

IL BOCCALE SI È RIEMPIUTO MA SERVE UN AIUTINO DAL FISCO

Il bicchiere è mezzo pieno, ma attenti a non svuotarlo. Il settore birrario italiano sta tornando a crescere, ma sul percorso di ripresa pesano come macigni i rincari di materie prime e utilities oltre che le accise. La produzione di birra nel 2021 ha raggiunto quota 17,6 milioni di ettolitri, superando i livelli raggiunti nel 2019 (17,3 milioni di ettolitri). I consumi sono ammontati a 20,8 milioni di ettolitri, arrivando a un soffio dall'eguagliare i 21 milioni di ettolitri del 2019. Anche l'export ha ripreso quota, e anche qui con volumi (pari a 7 milioni di ettolitri) molto più vicini ai 7,4 milioni del 2019 che ai 6,4 milioni del 2020.

La riconferma del gradimento del made in Italy in paesi a forte tradizione birraria (Regno Unito 46,9% Stati Uniti in crescita all' 8,6%, Australia 7%) vale, peraltro, come un attestato al merito per i livelli di eccellenza raggiunti dalla produzione nostrana.

Nuovi scenari

Un trend che si conferma anche quest'anno ma con delle incognite più pesanti: costo dell'energia e accise su tutte. «Devono essere prese decisioni che consentano alle imprese e ai punti di consumo di tornare a investire sul proprio business e dunque a generare ricchezza — afferma Alfredo Pratolongo, presidente di Assobirra —. Questa ripresa deve infatti fare i conti con il peso dei rincari di materie prime e dei costi energetici che hanno iniziato il loro percorso di aumento proprio nell'estate

Produzione e consumi di birra ai livelli 2019. Il settore chiede un calo delle accise anche per far fronte al caro energia e materie prime

di Isidoro Trovato



Presidente Alfredo Pratolongo è a capo di Assobirra, l'associazione italiana che rappresenta la filiera e riunisce le principali aziende che producono e commercializzano birra e malto in Italia

del 2021, peggiorando ulteriormente nel 2022 e che non miglioreranno neanche nel 2023. Oltre all'energia, nel 2022 sono aumentati i costi di materie prime specifiche per il settore birrario, l'orzo è salito di oltre il 35%, oltre del 50% rispetto a 5 anni fa, il mais di oltre il 40% (+60% rispetto a 5 anni fa), il vetro del 50% e l'alluminio di circa il 10%».

La scorsa Legge di Bilancio ha portato in dote al comparto italiano della birra una riduzione per tutto il 2022 di 5 centesimi sull'aliquota delle accise, con uno sconto del 50% per i birrifici con produzione annua inferiore a 10 mila ettolitri, del 30% per produzioni fino ai 30 mila ettolitri e del 20% per produzione fino ai 60

mila ettolitri. Problema risolto? Tutt'altro. Perché l'ombra sinistra della tassazione torna ad agitare la programmazione degli imprenditori del comparto.

In Italia infatti, è bene ricordarlo, la birra è l'unica bevanda da pasto a pagare le accise: un'anomalia che pesa su produttori, distributori, consumatori. «La riduzione che abbiamo ottenuto relativamente al 2022 è dell'1,7%, ma è temporanea — ricorda Pratolongo —. Purtroppo ora non basta più: a governo e parlamento AssoBirra sta chiedendo di continuare a intervenire sulla pressione fiscale. Il comparto non può permettersi di fronteggiare quindi un aumento delle accise dal 1° gennaio 2023. L'obiettivo è di rendere sistemico il calo del prelievo per mettere il settore in condizione di recuperare le perdite subite nel periodo pandemico e di innestare un nuovo percorso di crescita. Un'azione simile permetterebbe di dare impulso e sviluppo a un settore dinamico, ad alto tasso di occupazione giovanile qualificata, per lo più composto di eccellenze imprenditoriali: grandi, medi e piccoli birrifici, dal

campo alla tavola, dalle materie prime al settore alberghiero e della ristorazione, fino alla distribuzione».

Mai più una tantum

La richiesta del comparto quindi è quella di una riduzione delle accise che non sia più un'una tantum emergenziale ma che sia stabilita in chiave strutturale: si tratta del primo punto di un'agenda che vede tra le altre aree prioritarie di intervento anche la ricerca di soluzioni contro la tempesta dei costi (acuita dal conflitto in Ucraina, ma in effetti preesistente a questo) e il progredire del comparto verso una sempre più organica transizione ecologica e sostenibilità.

