



**Vlaanderen**  
is Internationaal Ondernemen



**DE BIERMARKT**

**IN ITALIË**

FLANDERS INVESTMENT & TRADE MARKTSTUDIE

# Evolutie van de taksen en accijnzen op de biermarkt in Italië

Flanders Investment & Trade Roma

Rappresentanza Economica delle Fiandre  
Academia Belgica  
Via Omero, 8  
I - 00197 Roma  
Italia

T: +39 06 36 00 06 99 | [rome@fitagency.com](mailto:rome@fitagency.com)

Dit verslag schetst een beeld van de huidige Italiaanse biermarkt en beschrijft de **evolutie van de taken en accijnzen** die momenteel in Italië gelden, de **effecten** ervan op de biermarkt, en de **meest actuele tendenzen in het bierverbruik**.

## DE BIERMARKT IN ITALIË IN EEN NOTENDOP

---

- 13.521.000 hectoliter geproduceerd in Italië in 2014
- 1.995.000 hectoliter geëxporteerd in 2014
- 17.729.000 hectoliter bier geconsumeerd in Italië in 2014 (+ 1% in vergelijking met 2013)
- 136.000 banen, met inbegrip van directe, indirecte en geïnduceerde tewerkstelling (zoals in 2013)
- € 4 miljard dollar aan jaarlijkse inkomsten voor de staat (inclusief BTW, accijnzen, premies, etc.)
- € 1 miljard per jaar geïnvesteerd in Italië in de aankoop van goederen en diensten
- € 3 miljard aan toegevoegde waarde
- 29,2 liter bier per hoofd van de bevolking gedronken in Italië in 2014
- 42,6% van het bier in de Italiaanse markt "buitenshuis"
- 57,4% bier gedistribueerd in Italië in de detailhandel en de traditionele grootdistributie

## BIER ANNO 2014

---

2014 was een jaar van licht en schaduw voor de Italiaanse biermarkt: aan de ene kant **nam de bierproductie** in Italië, ondanks de crisis en een niet bevorderlijk fiscaal klimaat, **toe met 2%** ten opzichte van 2013 tot een totaal van 13.521.000 hectoliter. De **consumptie** bleef stabiel, met een totaal van 17.729.000 hectoliter of 1% meer, in absolute termen, ten opzichte van 2013 (17.544.000 hectoliter). De consumptie verschoof in de richting van het **binnenshuis gebruik** van **goedkopere** producten.

Italië blijft de **tiende bierproducent in Europa**, ver achter de landen die bovenaan de lijst prijken (Duitsland, Verenigd Koninkrijk en Polen), maar voor landen met een lange brouwtraditie zoals Oostenrijk, Denemarken en Ierland. Heel goed was de productie van mout, die zoals altijd volledig wordt geabsorbeerd door de Italiaanse industrie, en die de drempel van 700.000 ton (+ 3,8%) bereikte.

De **export groeide met 3,5%** (voor een totaal van 1.995.000 hectoliter), mede dankzij de belangrijke rol van de EU-markt, die 1.670.000 hectoliter absorbeerde ( 76,2% van het totaal). Aan de andere kant, tekende de **invoer van bier** in 2014 geen significante afwijking op ten opzichte van de twee voorgaande jaren, en bedroeg deze 6.203.000 hectoliter (**-0,2% ten opzichte van 2013 en + 0,8% in 2012**). Tijdens de laatste tien jaar was er wel een **toename van de invoer van bier met een stijging van 4,9 miljoen liter in 2004 tot 6,2 miljoen in 2014**. Duitsland blijft de belangrijkste exporteur naar Italië, met ruim 3

miljoen hectoliter, goed voor meer dan 50% van het ingevoerde bier. Italië **blijft ongeveer 96% van het bier invoeren**, hoofdzakelijk uit Europese lidstaten, wat concrete exportkansen voor Vlaamse bierproducenten blijft betekenen.

