

BIRRA ARTIGIANALE: “MADE IN ITALY” IN CRISI, L’ALLARME DI FERRI

29 Marzo 2022



PESCARA – Rincari sulle materie prime e imballaggi fino al 20% mettono in difficoltà le produzioni artigianali di bevande, in particolare i birrifici. L’allarme è lanciato da **Jurij Ferri**, mastro birraio, fondatore della Almond ’22 di Loreto Aprutino (Pescara).

“Viviamo ancora una situazione difficile – spiega – non tanto dal punto di vista delle possibili ripercussioni di una crisi internazionale. Di fatto, gli aumenti non sono stati limitati al settore cerealicolo, ma riguardano anche il settore packaging. Questo denota una speculazione dovuta a un sistema economico messo a dura prova da due anni di restrizioni per contenere il

covid”.

“Sono stati due anni difficili – aggiunge Ferri – in cui è calato il consumo, anche per effetto di una comunicazione che non ha certo invogliato la gente a uscire e consumare. Gestori e ristoratori hanno cercato di aumentare le vendite cercando di tirare sui prezzi, cosa peraltro tutt’altro che facile visto che si fa conti con alti costi di produzione, accise sull’alcol e altre imposte che di solito sulla birra restano elevate”.

Una situazione aggravata anche nelle dinamiche di vendita e distribuzione. “Alcuni distributori – sottolinea il produttore artigianale – non sono stati pagati talvolta regolarmente da titolari e gestori dei vari circuiti della distribuzione, spesso alle prese con difficoltà importanti di fronte alle restrizioni imposte. Per questo motivo, i loro ordini si sono molto ridotti.

Siamo stati doppiamente colpiti e non abbiamo avuto agevolazioni fiscali significative, né altre misure a sostegno dei nostri lavoratori dopo la fine del regime cassa integrazione straordinaria. Viviamo in un momento – ha concluso – in cui è difficile persino prendere un lavoratore in stage. Il governo dovrebbe tutelare meglio le piccole e medie aziende”.

Dal punto di vista delle materie prime, il mastro birraio non fa una scelta esclusiva di prodotti italiani. “Puntare sul 100% ‘made in Italy’ – sottolinea – è estremamente impegnativo dal punto di vista degli investimenti e non rappresenta necessariamente una garanzia di qualità. Volevamo lanciare comunque una linea ‘italiana’, dal miele al luppolo, ma le difficoltà di questi mesi hanno ritardato questo progetto”.