



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

DAGRI

DIPARTIMENTO DI SCIENZE
E TECNOLOGIE AGRARIE,
ALIMENTARI, AMBIENTALI E FORESTALI



PROGETTO CORBI

Firenze, 10 settembre 2026

**Il sistema produttivo brassicolo
artigianale regionale e le tendenze di
mercato nazionali**

Silvio Menghini, Bruno Fabbri, Veronica Alampi Sottini

IL PERCORSO DI QUESTI ULTIMI ANNI



2015
FILIERA REGIONALE
BIRRE ARTIGIANALI



2019
HOPS TUSCANY



2022
QUALIBIRRE



2026
COrBi
Coltivazione
dell'**orzo** biologico
da **birra** nei birrifici
agricoli



2026
LOFT
Luppolo, **Orzo**, Frumento,
Toscana:
la casa della biodiversità
brassicola toscana

IL «DISEGNO» STRATEGICO GENERALE

Favorire produz. sostenibili di qualità

Con Innovazioni tecnologiche e diverse strategie di mercato

Contrastare la marginalità

dei territori e delle filiere più «fragili»

Elevare la competitività delle imprese

Ampliando l'ordinamento produttivo
Verticalizzando il processo di filiera
Elevando la qualità delle «risorse umane»

Favorire lo sviluppo di reti locali

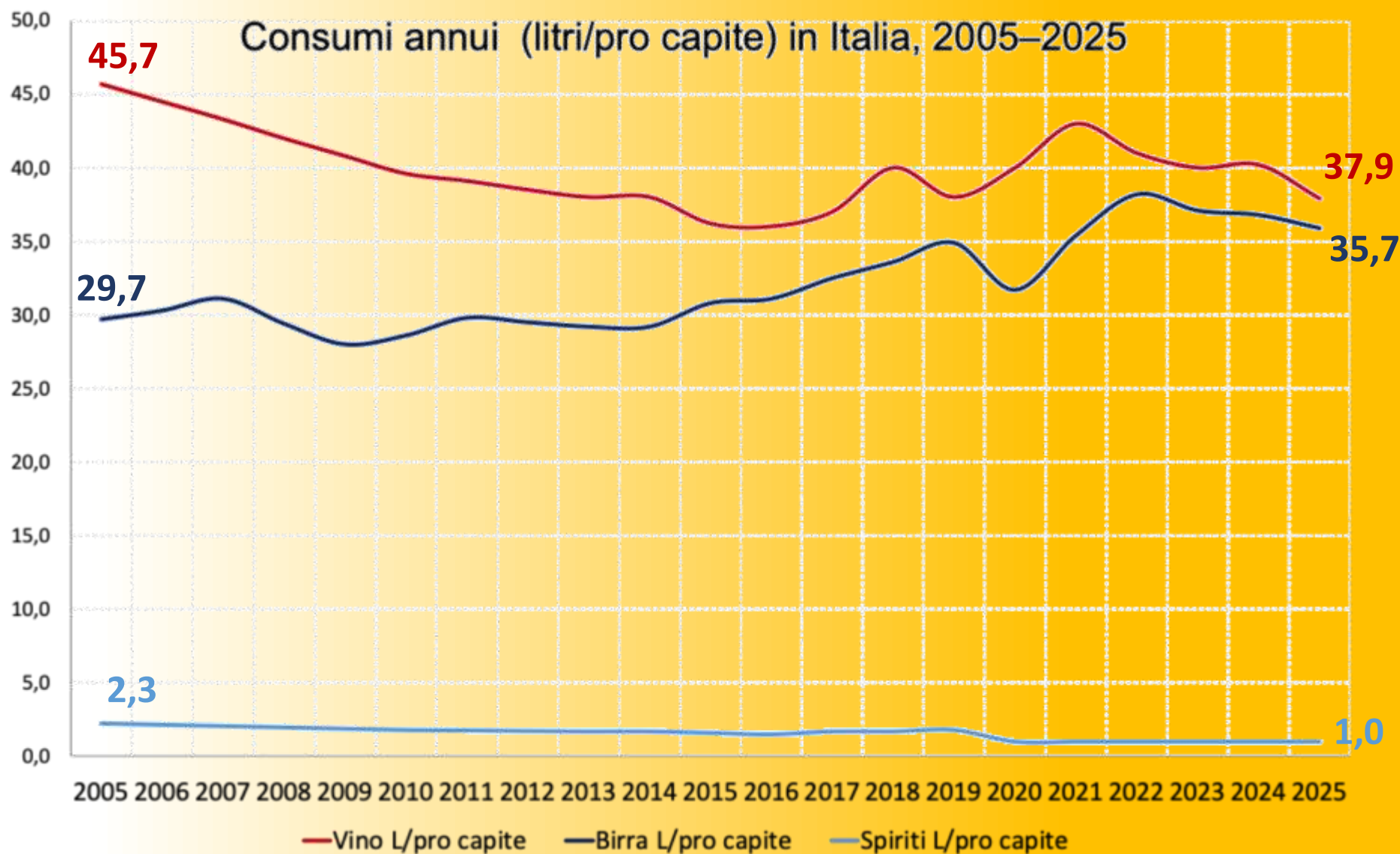
Tra attori diversi :
nella filiere brassicola (imprese non solo agricole)
del sistema economico locale