## A BEER FOR THE LADIES, PLEASE...

---

Volgens een recent artikel verschenen in het consumentenvakblad “Largo Consumo” zijn jonge Italiaanse vrouwen tussen 18 en 35 jaar in toenemende mate liefhebbers van bier. **In Italië is de generatie van de ‘Millennials’**, de ongeveer 7 miljoen vrouwen geboren tussen 1980 en 1996, **de eerste die regelmatig bier drinkt**, wat voorheen als typisch mannelijk beschouwd werd. 6 op 10 onder hen drinkt regelmatig een biertje, terwijl dit 30 jaar geleden amper 1 op 4 was. Voor 24% onder hen is bier de favoriete drank. Met een jaarlijkse consumptie van 14 liter per hoofd gelden de Italiaanse dames als verstandige en matige consumenten, die van bier genieten conform een gezonde en actieve levensstijl. 70% van hen drinkt bier bij de maaltijd en verkiest het 20cl-formaat (43%), gevolgd door het formaat 33cl (38%) en 40cl (19%).

Interessant zijn de nieuwe tendenzen. De Italiaanse ladies houden van bier met een vrouwelijke toets, zoals een **laag alcoholgehalte** en gepresenteerd in een **miniformaat** van 15cl dat in een handtasje past. **Fruitige, frisse en gearomatiseerde smaken** beantwoorden aan de toenemende trend om bier gebruiken als stijlvol aperitief, bij een snelle lunch of als tussendoortje. Een frisse wind ook in het aankooppatroon van bier; vrouwen kopen de drank niet langer enkel voor hun partner, maar kiezen met zorg speciaalbieren uit om er zelf van te genieten.

Deze toenemende interesse in bier onder de Italiaanse vrouwen blijkt ook uit het stijgende aantal inschrijvingen in cursussen voor biersommelier.

## DE ANOMALIE VAN DE ACCIJNZEN

---

Een studie in opdracht van de **brancheorganisatie Assobirra** in samenwerking met Format Research bevestigt dat het buitensporige gewicht van het Italiaanse belastingstelsel middelen ontnemt aan bedrijven in termen van investeringen en winstgevendheid. Tijdens de eerste 5 maanden van 2015 daalde de consumptie van bier met 3%. Het **systeem van de accijnzen is een echte Italiaanse anomalie**: in geen enkel ander Europees land wordt het bier zo gepenaliseerd als in Italië (bier is hier de enige bij de maaltijd genuttigde drank, die zo belast wordt, bij wijn is dit niet het geval).

De hele Italiaanse bierwereld vraagt om een geleidelijke verlaging van de accijnzen via structurele maatregelen, die de gehele supply chain omvatten. **De belastingen, die een stijging kenden van 30% tussen oktober 2013 en januari 2015**, hebben invloed op alle spelers in de sector: de landbouwers, de bierproducenten (grote bedrijven en micro-brouwerijen), de uitbaters van bars en restaurants, de distributie en dienstverlening. Een groep van ongeveer 136.000 personen, voor wie elke nieuwe procentpunt verhoging van de accijnzen als een alarmbel voor hun toekomstige werk klinkt.

De studie betrof in Italië een representatieve steekproef van producenten van alle groottes verspreid over het hele land en een steekproef van 400 horecazaken, die de ongeveer 100.000 Italiaanse bars, restaurants en pubs vertegenwoordigden.



De Italiaanse situatie is een echte 'anomalie' in vergelijking met de rest van Europa omdat in dit land, met één van de lagere koopkrachten in de EU, de belastingen op bier tot de hoogste behoren. Wijn wordt niet belast, bier wordt boven het EU-gemiddelde belast, terwijl andere alcoholische dranken minder belast worden dan in de andere landen. In detail betekent dit dat in Italië de **accijns ongeveer 37 cent op 1 liter bier bedraagt**, terwijl andere EU-landen die geen accijns op wijn hanteren (zoals Italië), een veel lagere accijns op bier heffen. In Frankrijk bijvoorbeeld, geldt voor een biertje een accijns vergelijkbaar met de Italiaanse (35 cent), maar daar wordt ook wijn belast (4 cent per liter voor gewone wijn en 9 cent per liter voor mousserende wijn).

