



AFP/CRAZIA NERI

# LA GUERRA DELLE BIONDE

DI LUCA MARTINELLI

Pensate di bere una "Moretti"? Invece state bevendo Heineken. La birra è in mano a 4 grandi gruppi che stanno andando alla conquista dei mercati vergini. Soprattutto nel Sud del mondo. Con qualche rischio per il gusto e la salute

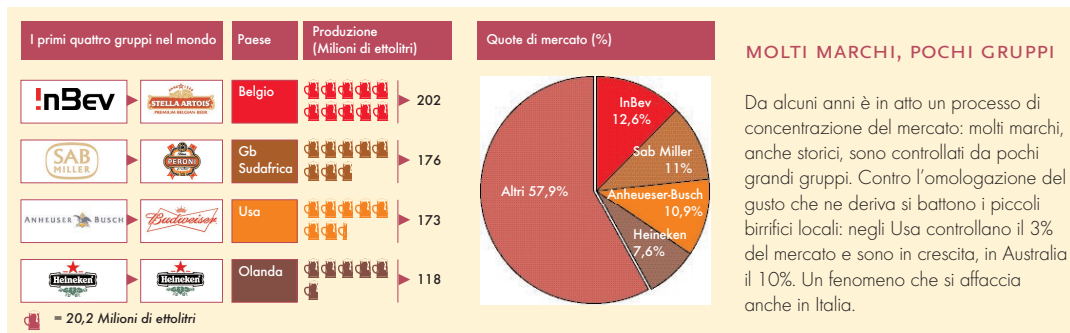
La birra che si beve nel mondo è in mano a 4 grandi gruppi. Alcuni dei loro marchi sono noti in tutto il mondo: Stella Artois, Becks, Peroni, Bud, Heineken. I loro nomi invece -InBev, SabMiller, Anheuser-Busch, Heineken-, a parte l'ultimo, dicono poco al grande pubblico. Eppure sono loro che producono il 40 per cento di tutta la birra commercializzata nel mondo (oltre 160 miliardi di litri nel 2005). Non lo sappiamo (perché sull'etichetta non c'è scritto) ma bevendo una "Moretti" stiamo arricchendo Heineken, la multinazionale olandese che controlla il 7,4% del mercato globale e 1/3 di quello italiano.

Il quadro italiano rispecchia la situazione di concentrazione a livello mondiale (vedi il box a pagina 11), ma oggi la "guerra della bionda" si combatte soprattutto nei Paesi in via di sviluppo, dove i consumi sono in aumento.

La battaglia più importante fin qui ha riguardato l'America Latina: tra il 2004 e il 2005 la produzione globale (e i consumi, con qualche rischio di alcolismo in più) ha segnato un + 3%, America Centrale e Sud America percentuali doppie. Tre anni fa la belga Interbrew ha annunciato la fusione con la brasiliana AmBev. Unendosi hanno dato vita a InBev, che con 250 milioni di ettolitri prodotti nel 2006 e oltre 3 miliardi di euro di profitti è l'azienda leader del mercato mondiale. Il gruppo sviluppa i 2/3 dei suoi affari nei Paesi in via di sviluppo: il 47% in America Latina e il 13% in Asia. La concorrente diretta della compagnia belga-brasiliana è l'anglo-sudafricana SabMiller: nel 2005, dopo la nascita di InBev, è corsa ai ripari acquistando la colombiana Bavaria. Un investimento di 7,8 miliardi di dollari che ha portato in dote il 99% del mercato colombiano e peruviano, il 93% di quello ecuatoriano e il 78% di quello di Panama.

SabMiller è diventata il secondo produttore a livello mondiale, superando l'americana Anheuser-Busch (Bud). Nel 2005 ha venduto 176 milioni di ettolitri di birra, generando due miliardi e mezzo di dollari di profitti.

In Perù nell'ultimo anno il consumo medio pro-capite è passato da 21 a 28 litri.



## MOLTI MARCHI, POCCHI GRUPPI

Da alcuni anni è in atto un processo di concentrazione del mercato: molti marchi, anche storici, sono controllati da pochi grandi gruppi. Contro l'omologazione del gusto che ne deriva si battono i piccoli birrifici locali: negli Usa controllano il 3% del mercato e sono in crescita, in Australia il 10%. Un fenomeno che si affaccia anche in Italia.