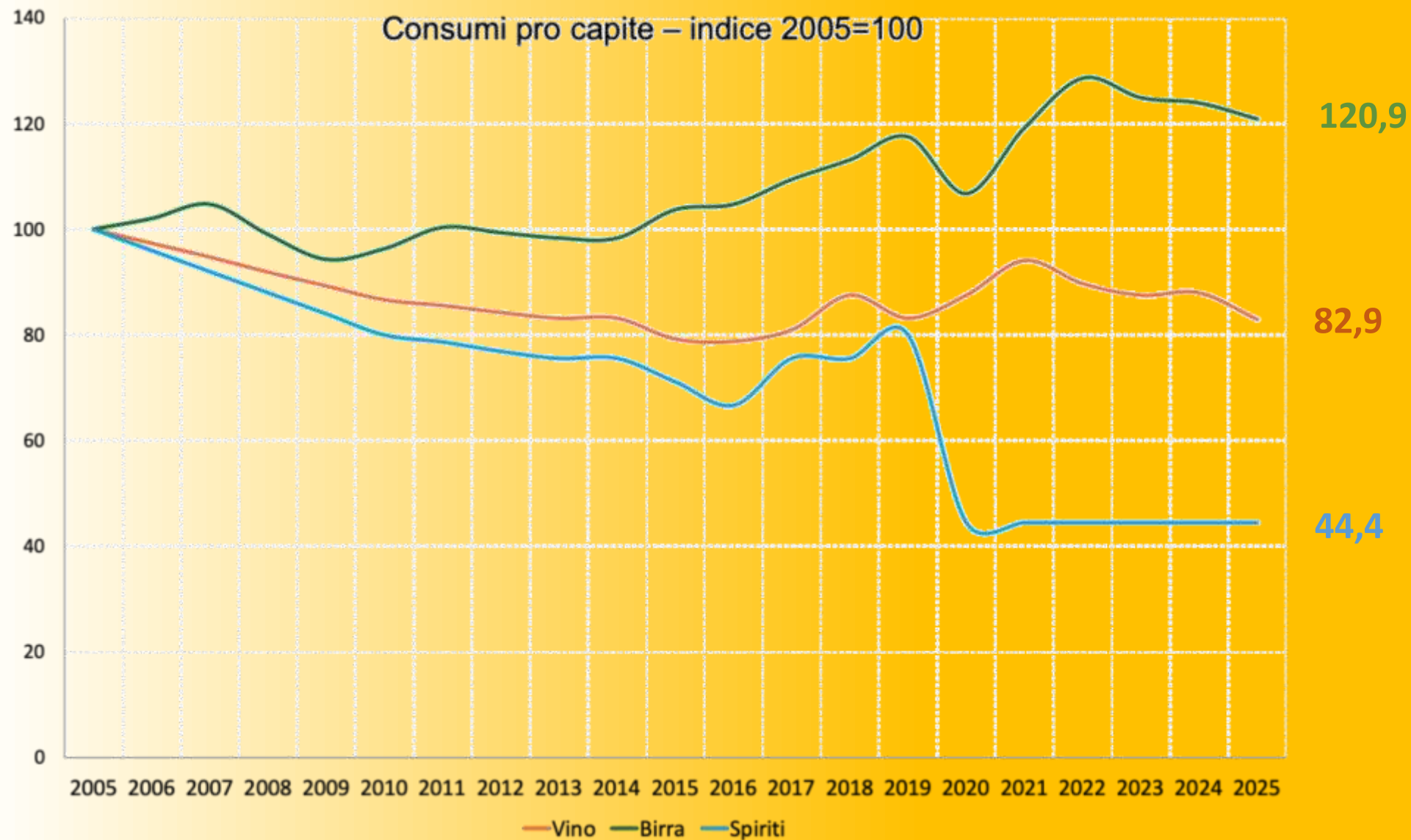
I Consumi

I CONSUMI: ALCUNI DATI

I consumi



I CONSUMI: ALCUNI DATI



I CONSUMI: LE CAUSE DELL'EVOLUZIONE IN CORSO



Modello nordico:

