



Vlaanderen
is internationaal
ondernemen



BIERMARKT

IN ITALIË

FLANDERS INVESTMENT & TRADE MARKETSTUDIE

////////////////////////////////////

DE BIERMARKT IN ITALIË 2021

Publicatiedatum: 16.12.2021

////////////////////////////////////

FIT ROME

FLANDERS INVESTMENT & TRADE ROME

Via Omero, 8

00197 Rome – Italy

T +39 06 36 000 699

sophie.massage@fitagency.com

rome@fitagency.com

1. INLEIDING

Dit verslag schetst een beeld van de huidige Italiaanse biermarkt en beschrijft de impact die de pandemie heeft gehad op de Italiaanse consument, de meest actuele tendensen in het bierverbruik en bekijkt de toekomstperspectieven.

1.1 DE BIERMARKT IN ITALIË IN EEN NOTENDOP

- 15.829.000 hectoliter geproduceerd in Italië in 2020* (-8,4% tegenover 2019), nadat de productie de afgelopen 10 jaar met 35% was gestegen.
- 3.300.000 hectoliter geëxporteerd in 2020 (-4,8% tegenover 2019)
- 6.300.000 hectoliter geïmporteerd in 2020
- 18.784.000 hectoliter bier geconsumeerd in Italië in 2020
- € 45 miljard aan waarde in de biersector
- 31,5 liter bier per hoofd van de bevolking gedronken in Italië in 2020
- 45% van het bier in de Italiaanse markt "buitenshuis" minder in 2020 dan in 2019 (gelijk aan 13 miljard €)
- 36 miljard fiscale inkomsten in 2020
- Het hoogste verbruik percentage van bier is in de periode tussen mei en augustus, namelijk 48%.

* Gegevens uit [Annual Report Assobirra – Assobirra](#)

2. BIER ANNO 2021

In een land als Italië, met een sterke wijntraditie, heeft bier de afgelopen jaren steeds meer zijn plaats veroverd op de tafels van de Italianen. De Italiaanse biermarkt heeft net een gouden decennium achter de rug. Volgens de gegevens van [IRI Italia – Information Resources Incorporation](#), overschreed de bierverkoop in 2020 voor het eerst de omzet van 2 miljard euro. De positieve resultaten in de biersector zijn te danken aan verschillende factoren:

- de investeringen in innovatie in de brouwerij-industrie
- de groei van de brouwcultuur door Italiaanse consumenten
- de recente daling van de accijnzen op bier.

De exponentiële groei van de sector de voorbije jaren heeft zich ook vertaald in een toename van werkgelegenheid in Italië. Op een jaar tijd werden er meer dan 3.300 banen, tussen directe en indirecte werknemers, gecreëerd voor een totaal van meer dan 144.000 werknemers in de hele toeleveringsketen. De gewoonte om bier te drinken, vooral tijdens de maaltijden, heeft ook in COVID-tijden standgehouden. Volgens het onderzoek van [BVA Doxa](#) voor [AssoBirra](#) hebben acht op de tien Italianen geen twijfel: bier is geschikt voor elke gelegenheid en staat synoniem voor gezelligheid! Zelfs op de donkerste momenten van de pandemie, bleef bier een bindende factor.