"We hebben besloten om de hele keten bij elkaar te brengen," legt Alberto Frausin, voorzitter van Assobirra uit, "omdat de **verhoging van de accijnzen (+30% in 15 maanden!)** een moeilijk vol te houden situatie heeft geschapen. Op een biertje van 66cl betalen Italianen 46 cent belastingen (inclusief accijns en BTW), Spanjaarden 21,3 en Duitsers 19,5. In de praktijk is één slok op twee belasting.

Dit betekent mogelijke prijsstijgingen en een negatieve invloed op de omzet, met de onvermijdelijke gevolgen voor een sector die al lijdt onder de crisis en langdurige stagnerende consumptie. **In de eerste vijf maanden van 2015 daalde het bierverbruik verder met 3%**. De accijnzen mogen absoluut niet meer stijgen, ze moeten teruggebracht worden tot de bierindustrie opnieuw kan starten. "

## DE EFFECTEN VAN DE ACCIJNZEN

---

De helft van de Italiaanse brouwerijen (50,6%) verklaarde dat de verkoop stagneerde of afnam, als gevolg van de hogere accijnzen. **De eerste verhoging van de accijnzen ging in op 10 oktober 2013, de tweede op 1 januari 2014 en de laatste op 1 januari 2015.** 46,9% van de bedrijven slaagde er niet in om de eerste twee accijnsverhogingen op te vangen, 43% verklaart niet in staat te zijn om de verhoging van januari 2015 te absorberen.

Maar hoe werden de verhoogde accijnzen opgevangen? Slechts gedeeltelijk was er sprake van een prijsstijging (50%), terwijl een derde van de bedrijven (31,6%) de winstmarges heeft verminderd. 18,5% van de bedrijven heeft gesnoeid in de investeringen en het aantal arbeidskrachten.

De verhoging van de accijnzen dreigt de ruim 600 bierproducenten verspreid over het Italiaanse grondgebied in de problemen te brengen, en daarmee ook de vele bars, restaurants en pubs die aan de verkoop van bier een aanzienlijk deel van hun winst ontleen.

De belastingverhogingen benadelen de 30 miljoen Italianen die bier kopen. Geen toeval dat **in 2014 de consumptie per hoofd van de bevolking daalde tot 29,2 liter** (het laagste verbruikscijfer in Europa), terwijl de **consumptie binnenshuis toenam ten koste van het verbruik 'out of home' en goedkope producten** de voorkeur van de consument genoten.

## TENDENZEN OP DE ITALIAANSE BIERMARKT

---

De consumptie is al ongeveer tien jaar stabiel: in 2005 bedroeg het jaarlijkse verbruik per hoofd van de bevolking 29,9 liter, in 2014 bedroeg dit 29,2 liter. Over de nationale grenzen heen blijft Italië op de laatste plaats wat bierconsumptie betreft in Europa, met een waarde van minder dan de helft van

het EU-gemiddelde en 3 tot 5 keer lager dan die van de landen in de top van de lijst, zoals de Tsjechische Republiek, Duitsland, Oostenrijk, Ierland.

"Wat we zien," zei Filippo Terzaghi, directeur van AssoBirra, "is een verschuiving van de consument naar goedkopere producten: in vergelijking met 5 jaar geleden, is het meest getroffen segment het 'Premium bier' (-20%). De grootste groeier is het segment 'Private Label' (+ 64%). Tenslotte is het segment 'Main Stream' stabiel gebleken, goed voor de helft van het totale verbruik.