«AssoBirra — continua Pratolongo — si pone come una realtà aperta a chi vuole crescere, e siamo orgogliosi di aver ricevuto diverse nuove richieste di adesione da piccoli e medi birrifici, nonostante questo momento particolarmente delicato. E questo implica

un impegno ampio e l'ambizione di agire in tanti ambiti molto diversi fra loro: dalla tutela del comparto in Italia e in Europa, all'acquisizione della transizione ecologica e della sostenibilità come asset fondamentali della strategia associativa, continuando a essere un riferimento nel consumo responsabile e moderato».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La riduzione che abbiamo ottenuto per il 2022 è dell'1,7%, ma è temporanea. Servono misure stabili

I piani di Argea dopo l'acquisizione di Cantina Zaccagnini Un'altra griffe per il polo del vino Il business è sempre più a stelle e strisce

di Anna Di Martino

Come il cacio sui maccheroni. Per Massimo Romani, amministratore delegato di Argea, il nuovo acquisto della Cantina Zaccagnini calza perfettamente con le ambizioni e gli obiettivi strategici del primo player privato del mercato del vino italiano creato dal fondo di private equity Clessidra.

Sotto tutti i punti di vista. «Per dimensione: la cantina viaggia tra i 27 e i 30 milioni di fatturato e opera in un'area viticola di grande valore come l'Abruzzo — spiega Romani —. Per copertura delle piazze internazionali: in particolare dell'America, primo mercato del nostro gruppo, dove già oggi contiamo circa 100 milioni di fatturato, e principale direttrice di sviluppo del nostro piano industriale: proprio in Nord America puntiamo a realizzare la metà del nostro volume di affari», dice ancora l'amministratore dele-

gato. «E infine per il suo posizionamento premium: Zaccagnini è il Montepulciano d'Abruzzo in Usa, dove gode di una indiscussa e forte reputazione ed è, al tempo stesso, un'icona della sua regione, rappresentando quell'eccellenza territoriale che desideriamo aggregare e sceglierci come compagni di viaggio».

Ciliagina sulla torta è la sintonia con il proprietario Marcello Zacca-



Vogliamo spingere la diffusione del vino italiano nel mondo. Grazie ai manager e alla presenza di famose dinastie del settore

gnini: «È persona di grande sensibilità e bravura imprenditoriale — sottolinea Romani, —. H sposato il nostro progetto e ha voglia di spendersi in prima persona come ambasciatore del marchio nel mondo».

Tra le griffe del Montepulciano d'Abruzzo, export oriented (più dell'80 per cento del fatturato va all'estero e circa la metà negli Stati Uniti), 60 ettari di vigneti di proprietà e più di 100 in conduzione, 8 milioni di bottiglie e 100 dipendenti, Cantina Zaccagnini è passata di mano per un valore stimato di 70 milioni.

Il suo ingresso in Argea, che già ha raccolto sotto il suo cappello Botter e Mondodelvino, fa lievitare i numeri del polo vinicolo che dovrebbe chiudere il 2022 con ricavi di circa 450 milioni (per il 95% realizzati all'estero) contro i 420 milioni consolidati nel 2021. Ed è solo una tappa di un percorso di crescita ambizioso che prevede un piano di inve-



Calici Massimo Romani, alla guida di Argea

stimenti di circa 50 milioni da qui al 2025, puntando su nuove occasioni di espansione in zone di pregio, come la Toscana «dove sicuramente siamo interessati a entrare, ma solo di fronte all'eccellenza».

Anche Zaccagnini, come già le famiglie Botter e Martini (ex proprietaria del gruppo Mondodelvino), conserverà un ruolo operativo in azienda ed entrerà nella holding di controllo con una quota ancora da definire, affiancando Botter, titolare di una cospicua partecipazione del 40% e Martini con il 2%.

Il coinvolgimento delle famiglie è il tratto caratteristico del percorso di crescita che sta realizzando Argea. «Fa parte del nostro dna ed è

una cosa cui tengo molto — dice Romani —. Siamo una realtà che unisce a una struttura manageriale in grado di gestire dimensioni rilevanti e accelerare la diffusione del vino italiano nel mondo, la presenza di famiglie attive in azienda e nella holding, il che si traduce in quel mix di razionalità e passione che fa la differenza nel mondo del vino ed è garanzia di successo».

Per certi aspetti il braccio di Clessidra nel vino vuole essere un nuovo modello per il mercato: «Argea integra un'importante realtà industriale con un efficiente sistema di gestione, valorizzazione e controllo non solo del comparto produttivo industriale, ma di tutto l'ecosistema, che include il vigneto, la vinificazione e l'affinamento, fino alla valorizzazione sul mercato», spiega Romani.

Non solo: «La produzione di Argea è garantita dal codice etico e dalla nostra politica di sostenibilità che applichiamo a tutto il nostro ecosistema. E' questo uno degli aspetti più distintivi e innovativi di business del gruppo, che di fatto rappresenta una categoria pionieristica per il mercato», conclude Romani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA