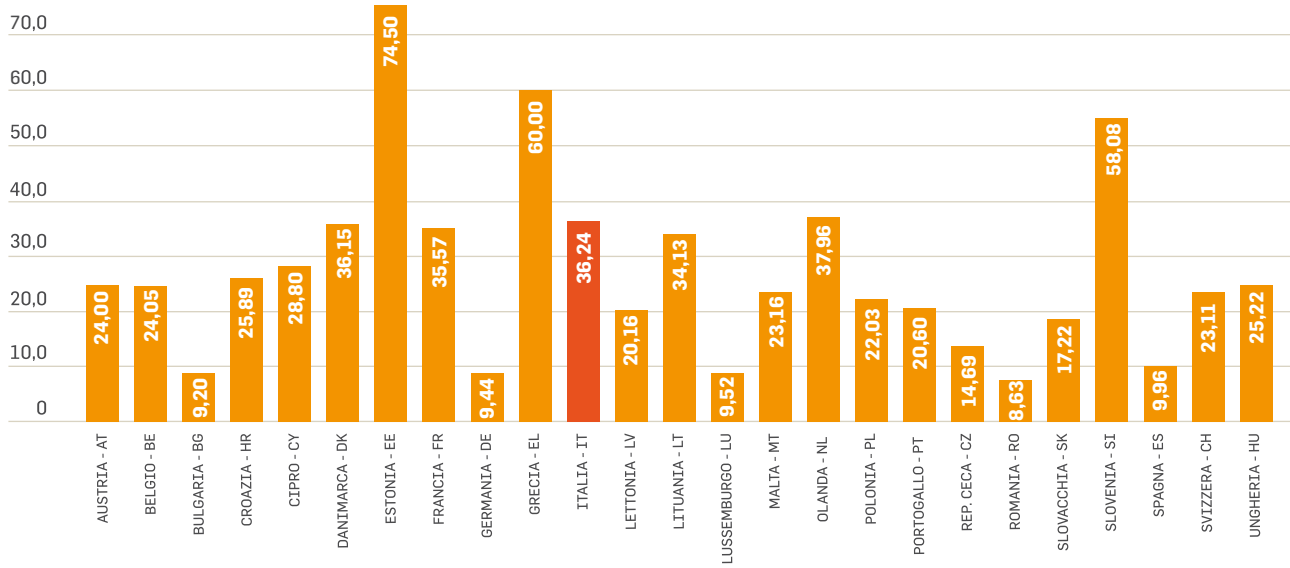


LE ACCISE SUL VINO IN ITALIA SONO PARI A € 0 / EXCISE DUTY ON WINE IN ITALY COMES TO ZERO.

Fonte: elaborazione AssoBirra su dati del Ministero dell'Economia / Source: elaboration AssoBirra from Ministry of Economy data

ACCISE MEDIE PER ETTOLITRO DI BIRRA NEI PAESI EUROPEI (EURO - LUGLIO 2017)

AVERAGE EXCISE DUTY PER HL OF BEER IN EUROPEAN COUNTRIES (EUROS - JULY 2017)