- varie altre forme di alcol (birra e superalcolici)
- in situazioni ricreative
- in modo compulsivo

Modello di consumo

Modello mediterraneo:

- Prevalente consumo del vino durante i pasti
- moderazione

I CONSUMI: LE CAUSE DELL'EVOLUZIONE IN CORSO

Il meccanismo generazionale

Contrazione strutturale dell'alcol. Il calo è guidato dal ricambio generazionale, non dal ciclo economico.

Sostituzione di coorte. A parità di età il consumo giornaliero passa dal 40,3% dei nati nel dopoguerra al 18,8% dei nati fra il 1970 e il 1974.

Dal modello mediterraneo a quello nordeuropeo. Da consumo diluito e a pasto a consumo concentrato e fuori pasto.

La riorganizzazione delle occasioni

Crescita del fuori pasto. Dal 29,6% dei nati 1965-69 al 49,1% dei nati 1985-89, sempre alla stessa età.

Addensamento sul fine settimana. L'infrasettimanale si svuota.

Meno occasioni, più intensità per occasione. 8 milioni di consumatori a rischio e 4,13 milioni di binge drinker, stabili da un decennio.

I CONSUMI: LE CAUSE DELL'EVOLUZIONE IN CORSO

Sostituzione fra categorie

La birra assorbe la quota persa dal vino.

Mixology e cultura del cocktail. Il valore si sposta su spirits e aperitivi, con meno volume e più valore per servizio.

Ready-to-drink e premiscelati. Il segmento più dinamico degli spirits, con logiche da largo consumo più che da bar.

Premiumizzazione. Bere meno ma meglio: la serie a volumi e quella a valori si disaccoppiano.

No/low alcohol da nicchia a segmento strutturale. Birra analcolica dal 2,1% al 3,9% di quota fra 2024 e 2025; vini dealcolati da 8 a 55 milioni di euro fra 2021 e 2024.

Fattori trasversali

Salutismo e neo-regolazione. Classificazione IARC, dibattito europeo sulle etichette, Codice della strada 2024.

Nuovi concorrenti della categoria. Bevande funzionali, energy drink e hard seltzer. Cocktail non alcolici (mocktail)



Il settore in cifre

IL COMPARTO BIRRA ITALIANO IN EUROPA (2023)



per numero di birrifici

per volume di produzione



per consumi totali

per consumi procapite

CONSISTENZA ATTUALE
2025

Imprese e addetti (Italia 2025)



1.318
Imprese



10.980
Addetti (diretti)

Imprese per classi d'ampiezza (Italia 2025)

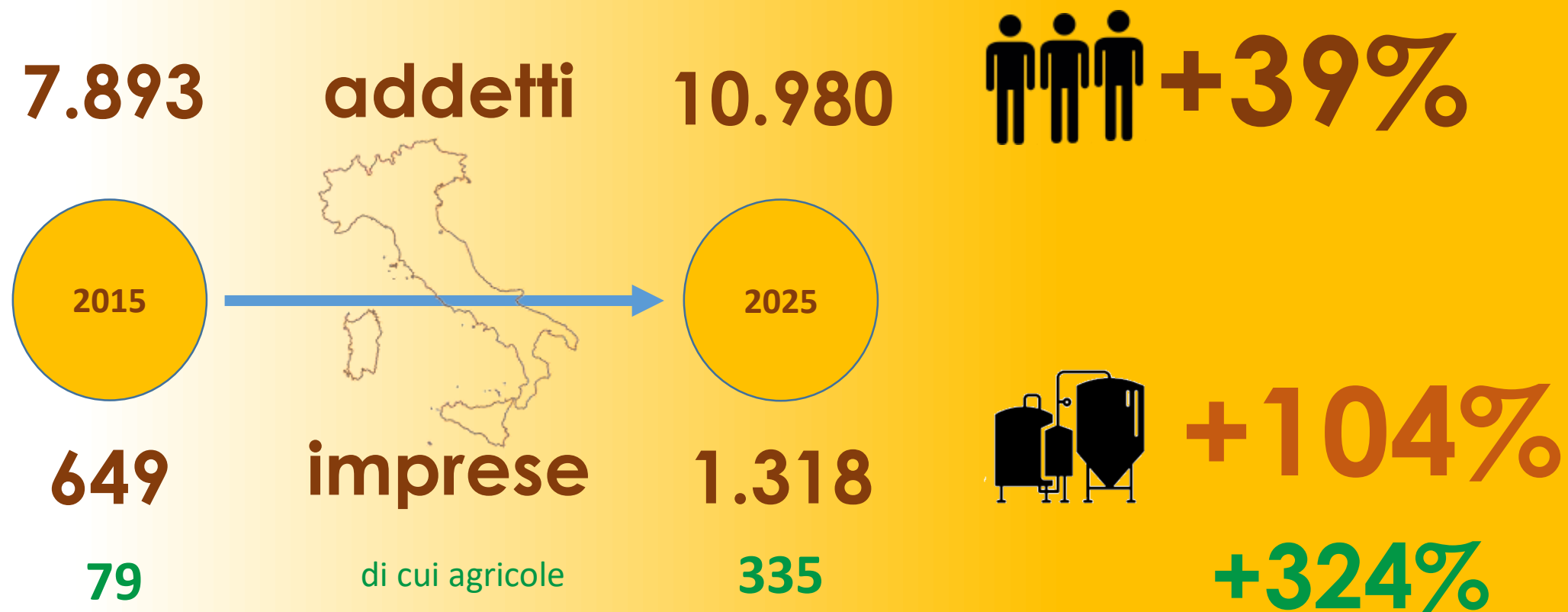
	n.imp.	n.add.	% imp.	% add.
imprese individuali	648	648	49%	5,9%
Piccoli (2-5 addetti)	399	1.178	30%	10,7%
Medio-piccoli (6-10)	110	793	8%	7,2%
Medio-grandi (11-50)	137	2.469	10%	22,5%
Grandi (> 50)	24	5.892	2%	53,7%
	1.318	10.980	100%	100,0%



Dualismo
strutturale

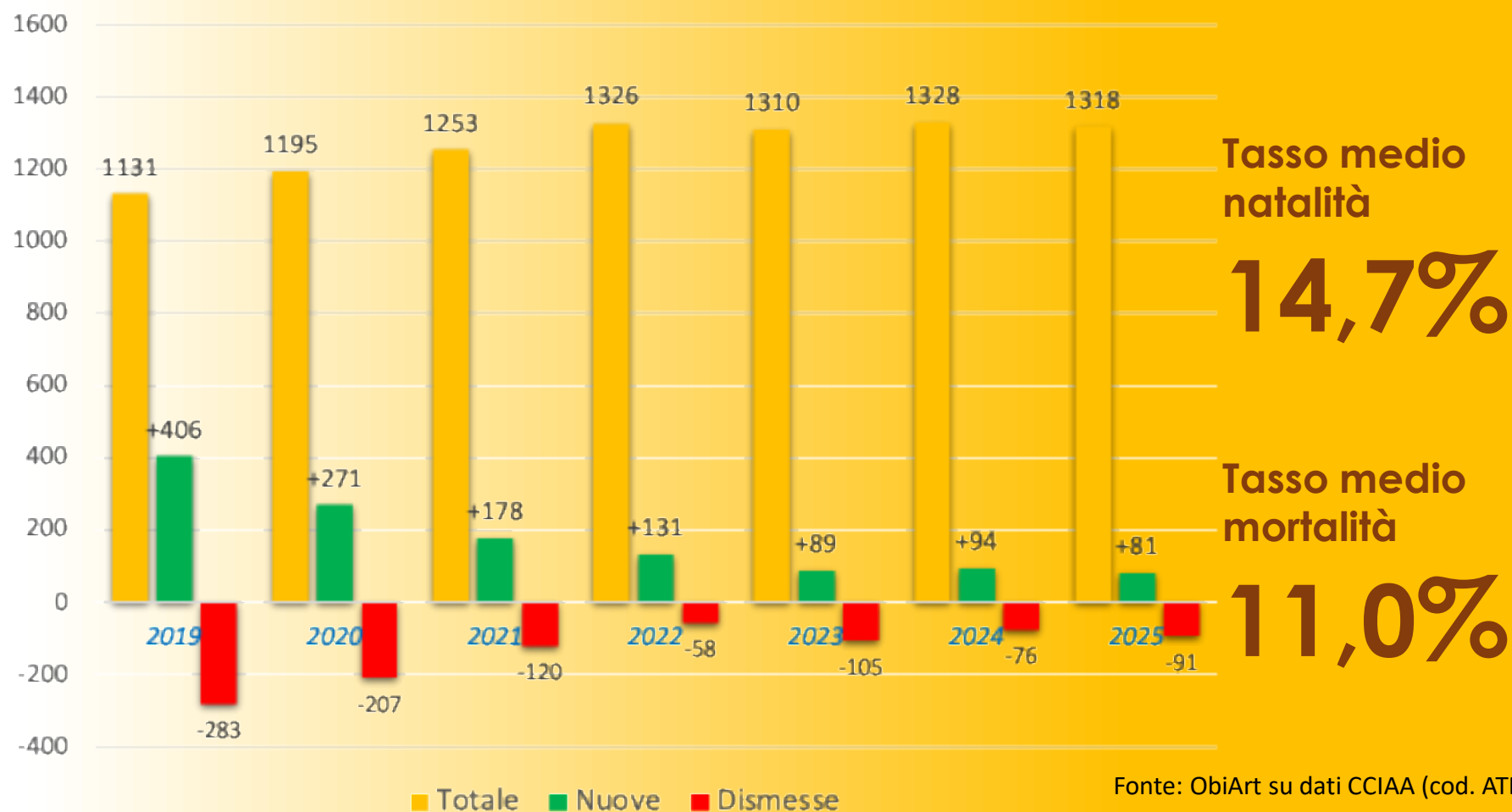


TENDENZE EVOLUTIVE 2015 - 2025

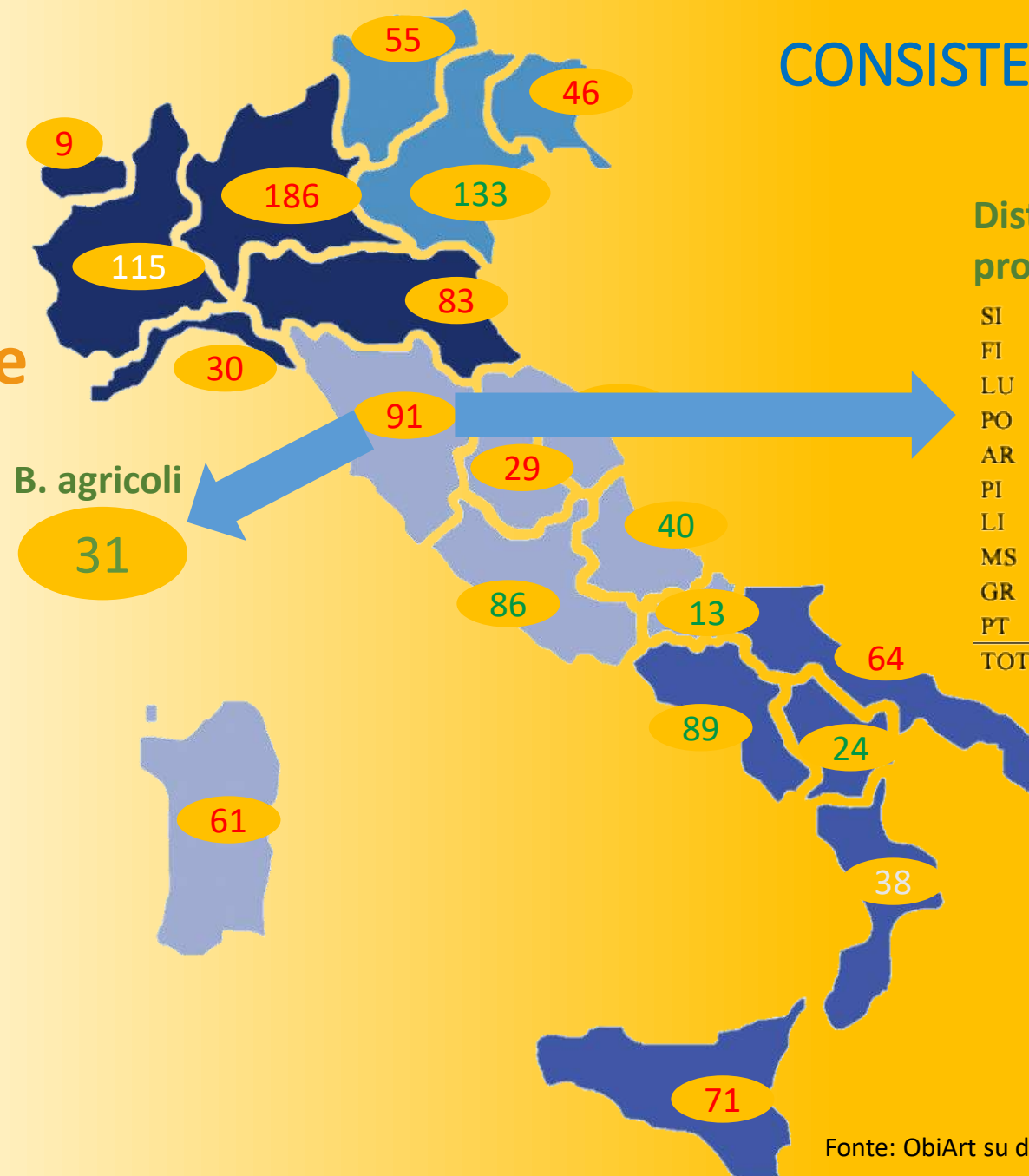


TENDENZE EVOLUTIVE