2.1 IMPACT VAN COVID OP DE ITALIAANSE BIERMARKT



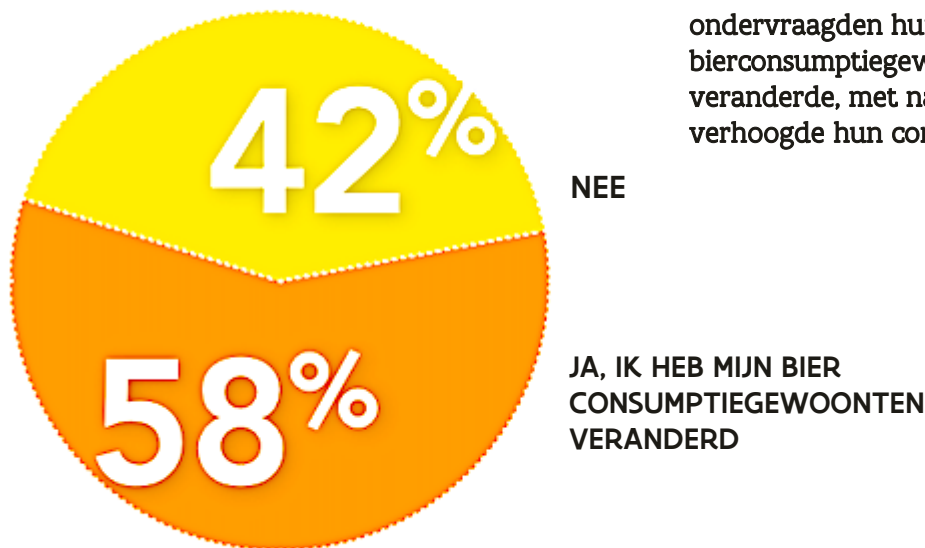
Figuur 1 Bier creëert rijkdom voor Italië, maar COVID brengt de sector in gevaar (Bron: [Osservatorio birra](#))

Heel 2020 stond in teken van de coronacrisis. Volgens het [jaarverslag van Assobirra](#) bedroeg de nationale bierproductie 15.829.000 hectoliter in 2020, een daling van 8,4% in vergelijking met 2019 (toen 17.288.000 hectoliter werd bereikt). De toename van de bierverkoop via de detailhandel (waaronder de supermarkten) heeft de negatieve cijfers - zowel in de Europese Unie als in Italië - niet kunnen redden. Het resultaat: een daling van 11,4% in de verkoop. In 2020 werd er in Italië 18.784.000 hectoliter bier geconsumeerd, het jaar voorheen was dat meer dan 21 miljoen hectoliter. Deze sterke daling werd mede beïnvloed door de sluiting van de horecagelegenheden. Ook de Italiaanse bierexport leed, na jaren van groei, onder een daling van 4,8% met volumes gelijk aan 3,3 miljoen hectoliter. Tot slot daalde ook de Italiaanse bierimport met 15% in 2020. Deze cijfers tonen aan hoezeer ook de biersector werd geraakt door de COVID-crisis.

2.2 TRADITIES EN NIEUWE GEWOONTES

De wereld van voor de pandemie, voelt soms ver weg. Het doet dan ook recht aan onze beleving om te schrijven dat de coronacrisis niet enkel invloed heeft op onze economie maar ook op ontelbare andere aspecten in ons dagelijks leven. Het sluiten van de horecagelegenheden heeft flink wat gevolgen gehad, ook voor de bierindustrie. Waar het eerst gebruikelijk was elkaar te ontmoeten voor een 'aperitivo', werden deze ontmoetingen noodgedwongen virtueel.

VERANDERING IN BIERDRINGEWOONTEN TIJDENS LOCKDOWN



Thuisblijven vanwege beperkingen als gevolg van COVID-19 leidde ertoe dat meer dan de helft van de ondervraagden hun bierconsumptiegewoonten veranderde, met name 1 op de 4 verhoogde hun consumptie.

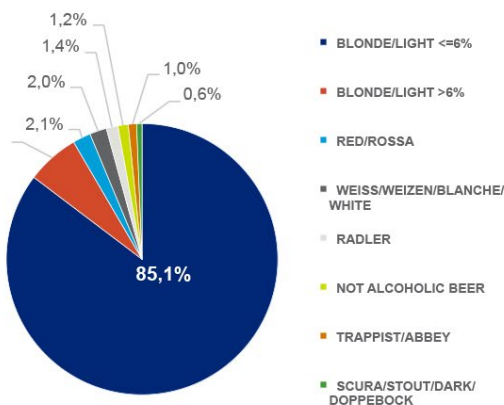
Figuur 3: Verandering in bierdrinkgewoonten tijdens lockdown (Bron: [Assobirra](#))

Volgens gegevens van [IRI Italia](#), noteerde de bierverkoop in 2020 een volumedaling van 6,5% in vergelijking met 2019. Door de versoepeling van de maatregelen tijdens de zomermaanden kon de horecasector weer op een lichte stijging rekenen, maar deze was lang niet voldoende om het grote verlies van de voorgaande maanden te dekken. Mede omdat ook heel de (internationale) toeristische- en evenementensector stillag. De daling van de verkoopcijfers vertaalt zich niet enkel in termen van hoeveelheid verkocht bier, vooral de economische impact is groot. Hoewel de out-of-home-kanalen `slechts` een derde van de volumes van de totale markt vertegenwoordigen, ligt dat percentage in termen van waarde veel hoger aangezien de prijzen van bier doorgaans hoger zijn in de horeca dan in de retailkanalen. Bars, restaurants, evenementen, etc. vormen dan ook een aanzienlijk deel van de omzet van de bedrijven.

2.3 STANDARD VS SPECIALTY

De daling in kwantiteit stond gelukkig niet synoniem voor een verminderde kwaliteit en vooral diversiteit. Voor velen was de lockdown de uitgelezen kans om te experimenteren, allereerst met nieuwe biersoorten (28%), maar ook met nieuwe manieren van aankopen en consumeren (14%). Wat de verschillende segmenten van de biersector betreft, hebben de belangrijkste groeipercentages betrekking op Speciaal bier (+ 19,6% in volume en + 18,9% in waarde in 2020 in vergelijking met 2019, voor een totaal van 1,8 miljoen hectoliter en 568 miljoen euro) en alcoholvrij bier (0,2 miljoen hectoliter en 30 miljoen euro verkocht in grootdistributie in 2020, met + 11% in volume en +4, 9% in waarde).

De laatste IRI-enquêtes in de grootschalige distributie bevestigen de sterke prevalentie van middelsterk blond pils-bier (ongeveer 85% van de volumes). Speciaal bier is nu goed voor meer dan 13% in kwantiteit en ongeveer 22% in waarde. Ook de sterkere bieren (+ 6% alc.), trappisten- en abdijbieren groeien sneller dan het marktgemiddelde. Het is ook in dit laatste segment dat de grootste assortimentsuitbreidingen worden geregistreerd op de schappen van de moderne distributie.



Fonte: IRI Liquid Data ©. Panel ISLSP+Discount + Cash&Carry + Distributori Bevande 2017, 2018, 2019, 2020
Quota Volume 2020 e Variazione Vendite in Volume 2019 vs 2017 & 2020 vs 2019

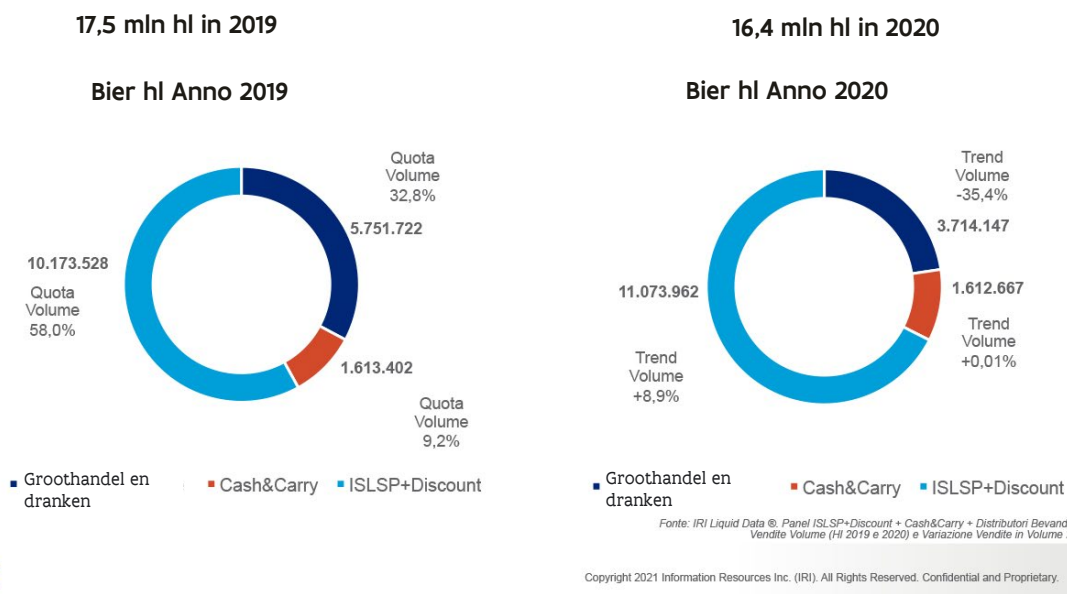


Copyright 2021 Information Resources Inc. (IRI). All Rights Reserved. Confidential and Proprietary.