Backus, la filiale locale di SabMiller, ha aumentato del 33% il volume delle proprie vendite, "stimolata" dalla concorrenza di InBev, che ha aperto una fabbrica a Lima. Nel portafoglio del gruppo ci sono 150 marchi e dal 2003 SabMiller è entrata sul mercato italiano, acquisendo il controllo di Peroni. Da sei mesi, dopo l'affare Bavaria, potete ordinare la birra "Peroni Nastro Azzurro" anche in un ristorante di Bogotá. Il Paese che produce più birra è però ormai la Cina. Dal 1991 al 2005 il mercato è cresciuto, in media, del 17,1% all'anno e il consumo ha raggiunto i 23 litri pro-capite. Ma la birra non è più cinese: la prima azienda per volume di vendita è SabMiller, che controlla il 49% delle azioni di China Resources Snow Breweries (Cr Snow). E al supermarket asiatico SabMiller ha appena comprato la filiale indiana del gruppo australiano Foster's: la multinazionale anglo-sudafricana è il secondo produttore del subcontinente. In India il consumo medio procapite è di 1 litro all'anno: in pratica un mercato vergine.

# MICROBIRIFICI: DAVIDE E GOLIA

I grandi gruppi dominano anche il mercato italiano della birra. Heineken, Peroni, Carlsberg e pochi altri imbottigliano 13 milioni di ettolitri all'anno, mentre la produzione dei microbirrifici non supera i 100 mila ettolitri.

Quello della birra artigianale -un prodotto che non è pastorizzato né microfiltrato (il processo che comporta la perdita degli aromi e la standardizzazione del gusto) e si conserva in frigo e per pochi mesi-, è ancora un fenomeno di nicchia.

Che oggi prova a diventare un attore del mercato: "Alla metà degli anni '90 -racconta ad *Altreconomia* Giovanni Balderacchi, del "Birificio Lodigiano" di Casalpusterlengo- c'erano praticamente solo *brew-pub*. Ogni piccolo birificio aveva il proprio *pub*, dove vendeva per il consumo al tavolo la quasi totalità della propria birra. Senza andare incontro ai consumatori".

La sfida è portare la birra artigianale nelle case della gente.

"Oggi esistono birrifici, un paio in Piemonte ad esempio, che producono solo per la distribuzione in bottiglia o fusti, senza avere accanto un locale per la somministrazione diretta", spiega Franco Sangiorgi, che è presidente di Unionbirrai, l'associazione culturale che riunisce 157 tra microbirrifici (87) e *brew-pub* e numerosi *homebrewer* (gli amatori che si fanno la birra in casa).

L'attività del Birificio Lodigiano inizia nel 2003 con un'indagine di mercato sui *generis*: "Per testare una piazza abituata al prodotto industriale -racconta Balderacchi- iniziammo con i miei due soci a proporre la birra artigianale. Giravamo le piazze della provincia lombarda con una birreria su ruote".

La risposta è positiva e nel 2004 inizia la produzione del Birificio Lodigiano, con le prime 3 o 4 ricette perfezionate dal mastro birraio Beppe Ercoli.

Il primo anno poche decine di migliaia di litri venduti e 70 mila euro di fatturato. Lo stesso nel 2005.

A distanza di tre anni, a fine marzo 2007, la produzione si è spostata nel nuovo stabilimento di Zerlasca di Casalpusterlengo, in provincia di Lodi: "L'obiettivo per



BIRIFICIO LODIGIANO

Qui sopra: pubblicità di un microbirificio. Nella pagina di apertura: distribuzione della Carlsberg in Cina. Il Paese asiatico è diventato il primo produttore mondiale: ma la birra "cinese" è in realtà controllata da uno dei 4 giganti a livello mondiale, l'anglo-sudafricana SabMiller

## INCHIESTA



LUCA MARTINELLI

Qui sopra: il carretto-bar all'origine della storia del Birrificio Lodigiano. A destra: Gianbattista Ercoli, mastro birraio

quest'anno -spiega Balderacchi, che è anche responsabile della produzione- è di imbottigliare e vendere 300 mila litri di birra, per fatturare almeno 600 mila euro, raddoppiando i risultati del 2006".

Oggi il Birrificio Lodigiano ha dieci dipendenti (compresi due dei tre soci fondatori, Balderacchi e il fratello Gabriele), un catalogo di 8 birre in bottiglia o fusti, una linea d'imbottigliamento ("Quando abbiamo iniziato -sorride Balderacchi- incollavamo a mano le etichette").