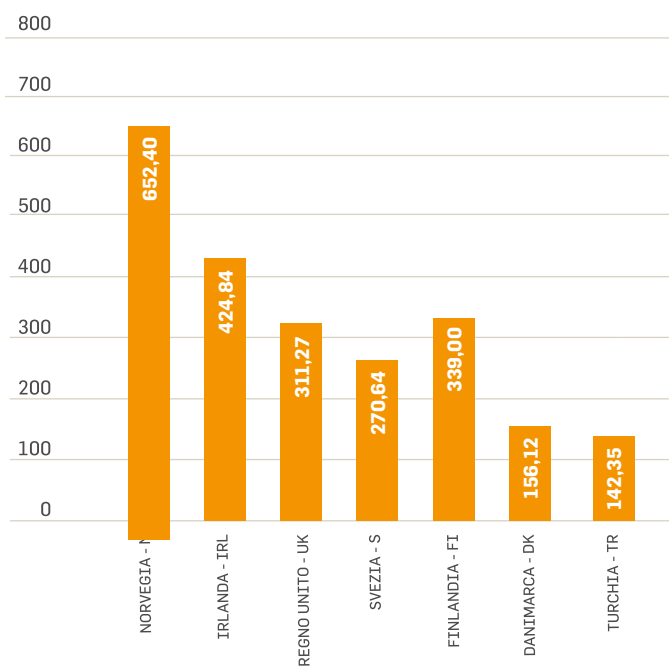
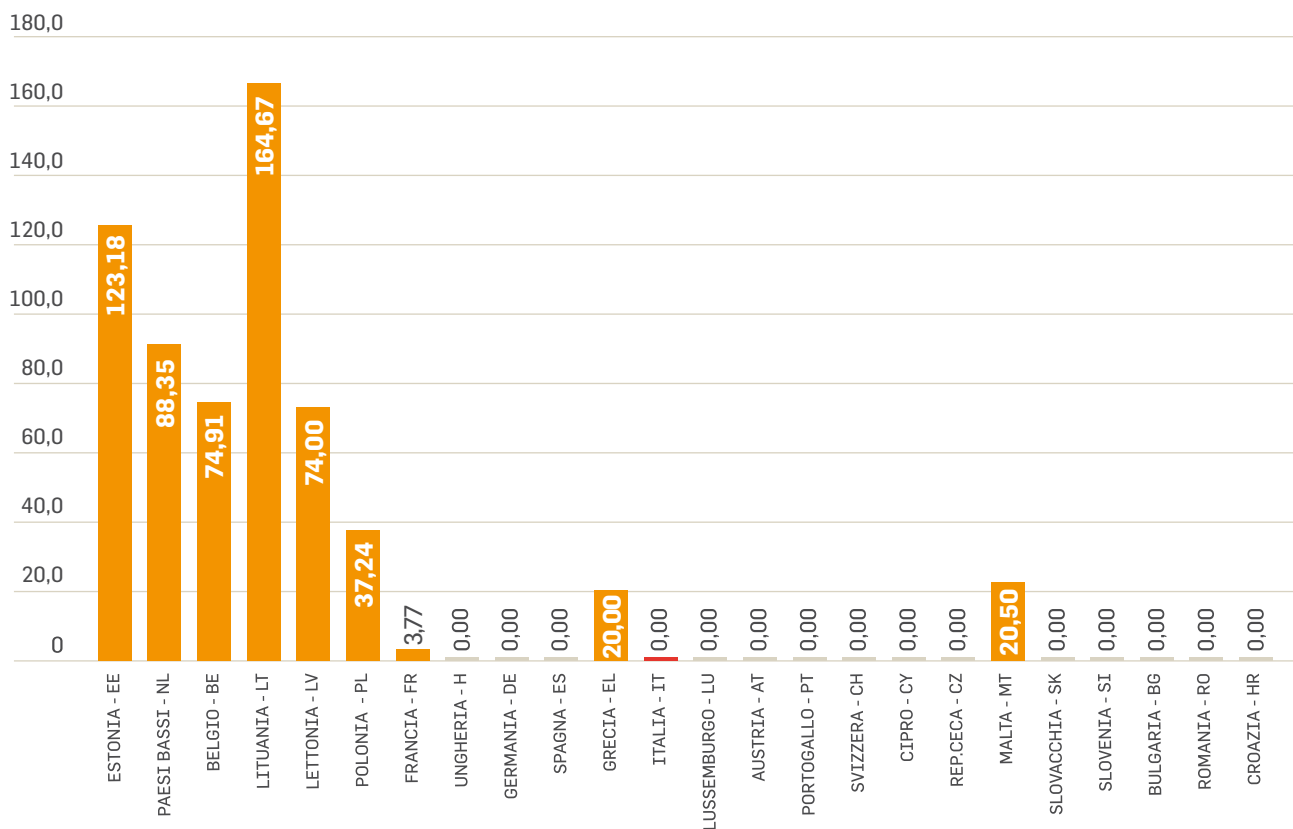
Fonte: Commissione Europea / Source: European Commission

ACCISE

EXCISE

ACCISE MEDIE PER ETTOLITRO DI VINO NEI PAESI EUROPEI (EURO - LUGLIO 2017)