Vandaag stellen we een situatie van 'sterke promotionele druk' op bier vast," legt Filippo Terzaghi uit, "die in 2014 de drempel van 44% overschreed, terwijl deze bij de meeste andere consumentenproducten gemiddeld 28,5% bedraagt. Dit betekent dat bijna 1 op de 2 biertjes wordt verkocht in promotie door massa retailers. Al deze factoren zijn niet te verwaarlozen in de analyse van de brouwerij-industrie."

Aandacht verdient de **wijzigende verbruikswijze**: in 2014 was het gebruik van bier thuis prevalent. De bierconsumptie buitenshuis (**on trade**) bedroeg 42,6% van het totaal, de resterende 57,4% was vertegenwoordigd door aankopen in de traditionele en moderne distributie (**off trade**). In 2007, het laatste jaar voor de huidige economische crisis, bedroeg de consumptie in bars, restaurants, pubs nog 45,5%.

De Italiaanse brouwerijen hebben een beperkt vermogen om door te breken op de internationale markten (na jaren van groei met dubbele cijfers is nu ook de export gestabiliseerd op ongeveer 2 miljoen hectoliter). "Dit raamwerk," zegt Terzaghi, "belemmert ook de groei in omvang van de vele brouwerijen die recentelijk werden opgericht, en houdt investeringen door grote bedrijven in Italië tegen. Een voorbeeld: in de afgelopen jaren is het aantal Italiaanse brouwerijen en brew pubs gegroeid aan een ritme van ongeveer 20-25% per jaar, gaande van iets meer dan 311 in 2011 naar 585 aan het eind van 2014. In 2015 werd de groei op nauwelijks meer dan 4% geschat, wat bevestigt dat de toegenomen fiscale druk mogelijke investeerders naar andere mogelijkheden duwt. "

## BARS, PUBS EN RESTAURANTS: bierverkoop fundamenteel voor winst

Het onderzoek omvatte ook een steekproef van 400 horecazaken, die het universum van ongeveer 100.000 Italiaanse bars, restaurants en pubs vertegenwoordigen. De resultaten bevestigen het belang dat bier speelt in het genereren van winst. Voor 77,5% van de deelnemende zaken draagt de verkoop van bier bij tot 20% van de winst, maar voor 15% is de verkoop van bier zelfs goed voor 40% van de winst. En voor één op tien van de bars en pubs is bier goed voor meer dan 40% van de winst. Kortom, deze cijfers bevestigen duidelijk dat een daling van de verkoop een negatieve invloed heeft op de inkomsten van de bars, restaurants en pubs.

Een derde van de zaken verklaarde dat de verhogingen van de accijnzen op bier hebben geleid tot een daling van de winst uit de verkoop van bier, en wijzen erop dat de gehele supply chain zal worden geschaad door deze omzetsdaling. 44,2% van de ondervraagden verklaarde ook dat een eventuele daling van de gemiddelde prijs van het bier met 10% zou leiden tot een stijging van het verbruik.

## BIERINDUSTRIE: positieve toekomstperspectieven, maar enkel mits daling van belastingdruk

---

3 bedrijven op 10 (33,3%) denkt dat de economische situatie in Italië zal verbeteren in 2015, terwijl bijna 6 van de 10 bedrijven van mening is dat de situatie van hun bedrijf zal verbeteren in 2015. Bijna 3 op de 10 (27,2%) is klaar om nieuwe werknemers aan te nemen in 2015 en 8 van de 10 (76,5%) zal investeren in de komende twee jaar. De bierindustrie vraagt de regering echter, op basis van concrete aanwijzingen, om een **verlaging van de belastingdruk op bier**. Ze vragen structurele ingrepen die de gehele supply chain betreft.