Tre anni fa ha inaugurato l'idea del *pub* diffuso: birrifici volanti per organizzare o partecipare a feste della birra e alle sagre o andar per piazze e fiere a distribuire la birra. Nel 2006, invece, l'azienda è entrata nella grande distribuzione (Gdo) di zona. Lo scorso anno all'Auchan di San Rocco al Porto, alla Conad di Casalpusterlengo e al Gigante di Lodi sono stati venduti quasi 10 mila litri di birra imbottigliata dal Birrificio Lodigiano, consegnata direttamente dall'azienda due o tre volte la settimana. Balderacchi considera la Gdo un veicolo per far conoscere il prodotto a un numero maggiore di consumatori, ma ne ha ben chiari i limiti: secondo il piano industriale 2007 i supermercati non distribuiranno più del 10% della birra di Lodi. Il 50% sarà venduto direttamente in Lombardia e il 40% distribuito a livello nazionale.

Il problema principale è il prezzo: fare una buona birra artigianale costa e non è possibile sfruttare le economie di scala delle grandi produzioni.

Il Birrificio Lodigiano, ad esempio, usa e paga l'acqua dell'acquedotto (ci vogliono 7 litri per farne uno di birra, ma per altri birrifici artigianali la resa è di 20 a 1) mentre gli stabilimenti industriali spesso hanno pozzi propri.

Il malto invece lo importa dalla Francia e dalla Germania, perché in Italia non ce n'è di buona qualità.

Un altro costo fisso è quello delle bottiglie in vetro. Da mezzo litro costano 0,4 euro; da litro, 0,8. Sull'etichetta c'è l'invito a riutilizzare il vuoto per l'olio o le conserve: in

## BIRRE IN BOTTEGA

Negli ultimi anni la birra è entrata nel catalogo del commercio equo e solidale. Quella commercializzata da Ctm-Altromercato proviene dal Belgio. Esclusa l'acqua, contiene il 62% di ingredienti del commercio equo: la quinoa è prodotta in Bolivia; il riso in India, da Agrocel e Navdanya (la banca delle sementi fondata da Vandana Shiva); lo zucchero di canna in Costa Rica, da Coopecanera. La bottiglia da 330 ml costa 1,70 euro.

Commercio alternativo, invece, importa da Camari, in Ecuador, l'orzo che poi fa lavorare secondo il metodo artigianale da un microbirrifico della valle di Seren, nel bellunese. La birra Ofen costa 2,50 euro per mezzo litro.

Liberomondo promuove nel circuito del Comes le birre artigianali biologiche Nora e Wayan. Sono prodotte dal birrifico Baladin di Cuneo che utilizza zucchero del commercio equo. 9 euro e 60 per una bottiglia da 750 ml.



BIRIFICIO LODIGIANO

Italia, a differenza del resto d'Europa (e anche di molti Paesi in via di sviluppo) non esiste il sistema del vuoto a rendere. Solo il 9,6% delle bottiglie vengono riutilizzate (contro il 38,3% in Europa). Il 66,8% è spazzatura.

Alla fine fa 1,70-1,80 al litro. Quella industriale costa fino a nove volte meno.

Sul prezzo finale incide anche, tra i 25 e i 30 centesimi (a seconda della gradazione alcolica) un'imposta di fabbricazione, istituita nel 1924 per favorire il consumo di vino.

Il prezzo di vendita nella Gdo di una bottiglia Heineken da 66 centilitri è di 1 euro e 35. Una Moretti costa un euro. La "Bella di Lodi" del Birrificio Lodigiano, invece, costa 2,45 per mezzo litro e 6,9 per la bottiglia da litro, in linea con quelle del commercio equo e solidale.

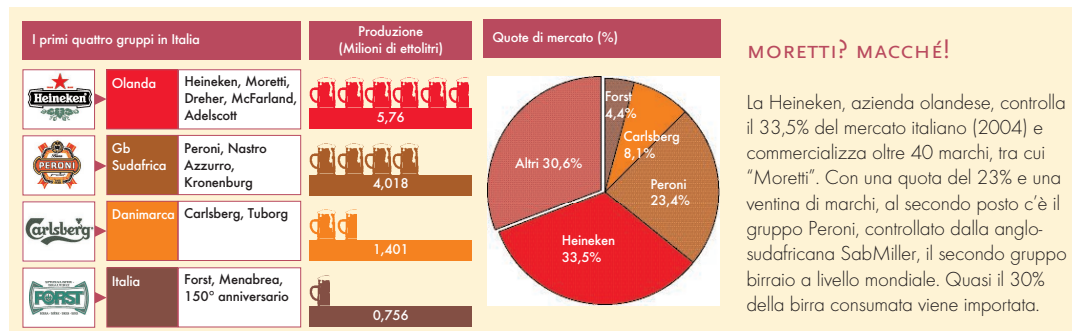
La birra artigianale recupera la tradizione birraia del nostro Paese. Ormai esistono marchi noti a livello locale, come la birra "Beba" in Piemonte o quella del "Birrificio di Lambrate" di Milano, che imbottiglia poche decine di migliaia di litri all'anno.