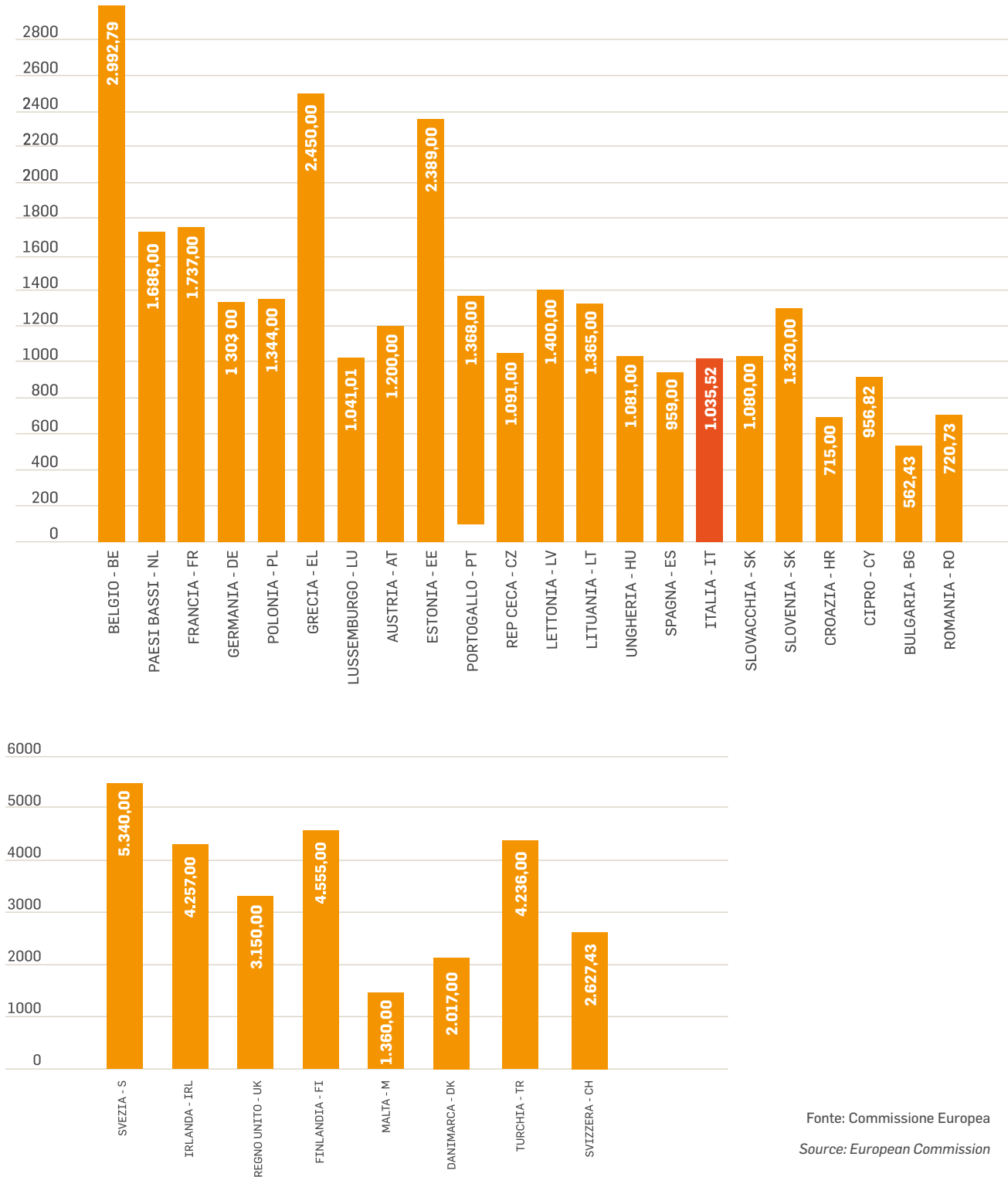
AVERAGE EXCISE DUTY PER HL OF WINE IN THE EUROPEAN COUNTRIES (EUROS - JULY 2017)



Fonte: Commissione Europea / Source: European Commission

ACCISE MEDIE PER ETTOLITRO / ANIDRO DI SPIRITI NEI PAESI EUROPEI (EURO - LUGLIO 2017)

AVERAGE EXCISE DUTY PER HL / ANIDROUS SPIRITS IN EUROPEAN COUNTRIES (EUROS - JULY 2017)