Variazioni n.ro imprese (Italia 2019 -2025)



Distribuzione delle imprese per regioni

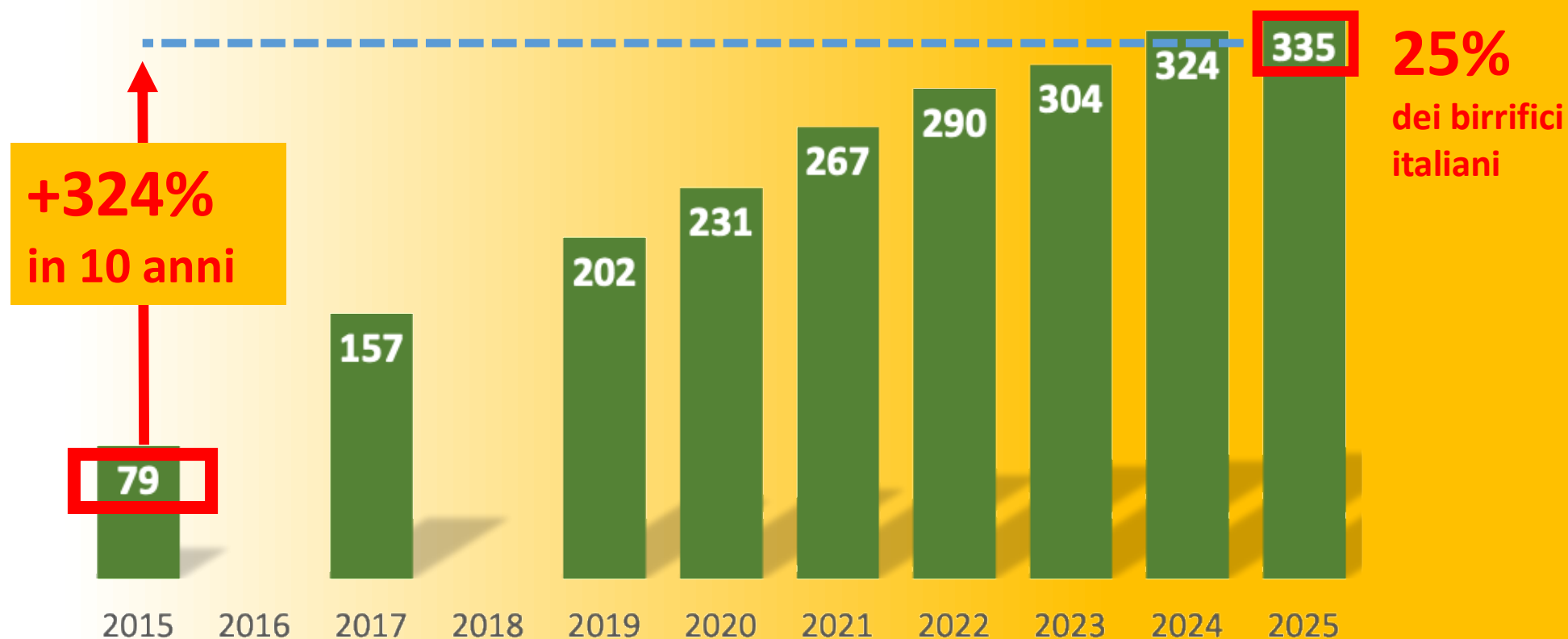


CONSISTENZA ATTUALE 2025

Distribuzione provinciale (Toscana)