Figuur 5: Verkoop in volume per Biersoort (Bron: [IRI-Italia](https://www.iri.it))

3. TENDENSEN OP DE ITALIAANSE BIERMARKT

De wijzigingen van het koopgedrag vertalen zich naar een nieuw consumptiemodel. De in 2021 gepubliceerde IRI-gegevens tonen aan dat 2020, ondanks heel de noodsituatie, een belangrijk jaar is geweest voor het bier in de grootdistributie. De detailhandel heeft voordeel gehaald uit de daling van de bierconsumptie buitenhuis. In tegenstelling tot de horecasector hadden zij geen beperkingen tijdens de lockdown-periode. In 2020 werd 11 miljoen hectoliter bier verkocht in de Italiaanse groothandel, voor een waarde van 2,05 miljard euro. De hoeveelheid bier verkocht via moderne retailkanalen is met 9% gestegen ten opzichte van 2019 en de waarde respectievelijk met 10,7%. In de periode tussen 1 september 2019 en 31 augustus 2020 laat het onderzoeksbureau IRI Italia een groei van de bierverkoop zien van 5,5% in de moderne retailkanalen (hyper, super, superettes en discount) vergeleken met het voorgaande jaar. Opmerkelijk zijn de cijfers uit de 'discount-sector' waar het aantal verkochte liters met 15,7% is gestegen, het hoogste vergeleken met alle andere moderne retailkanalen. Deze stijging wijst nogmaals de veranderingen aan die hebben plaats gevonden in de sector en accentueert de verschuiving naar goedkopere productgroepen. Discount-ketens vertegenwoordigen nu 25% van de totale verkoop van de moderne distributie, voor 20% van de totale waarde. (Bron: [Birritalia 2020-21](#))



Figuur 6: Kanalen van bierverkoop in 2020 (Bron: [IRI-Italia](#))

3.1 HET ITALIAANSE GROOTWINKELBEDRIJF

Bier wordt voornamelijk in de supermarkt gekocht. Het Grootwinkelbedrijf (GWB) of 'la Grande Distribuzione Organizzata' (GDO) kan in Italië verwijzen naar:

1. *De grootdistributie – grande distribuzione (GD), met een grote centrale structuur van één eigenaar die vaak de filialen direct beheert.*
2. *De georganiseerde distributie – distribuzione organizzata (DO), waar kleinere structuren zich groeperen onder dezelfde inkoopcentrale.*
3. *De hybride versie van bovenstaande structuren waar de oorsprong en vorm de typische GD volgen terwijl het netwerk en het gedrag eerder de werkwijze van de DO benadrukken.*
4. *Soms vindt men in de literatuur ook de terminologie 'DM' - Distribuzione Moderna – terug, verwijzend naar de moderne (georganiseerde) distributie met uitsluiting van de traditionele kruidenierswinkels. Deze moderne distributie is dus een verzameling van het grootwinkelbedrijf en de cash & carry- en discountkanalen.*

De nieuwe gegevens, gepubliceerd in maart 2021, met betrekking tot het jaar 2020, geven in het kader van de grootschalige distributie (supermarkten, hypermarkten, discountwinkels) een positieve trend aan zowel in termen van productie als waarde. Het grootwinkelbedrijf bevestigt zichzelf bij uitstek als het gekozen kanaal voor Italianen. De fysieke aanraking met het product op het winkelrek speelt een belangrijke rol in de uiteindelijke keuze bij aankoop. Opmerkelijk; de helft van de geïnterviewden kiest bier op basis van de kleur (55%); herkomst speelt ook een belangrijke rol (47%), net zoals de specifieke kenmerken (37%) en de stijl van verpakking (30%).