A Ponte a Moriano, in provincia di Lucca, c'è il birrifico "Bruton": la birreria-ristorante ha aperto a giugno 2006, e da un paio di mesi ha iniziato a imbottigliare le sue 4 birre (l'elenco aggiornato di tutti i birrifici artigianali è su [www.microbirrifici.org](http://www.microbirrifici.org)).

Gli stabilimenti industriali sono 17, e impiegano 2.500 persone. A febbraio però Heineken ha annunciato la chiusura di quello di Messina, e di voler spostare la produzione della "Birra Messina" (un altro marchio storico acquistato dalla multinazionale olandese) in quello di Massafra, in provincia di Taranto.

Una storia che ricorda quella di Pedavena, in provincia di Belluno: nonostante fosse in attivo la fabbrica è stata chiusa da Heineken nel 2005 e poi ceduta alla "Birra Castello" di Udine, che ha riavviato la produzione.





### MORETTI? MACCHÉ!

La Heineken, azienda olandese, controlla il 33,5% del mercato italiano (2004) e commercializza oltre 40 marchi, tra cui "Moretti". Con una quota del 23% e una ventina di marchi, al secondo posto c'è il gruppo Peroni, controllato dalla anglosudafricana SabMiller, il secondo gruppo birraio a livello mondiale. Quasi il 30% della birra consumata viene importata.

# LA RIVOLTA DEI BELLUNESI

**I**l birrifico di Pedavena, in provincia di Belluno, ha ripreso a produrre dall'aprile del 2006. Per un anno era rimasto fermo dopo che Heineken, proprietaria del marchio e dello stabilimento dal 1974, aveva manifestato la volontà di trasferire tutta la produzione nelle altre fabbriche del gruppo.

In autunno dallo stabilimento uscirà la prima birra totalmente italiana, prodotta nell'ambito di un progetto di filiera certificata promosso da Regione Veneto, provincia di Belluno, Parco nazionale delle Dolomiti bellunesi, Comunità montana e Slow food. "A marzo sono stati piantati a orzo 55 ettari -racconta Stefano Falcone, responsabile marketing di Pedavena- e ci aspettiamo una resa di circa 1.500 quintali". L'orzo verrà maltato in Italia e dovrebbe garantire 6 mila ettolitri di birra.

A Pedavena si fa birra dal 1897 e per molte famiglie nella vallata del feltrino la fabbrica di birra ha sempre rappresentato la principale fonte di reddito. Quando il 22 settembre del

2004 Heineken ha annunciato di voler chiudere e smantellare lo stabilimento entro la fine dell'anno non si aspettava la reazione popolare. Nell'arco di un paio di settimane i dipendenti lanciarono un sito ([www.birreriaipedavena.info](http://www.birreriaipedavena.info), ancora attivo) per diffondere la vicenda e raccontare la storia del marchio "Pedavena". In pochi giorni raccolsero migliaia di sottoscrizioni (27 mila oggi) contro il piano della multinazionale, che intendeva cedere separatamente la fabbrica, la centrale idroelettrica e il ristorante, per ricavare più liquidità. Nonostante l'impegno sottoscritto coi sindacati per continuare la produzione fino a settembre 2005, a maggio Heineken fermò l'impianto.

Solo dopo un anno di mobilitazioni, nel gennaio 2006, scelse di cedere marchio e stabilimento a un'altra industria birraria, la Birra Castello. La nuova proprietà ha re-integrato una ventina dei 60 dipendenti. "Oggi, a distanza di un anno, nello stabilimento lavorano di nuovo in 42" spiega Falcone ad *Altreconomia*.



### FATEVELA DA VOI

Tutti possono farsi la birra in casa: sono necessari 4 ingredienti di base (acqua, malto d'orzo, luppolo e lievito) e un kit di accessori.

Dalla cottura del malto d'orzo nell'acqua fino alla birra imbottigliata passano una quarantina di giorni: tutti i passaggi li spiega Davide Bertinotti, un *homebrewer* di Novara, che ha pubblicato sul suo sito [www.bertinotti.org](http://www.bertinotti.org) un manuale "Come fare la birra in casa".

Il kit costa tra i 60 e gli 85 euro ed è composto da un bidone per la fermentazione con un rubinetto di scarico, un termometro digitale per controllare la temperatura di fermentazione, un gorgogliatore (serve a far uscire l'anidride carbonica), un densimetro e una provetta per misurare la densità del mosto, una spatola per arearlo, un tubo per travasare la birra e una tappatrice. Sempre Bertinotti spiega come costruirselo da soli, riciclando oggetti di casa.



PEDAVENA