Fonte: Commissione Europea
Source: European Commission

MALTO E LUPPOLO

MALT AND HOP

UNITÀ PRODUTTIVE DI MALTO SUL TERRITORIO NAZIONALE / NUMBER OF MALTHOUSES IN ITALY

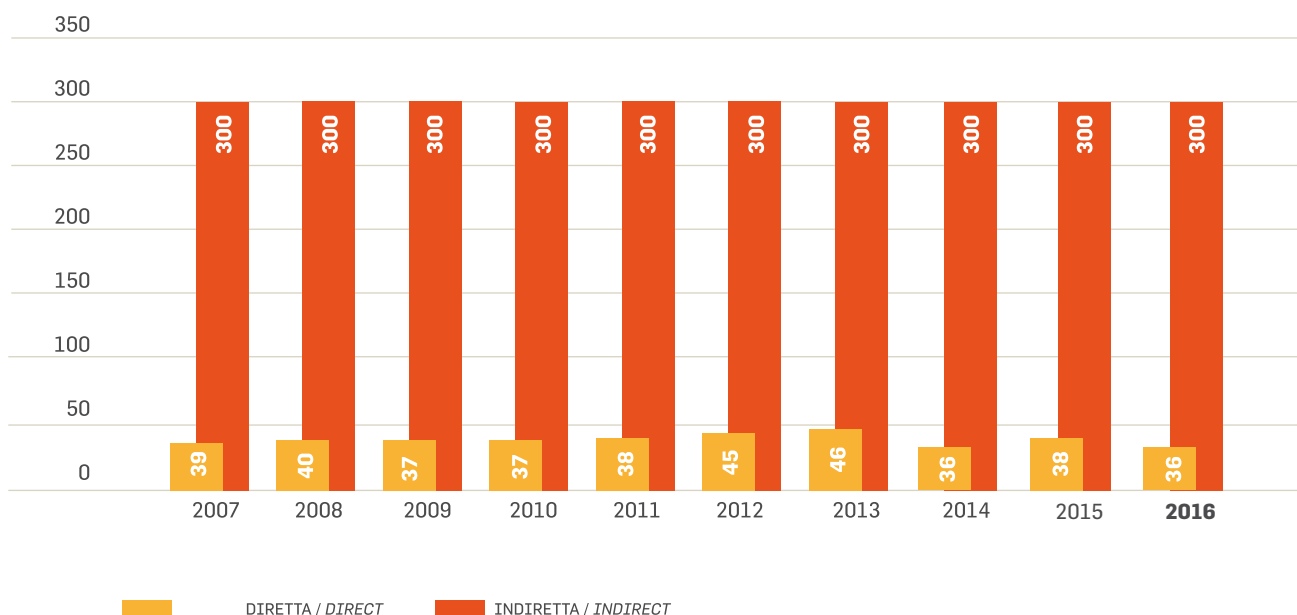
LAZIO

Saplo Spa - Pomezia (Roma)

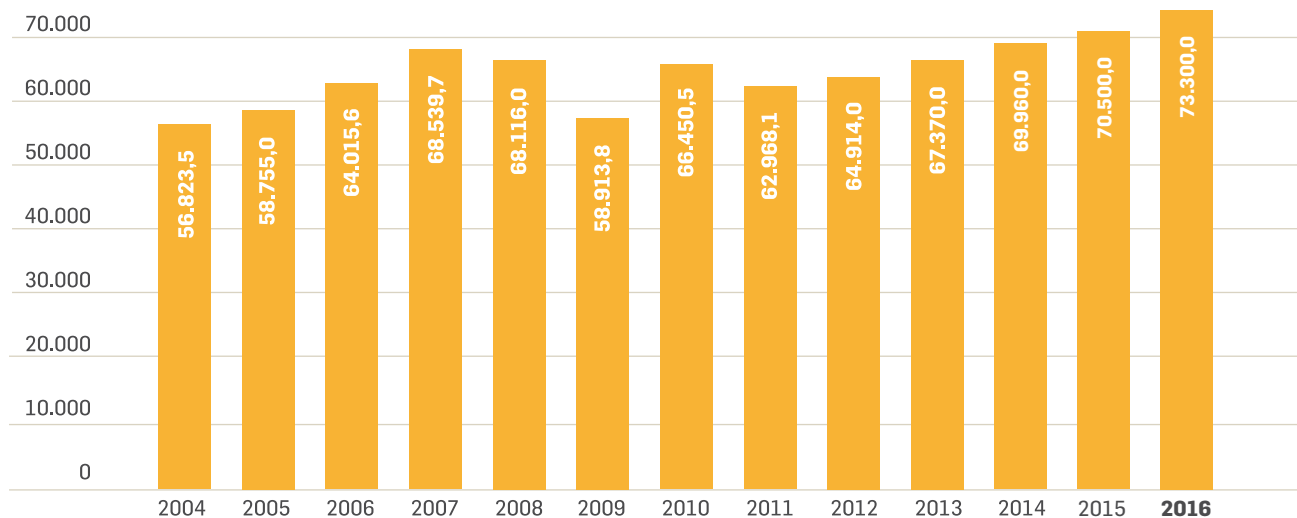
BASILICATA

Agro Alimentare Sud Spa - Melfi (Potenza)