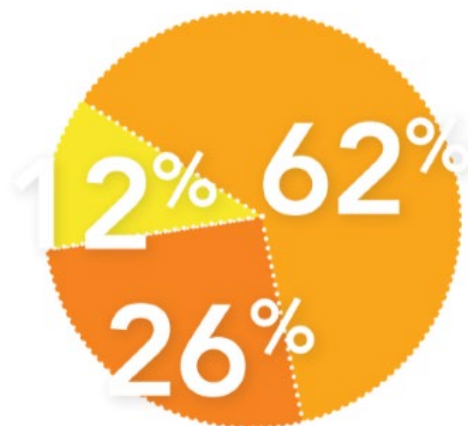
3.2 E-COMMERCE

In een scenario waarin steeds meer mensen digitaal aankopen doen, groeit ook het aantal Italianen dat online bier koopt (19%). Een op de vier verklaart het e-commercekanaal te zijn gaan gebruiken tijdens de eerste lockdown. Vele bedrijven hebben dan ook geïnvesteerd in de optimalisatie van dit kanaal. De onlineverkoop wordt door vele bedrijven niet langer alleen als een `noodkanaal` beschouwd maar als een innovatief preferentieel kanaal waarin ze bereid zijn te investeren. Tijdens de lockdown-periode werden ook verschillende online verkoopinitiatieven geactiveerd, met name in de ambachtelijke biersector. Dankzij het digitale kanaal krijgen ook de kleine- en middelgrote bedrijven in de sector de mogelijkheid om een groot publiek aan te spreken. Ook voor de consument brengt online winkelen verschillende voordelen met zich mee. Er is geen verplaatsing nodig, op korte tijd is het mogelijk veel informatie te vinden over de verschillende soorten bier en de keuze bestaat uit een ruimer aanbod. Hoewel de onlineverkoop op snel tempo ontwikkeld, vertegenwoordigt het nog steeds een marginaal segment in de biersector.

Online aankopen = 19%

Frequenties van online aankopen op basis van de Covid-noodsituatie.

- Sinds COVID koop ik vaker bier online
- Ik kocht voorheen ook al bier online
- Ik ben online bier begonnen kopen sinds COVID



Figuur 7: E-commerce in tijden van lockdown (Bron: [Assobirra](#))

