

# Con la chiusura di bar e ristoranti i consumi non hanno rallentato

**In iper e supermercati vendite in aumento per tutti i tipi di bottiglie con picchi del +15%**

## Il settore in Italia

**Manuela Soressi**

**A**nno da record il 2020 per la birra in Italia: per la prima volta le vendite nella distribuzione moderna hanno superato i due miliardi di euro. Sembra proprio che l'anno scorso la birra abbia messo il turbo: se nel 2019 le vendite nel retail erano aumentate del 3%, tra gennaio e dicembre 2020 il trend è più che triplicato cogliendo un risultato a due cifre (+10,7%), come rivela un report di Iri. Molto si deve alla chiusura di bar ed esercizi pubblici, causata dai vari lockdown, che ha spostato i consumi in casa e ha rivalizzato gli acquisti, cresciuti in modo importante anche nei volumi (+9%), arrivati a oltre 11 milioni di ettolitri. Dunque, anche in un anno anomalo e difficile com'è stato il 2020, la birra ha accresciuto la sua centralità nell'universo del largo consumo confezionato.

Se la Gdo avanza, il fuoricasa ar-

retra, anche se con sfumature diverse tra i differenti operatori, come emerge dal servizio di misurazione Iri Grossisti Bevande. Il risultato più negativo è stato quello dei grossisti, che nel 2020 hanno perso quasi il 36% del giro d'affari realizzato con le birre e dei volumi venduti. Invece i cash&carry si sono fermati a un -2,3% a valore e hanno mantenuto stabili i volumi grazie al ripensamento e alla diversificazione dell'offerta realizzati con l'obiettivo di trovare nuovi clienti anche fuori dal mondo dei professionisti dell'horeca.

Anche in supermercati, ipermercati e discount (questi ultimi veri motori della crescita della birra, con un aumento del 15,7% delle quantità vendute nel 2020) in questi lunghi mesi di pandemia lo scaffale della birra è molto cambiato. «I problemi logistici durante i periodi di lockdown hanno portato alla razionalizzazione dell'offerta, al calo della pressione promozionale e al sostanziale azzeramento dell'innovazione di prodotto - spiega Marzio Fontanella, account director business insights di Iri -. Ma in questi

primi mesi del 2021 gli assortimenti medi a scaffale sono tornati a crescere e questo dovrebbe spingere gli italiani ad aumentare gli acquisti».

Ma che tipo di birra hanno preferito comprare i consumatori quando sono andati a fare la spesa? Oltre il 42% delle quantità messe nel carrello rientra nella categoria standard, che ha generato 759 milioni di euro di sell-out, il 9,5% più che nel 2019. Un altro 16% dei volumi è fatto dalle special beer, il vero fenomeno del momento: nel 2020 hanno macinato il 19% di vendite in più rispetto ai 12 mesi precedenti, arrivando a 568 milioni di euro e consolidandosi come secondo segmento dell'universo birra (27,7% di quota a valore).

Anche le quantità sono aumentate allo stesso ritmo e oggi le speciali rappresentano il 16,4% di tutte le birre vendute nella Gdo in Italia. Il 2020 ha visto crescere anche gli altri segmenti, in particolare le cosiddette "saving" (+7,1%) e le sophistication (+5,9%), che hanno un prezzo al litro leggermente superiore. Positive anche le beer mix (+3,9%) e le birre analcoliche e light (+4,9%).