OCCUPAZIONE / EMPLOYMENT 2007-2016



PRODUZIONE ITALIANA DI MALTO (TONN.) / ITALIAN PRODUCTION OF MALT (TONS) 2004-2016



MALTO E LUPPOLO

MALT AND HOP

IMPORTAZIONI DI MALTO IN ITALIA 2013-2016 / ITALIAN IMPORTS OF MALT 2013-2016

TORREFATTO (TONN.) / ROASTED (TONS)

	2013	2014	2015	2016
Germania / Germany - D	506,671	531,353	517,651*	1.508,912
Belgio/Lussemb. / Belgium/Lux. - B	153,836	208,668	237,916	281,236
Austria / Austria - A	119,742	217,904	169,463	172,744
Regno Unito / United Kingdom - UK	491,935	63,895	98,761	99,225
Francia / France - F	294,492	1.063,862	1.131,032	98,785
Paesi Bassi / Netherlands - NL	18,360	22,685	32,200	45,700
Ungheria / Hungary - HU	57,200	20,800	50,800	33,200
Finlandia / Finland - FI	-	-	0,400	25,454
Altri Paesi / Other countries	1,300	-	1,092	-
Totale / Total	1.643,536	2.144,054	2.249,876*	2.265,256

* RETTIFICA ISTAT / ADJUSTED BY ISTAT

NON TORREFATTO (TONN.) / UNROASTED (TONS)

	2013	2014	2015	2016
Germania / Germany - D	44.364,020	47.055,532	51.209,288	51.891,335
Francia / France - F	52.337,453	45.519,041	37.726,435	37.884,981
Austria / Austria - A	14.274,682	16.708,807	16.622,580	15.356,221
Belgio/Lussemb. / Belgium/Lux. - B	550,380	772,069	866,957	961,625
Regno Unito / United Kingdom - UK	503,053	475,289	581,668	747,228
Polonia / Poland - PL	-	-	33,424	434,780
Repubblica Ceca / Czech Rep. - CZ	1.195,420	183,861	145,942	225,268
Slovacchia / Slovakia - SK	-	113,060	400,600	149,385
Paesi Bassi / Netherlands - NL	0,692	0,618	4,733	76,660
Finlandia / Finland - FI	9,000	-	10,600	67,510
Ungheria / Hungary - HU	2.242,760	2.202,980	180,965	4,819
Danimarca / Denmark - DK	9,000	-	-	-
Irlanda / Ireland - IRL	-	0,200	-	-
Portogallo / Portugal - P	10,080	4,032	4,032	-
Serbia / Serbia - RS	-	0,400	-	-
Spagna / Spain - E	2,040	2,530	-	-
Totale / Total	115.489,580	113.050,419	107.787,489*	107.799,812

* RETTIFICA ISTAT / ADJUSTED BY ISTAT

MALTO E LUPPOLO

MALT AND HOP

IMPORTAZIONI DI LUPPOLO IN ITALIA - ANNO 2016 (TONN.) / IMPORTS OF HOPS IN ITALY - YEAR 2016 (TONS)

	Luppolo in polvere Hops powder	Estratto di luppolo Hops extract	Totale Total
Germania / Germany - D	1.675,944	125,983	1.801,927
Repubblica Ceca / Czech Rep. - CZ	13,480	3,770	17,250
Slovenia / Slovenia - SI	2,078	-	2,078
Belgio/Lussemb. / Belgium/Lux. - B	0,896	22,435	23,321
Regno Unito / United Kingdom - UK	262,130	0,908	263,038
Danimarca / Denmark - DK	-	0,010	0,010
Francia / France - F	-	0,274	0,274
Spagna / Spain - E	0,342	0,203	0,545
Serbia / Serbia - RS	0,560	-	0,560
Paesi Bassi / Netherlands - NL	-	2,384	2,384
Slovacchia / Slovakia - SK	0,200	-	0,200
Totale UE / Total EU	1.955,630	155,967	2.111,597
Stati Uniti / USA - USA	8,510	0,596	9,106
Cina / China - RC	-	0,068	0,068
Totale / Total	1.964,140	156,631	2.120,771