4. BIERINDUSTRIE: POSITIEVE TOEKOMSTPERSPECTIEVEN

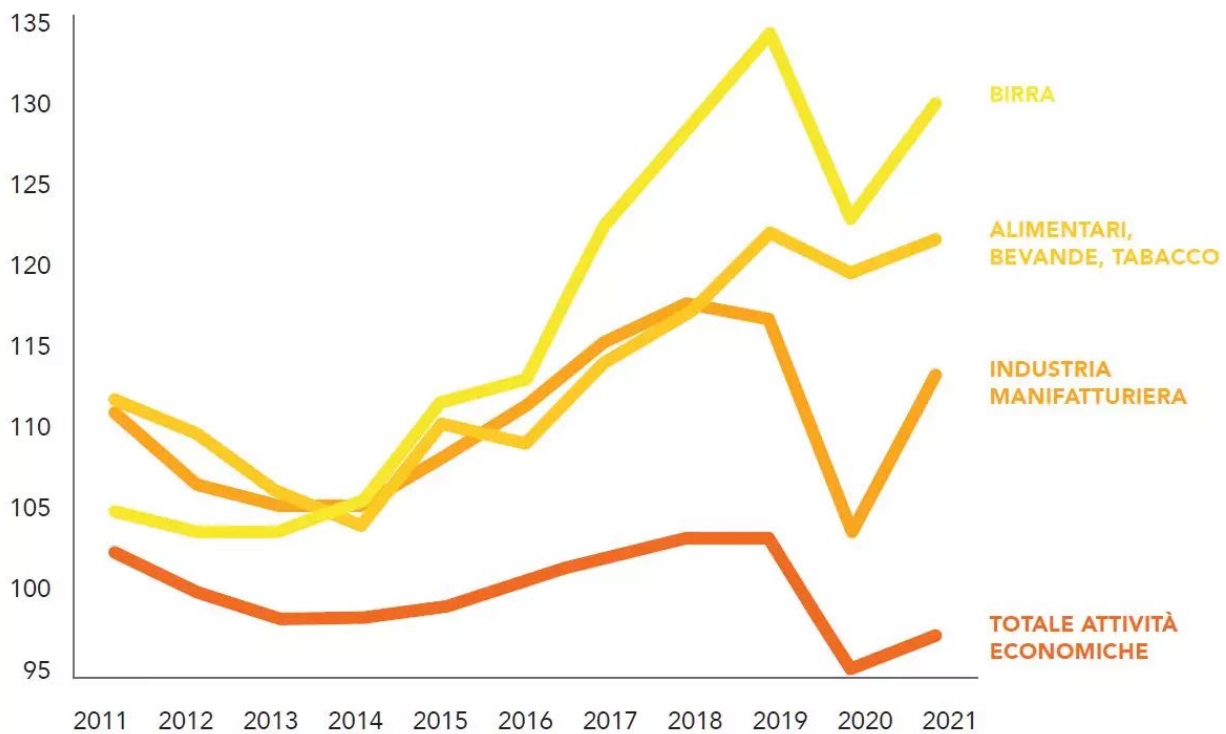
Het is duidelijk dat de coronacrisis de nodige impact heeft op de economie. Hoewel de maatregelen tegen het virus nu stapje voor stapje worden teruggeschroefd is de impact nog steeds enorm. Maar een crisis kan een goede motor zijn om verandering op gang te brengen. Er wordt de komende tijd veel door de Europese Unie, de provincies en gemeenten geïnvesteerd om economisch herstel te bevorderen. Op de (middellange termijn verschuift de focus van generieke steunmaatregelen ter voorkoming van ontslagen en faillissementen, naar economisch beleid dat de transitie naar een 'postcorona-economie' en economisch herstel bevordert. Dat kan bijvoorbeeld door gerichte ondersteuning aan sterk geraakte sectoren en het promoten van lokaal/regionaal consumeren en recreëren. Of door het opstellen van regionale arbeidsmarktprogramma's en het inspelen op ruimtelijk-economische gevolgen en veranderende marktvaart met betrekking tot binnensteden, werklocaties en bereikbaarheid. Door de onzekerheid die de coronacrisis met zich meebrengt is het van belang dat overheden wendbaar zijn op economisch vlak, de economische gevolgen van de crisis goed blijven monitoren en hier vervolgens op inspelen.

De bierindustrie en AssoBirra staan op de eerste rij om hun steentje bij te dragen aan de opvering van de Italiaanse economie. De biermarkt heeft dit potentieel, wat blijkt uit de cijfers: de 'shared values' van de biermarkt in Italië bedragen € 9,5 miljard (laatste cijfer 2019) per jaar, 18% in de productiefase en 78% alleen al in het verkoop- en consumptiedistributiekanaal. Het is een toeleveringsketen verspreid over het hele grondgebied met ongeveer 1.000 bedrijven, groot en klein, die werk genereren voor ongeveer 144.000 werknemers. Een sector die in de afgelopen 10 jaar met 35% is gegroeid vanuit productieoogpunt. Jaren waarin het op alle fronten record na record heeft behaald: naast de productie, groeide ook de export en het aantal consumenten

die steeds meer op zoek gaan naar kwalitatief ambachtelijk bier. De biersector maakt deel uit van het Italiaanse erfgoed dat de traditie, cultuur en het territorium kenmerkt. Nu de beperkingen op sociale activiteiten zijn versoepeld moet deze sector dan ook worden ondersteund zodat de biertoeleveringsketen één van de strategische pijlers kan vormen voor de heropbouw van de Italiaanse economie.