Bron: [AssoBirra Persbericht](http://www.assobirra.it/press/?p=147) (HYPERLINK: <http://www.assobirra.it/press/?p=147>) en [Assobirra: productie, consumptie en buitenlandse handel bier in Italië](http://assobirra.inc-press.com/birra-annual-report-2014-dal-settore-4-miliardi-di-euro-per-lo-stato-ma-la-crescente-pressione-fiscale-frena-la-creazione-di-3000-nuovi-posti-di-lavoro#) (HYPERLINK: <http://assobirra.inc-press.com/birra-annual-report-2014-dal-settore-4-miliardi-di-euro-per-lo-stato-ma-la-crescente-pressione-fiscale-frena-la-creazione-di-3000-nuovi-posti-di-lavoro#> )

## MEER WETEN?

---

- Brancheorganisatie ASSOBIRRA - Associazione degli Industriali della Birra e del Malto  
Centrale zetel:  
Via Giuseppe Pisanelli,  
1 – 00196 Roma  
T: +39 06 9259 2960 F: +39 06 9259 2964  
[www.assobirra.it](http://www.assobirra.it)  
Contact: Dhr. Alberto FRAUSIN, Voorzitter
- de gids "Annual Report 2014" (HYPERLINK: <http://www.assobirra.it/press/wp-content/annualreport2014ita.pdf>) omschrijft de verschillende biersoorten
- de jaargids 'Birritalia Beer Directory 2015-2016' 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 420 bladzijden en vormt de informatiebron bij uitstek voor de biersector. [De volledige versie](http://www.beverfood.com/quantico/negozio/product/annuari-beverfood-cartacei/birritalia-beverfood-annuario/) (HYPERLINK: <http://www.beverfood.com/quantico/negozio/product/annuari-beverfood-cartacei/birritalia-beverfood-annuario/> ) kan u indien gewenst aankopen. U kan een beknopte versie raadplegen op: <http://issuu.com/beverfood/docs/birritalia1516-demo>.
- het [Jaarrapport Assobirra 2013](http://www.assobirra.it/press/wp-content/ar2013-assobirra_03-09.pdf) (HYPERLINK: [http://www.assobirra.it/press/wp-content/ar2013-assobirra\\_03-09.pdf](http://www.assobirra.it/press/wp-content/ar2013-assobirra_03-09.pdf))

- **COSMOFOOD 2015** – Food, beverage and technology  
De volgende editie vindt plaats van 14 tot 17 november 2015 in de *Fiera di Vicenza* en zal ruim 350 exposanten tellen verdeeld over 6 sectoren: Food, Wine, **Beer**, Food Service and Professional Equipment, Restaurant and Bio&Vegan Area  
Info en contactformulier voor het verkrijgen van meer inlichtingen:  
[www.cosmofood.it/en/](http://www.cosmofood.it/en/)  
[www.cosmofood.it/en/contacts](http://www.cosmofood.it/en/contacts)
- **RHEX RIMINI HORECA EXPO**  
De volgende editie vindt plaats van 23 tot 27 januari 2016 in de *Rimini Fiera, Expo Centre*.  
Website: [en.rhex.it/](http://en.rhex.it/)  
Contacts: [en.rhex.it/rhex-2016/contacts](http://en.rhex.it/rhex-2016/contacts)
- **TUTTOFOOD**  
De volgende editie vindt plaats van 8 tot 11 mei 2017 in de *Fiera Milano*.  
Website: [www.tuttofood.it/en/home](http://www.tuttofood.it/en/home)  
Contacts: [www.tuttofood.it/en/contact-us-around-world](http://www.tuttofood.it/en/contact-us-around-world)  
Ho.Re.Ca. & Beverage Sales Department: Marta Coppolino  
T: +39 02 4997 7515    F: +39 02 4997 6587  
E: [marta.coppolino@fieramilano.it](mailto:marta.coppolino@fieramilano.it)
- **BEER ATTRACTION** - International Craft Breweries Show  
De volgende editie vindt plaats van 20 tot 23 februari 2016 in de *Fiera e Riviera di Rimini*.  
Website: [www.beerattraction.it/](http://www.beerattraction.it/)  
E-mail voor info: [l.todescato@riminifiera.it](mailto:l.todescato@riminifiera.it)

*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.*