



Birre d'Abruzzo, verso la creazione di un unico brand che racconta il settore brassicolo regionale

17 Novembre 2025 

PESCARA – Creare una rete, per confrontarsi e condividere le singole esperienze, con l'obiettivo finale di promuovere all'esterno un brand, Birre d'Abruzzo, che abbia un'unica identità e racconti di un territorio.

Con questo scopo il Consiglio regionale nel 2021 ha approvato una legge, scritta nel 2020, ma "rimasta un po' bloccata per via del Covid", ricorda il consigliere regionale **Vincenzo D'Incecco**, primo firmatario, "ma che oggi è ormai un percorso che vuole sostenere e promuovere il settore brassicolo artigianale e agricolo della regione.

Per farlo da tre anni, il dipartimento Agricoltura insieme ad Arap organizza il Festival Birre d'Abruzzo, che quest'anno ha riunito 12 birrifici. Un evento che unisce cultura, intrattenimento "perché attorno alla birra c'è socialità", spiega ancora D'Incecco, "e poi masterclass e show cooking. Il movimento brassicolo regionale oggi conta circa 50 birrifici, è in crescita e diventa sempre più importante a livello nazionale. Quando si fa una birra c'è un grande lavoro dietro, fatto di ricerca, per proporre gusti innovativi e birre diverse da quelle delle produzioni industriali. Dietro ci sono le storie di ragazzi che hanno deciso di intraprendere questa strada e di investire".

"La birra negli anni è cresciuta come movimento in termini di quantità e di qualità", evidenzia **Emanuele Imprudente**, vicepresidente della giunta regionale, con delega all'Agricoltura.

"La birra in questi anni ha sempre più spazio, specie tra i giovani. In Abruzzo abbiamo aziende che fanno prodotti eccezionali, frutto della capacità di fare la birra in modo identitario. Noi stiamo sostenendo queste realtà e il festival Birre d'Abruzzo che ha sempre più successo è la dimostrazione di come si voglia uscire dalla nostra regione e farsi conoscere al mondo".

La tre giorni ha visto al centro i dodici birrifici che hanno raccontato attraverso gli assaggi la loro visione produttiva, tra musica live, dj set e le masterclass curate dal maestro pasticcere **Federico Anzellotti**, in cui la birra è divenuta ingrediente di proposte gastronomiche dolci e salate.

"Ogni birra ha una profumazione, una tonalità e un retrogusto diverso, e quindi si può giocare molto", ha sottolineato Anzellotti. "Abbiamo fatto dei piatti con lo zafferano in occasione dei 20 anni di dop, e con il tartufo, avvicinandoci così al festival dei Tartufi che si terrà all'Aquila



a fine novembre. E poi abbiamo proposto un birramisù, usando una birra nera, con il suo retrogusto di cioccolato, caffè e nocciola, e un gelato alla birra da abbinare al panettone al Cerasuolo d'Abruzzo".

La manifestazione è stata anche un'occasione per i produttori dei 12 birrifici che hanno partecipato per incontri B2B con importatori e distributori nazionali e internazionali, volti a facilitare nuove opportunità di business e sostenere la produzione locale. In particolare, sono intervenuti i buyer **Alessandro Borina**, per il mercato australiano, **Franco Amoroso**, per il mercato di Polonia e Lituania, **Andrea Magliano**, per il mercato inglese, **Paola Marchetti**, in rappresentanza degli Stati Uniti e varie zone del mondo.

I dodici birrifici che hanno partecipato alla manifestazione sono Beer Park, Nabò, Birrificio Golden Rose, Società agricola M.A.L.A.M. di De Luca SS, Birrificio Maiella, Delphinbeer di Giuseppe Villani, Hopera di Marrone Antonella, Agricola Marsos birra srl, La Mauritiana Di Baldassarre Maria Grazia, azienda agricola Di Marco Michelina, Società agricola montana S.S., Società agricola MAPS di Pagliara Marco & C. Per quanto riguarda i food truck, presenti Lo Stuzzu de Lu Re, L'isola del gusto di Terramano Ilaria, Cotto e mangiato Sas, Magn e zitt, Ditta ind. di Sara Di Girolamo.

pubbliredazionale