HET NIEUWE NORMAAL

In normale tijden is bier een fantastische motor voor economische groei zoals blijkt uit de cijfers van het afgelopen decennium, in een wereld na COVID-19 kan bier een cruciale motor voor herstel zijn. We zitten nu volop in de fase van poging tot terugkeer naar de normaliteit, en de wensen van de Italianen zijn duidelijk: een terugkeer naar het sociale leven, al ziet dat ‘samen zijn’ er nu anders uit. Ongeveer één op de vier Italianen wil terug beginnen genieten van een avondje met vrienden, samen naar restaurant gaan en een biertje drinken (23%). Bier was namelijk de meest gedronken drank in de maanden na de heropening van bars, pubs en restaurants. De bierconsumptie (61%) overschreed zelfs wijn (38%) en koffie (43%). (Bron: [Osservatorio birra](#)). Zoals blijkt uit de gegevens van Assobirra is de bierconsumptie, na de daling in 2020, weer aan het stijgen. Het industriële herstel is zo sterk geweest dat het niet alleen heeft geleid tot een terugkeer tot boven het pre-pandemische, maar in veel gevallen ook tot een (deels)herstel van de schade die de bedrijven hadden opgelopen tijdens de lockdown-periode.



Figuur 8: Bierproductie (Bron: [Assobirra](#))



voor de groei van een bedrijf in een wereld waarin “op afstand” steeds meer de norm wordt. Tot slot vormt een aanhoudend engagement voor de uitmuntende prestaties van operationele processen, gepaard aan een groot aanpassingsvermogen, de sleutel voor een positieve groei van het marktaandeel.

4.2 UNIVERSITÀ DELLA BIRRA

Università della Birra, een opleidingscentrum gespecialiseerd in de horeca., heeft een online trainingscursus opgestart gericht op professionals uit de biersector. Het doel is om een concrete ondersteuning te bieden aan de 830.000 werknemers en meer dan 300.000 ondernemers in de meest getroffen sector.

“Ready for Change” is een brede opleiding, ontworpen om operatoren in de horecasector (van ondernemers tot werknemers van bars, pizzeria’s, restaurants ...) vaardigheden en strategieën aan te leren om de veranderingen aan te pakken die de pandemie met zich heeft meegebracht. We staan voor een toekomst waar innovatie, complexe vaardigheden en een sterk management steeds meer het verschil zullen maken.

Dit digitale leerplatform is dan ook een concreet antwoord op de uitdaging die de crisis van COVID-19 heeft teweeggebracht voor de sector Away From Home en een investering in de toekomst. Università della Birra heeft besloten de horecasector effectief te ondersteunen door toegang te verlenen tot haar digitale leerplatform waar vier fundamentele modules kunnen worden gevolgd:

- **Het opzetten voor de nieuwe start**” - een gids om bij de heropening de veranderingen het hoofd te kunnen bieden door middel van een vernieuwde werkwijze, een nieuwe aanpak en een andere opzet.
- **“Levering en afhaalmaaltijden”** - twee fundamentele methoden voor het ontwikkelen van omzet en het opnieuw opstarten van het bedrijf aanpakken en volledig begrijpen.
- **“Herorganisatie van het personeel”** - de tools die nodig zijn om het personeel van de locatie te heroverwegen en te reorganiseren volgens het nieuwe bedrijfsmodel.
- **“Van gerst tot glas”** - een cursus om de basiskennis over bier en de kunst van het tappen uit te breiden, vertrekkende van de grondstoffen en het productieproces, om de dienst en de eindconsument te bereiken.

In dit stadium waarin de horeca wordt geconfronteerd met een uiterst complexe situatie, is dit nog een boodschap van verbondenheid met alle professionals uit de sector. Alle informatie met betrekking tot de cursussen “Ready for Change” is beschikbaar op de website van [Università della birra - “Pronti per il cambiamento!”](#) (in het Italiaans).

5. MEER WETEN?

5.1 BRANCHEORGANISATIE ASSOBIIRRA

[AssoBirra](#) verenigt alle Italiaanse productiebedrijven die samen ongeveer 90% van de nationale bierproductie en 71% van de markt vertegenwoordigen. Het doel is om de belangen van leden te beschermen en de consumptie van bier te bevorderen. Op de website van de vereniging kan U ook het [Jaarverslag van Assobirra](#) downloaden.