Fonte: elaborazione AssoBirra su dati ISTAT 2016 / Source: elaboration AssoBirra from ISTAT data 2016

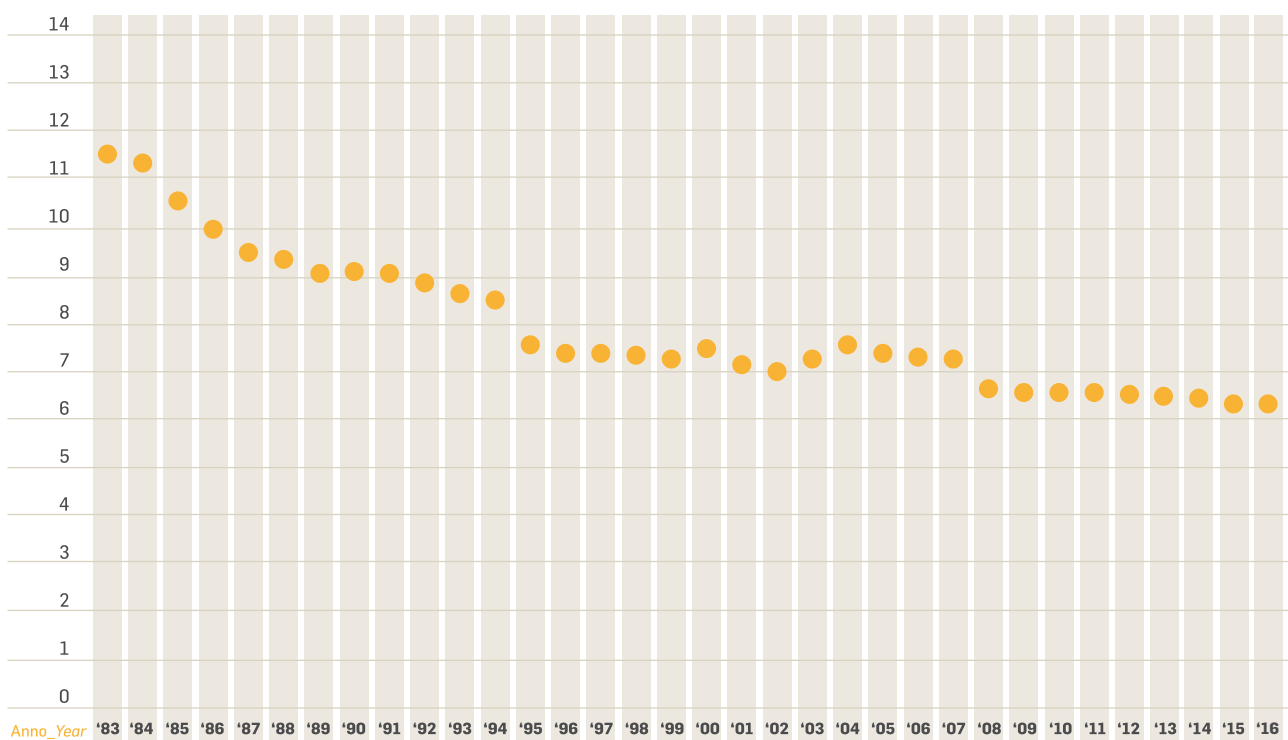
CONSUMI IN ITALIA

CONSUMPTION IN ITALY

CONSUMI DI ALCOL (PRO CAPITE) / ALCOHOL CONSUMPTION (PER CAPITA)

Litri alcol puro
Liters of pure alcohol

2016 **6,3**



Fonte: elaborazione AssoBirra / Source: AssoBirra elaboration

CONSUMI DI BEVANDE IN ITALIA (2015-2016) / CONSUMPTION OF BEVERAGES IN ITALY (2015-2016)

Bevande / Beverages	Consumo (milioni di hl.) Consumption (millions of hl.)		Consumo pro capite (in litri) Consumption per capite (litres)		Variazione % sul consumo totale % change on total consumption
	2015	2016	2015	2016	
Birra / Beer	18,9	18,7	30,8	31,1	-1,1
Acqua minerale / Mineral Water	116,7	126,0	193,0	208,0	+8,0
Vino / Wine	22,0	21,8	36,2	36,0	-0,9
Spiriti / Spirits	1,00	0,98	1,6	1,5	-2,0

Fonte: elaborazione AssoBirra da fonti diverse / Source: AssoBirra elaboration from different sources



WWW.ASSOBIRRA.IT