Brancheorganisatie ASSOBIIRRA - Associazione degli Industriali della Birra e del Malto

Centrale zetel:

Viale Pasteur, 10

00144 Roma

T: +39 06 5903722

www.assobirra.it

Contact: Dhr. Alfredo Pratolongo, Voorzitter

5.2 BEER DIRECTORY 2021 BIRRITALIA

De jaargids 'Birritalia Beer Directory 2021' biedt een overzicht van de Italiaanse biermarkt en bevat de contactgegevens van de voornaamste spelers: de biersoorten die er verhandeld worden, de brouwerijen, de invoerders, de artisanale producenten, de gespecialiseerde leveranciers (o.a. specialisten inzake fiscaliteit biersector) en de distributiebedrijven. Deze gids omvat 358 bladzijden en vormt de informatiebron bij uitstek voor de biersector. De volledige versie kan u indien gewenst aankopen via [Annuario Birritalia 2021](#). U kan de gids (88,2 MB) gratis [downloaden via deze link](#) of via [Google Drive Birritalia 2021](#).

5.3 INTERESSANTE BEURZEN 2022 - 2023

▪ TUTTOFOOD

De volgende editie vindt plaats van 08 tot 11 mei 2023 in de Fiera Milano, Rho.

Website: www.tuttofood.it/en

Contacten: [Contacts \(tuttofood.it\)](#)

▪ COSMOFOOD

De volgende editie vindt plaats van 06 tot 09 november 2022 in de Fiera di Vicenza.

Website: www.cosmofood.it

Contacten: [Contacts \(cosmofood.it\)](#)

▪ [BEER&FOOD ATTRACTION](#)

De volgende editie vindt plaats van 20 tot 23 februari 2022 in de Rimini Expo Centre.

Website: www.beerandfoodattraction.it

Contacten: [Contacts \(beerandfoodattraction.it\)](#)

▪ [CIBUS](#)

De volgende editie vindt plaats van 3 tot 6 mei 2022 in de Fiera di Parma.

Website: www.cibus.it

Contacten: [Contacts \(cibus.it\)](#)

▪ [FIERA DELLA BIRRA ARTIGIANALE](#)

Datum nog niet bekend van de volgende editie in Pordenone Fiere.

Website: www.fierabirrapordenone.it

Contacten: [Contacts \(fierabirrapordenone.it\)](#)

6. BRONNENLIJST

1. [AssoBirra Associazione dei Birrai e dei Maltatori dal 1907](#)
2. [Centro di Formazione HEINEKEN Italia - Università della birra \(universitadellabirra.it\)](#)
3. [Consumi di birra in Italia 2021. I dati nella Gdo - Universofood](#)
4. [Doxa | Ricerche e Analisi di Mercato \(bva-doxa.com\)](#)
5. [IRI Italia - Ricerche di mercato e analisi - IRI \(iriworldwide.com\)](#)
6. [Osservatorio Birra](#)

Disclaimer

De informatie die u in deze publicatie vindt is bedoeld als achtergrondinformatie die u moet in staat stellen een beeld te vormen met betrekking tot de hierin behandelde materie. Zij is met de grootste zorg verzameld op basis van de beschikbare data en documentatie op het ogenblik van de publicatie. Deze publicatie heeft bijgevolg niet de ambitie van volledigheid of geldigheid voor uw specifieke situatie. Zij kan bijgevolg nooit beschouwd worden als een juridisch, financieel of ander gespecialiseerd advies. Flanders Investment & Trade (FIT) kan in die zin nooit verantwoordelijk gesteld worden voor gebeurlijke foutieve vermeldingen, weglatingen of onvolledigheden in deze publicatie. FIT kan evenmin verantwoordelijk worden gesteld voor het gebruik of de interpretatie van de informatie in deze publicatie. De verwijzingen in deze publicatie naar bepaalde entiteiten, bedrijven en/of personen houden geen bijzondere aanbevelingen in die voor Flanders Investment & Trade enige verantwoordelijkheid zou kunnen teweegbrengen. Datum van publicatie: december 2021