SI	16	17,6%
FI	15	16,5%
LU	10	11,0%
PO	10	11,0%
AR	9	9,9%
PI	9	9,9%
LI	8	8,8%
MS	6	6,6%
GR	5	5,5%
PT	3	3,3%
TOTALE	91	100,0%

BIRRIFICI AGRICOLI IN ITALIA 2015 - 2025





Le strategie

Due opportunità/strategie

**Differenziare
il prodotto**



**Diversificare
le attività aziendali**



Differenziare il prodotto



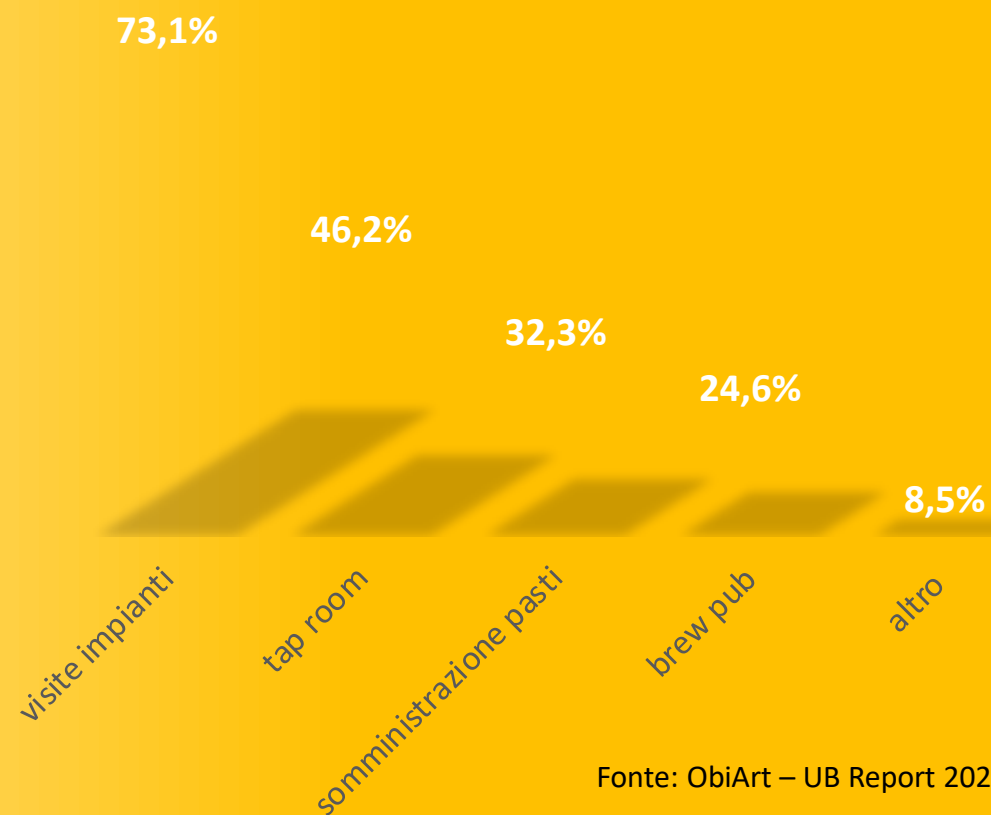
Diversificare le attività aziendali

Dalla vendita del prodotto



All'offerta di una esperienza

(Agri)Turismo brassicolo



Fonte: ObiArt – UB Report 2023



Diversificare le attività aziendali

Il (quasi) esempio dell'enoturismo

Tante possibili analogie ma due fondamentali punti distintivi:



Diversa evidenza paesaggistica



Abbinamenti cibo-prodotto
spesso dominati dal vino



Come alimentare queste strategie?

- 1) Filiere locali
- 2) Crescita professionale
- 3) Ricambio generazionale
- 4) ... (ricerca, innovazioni, educazione del consumatore, ecc.)





UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
FIRENZE

DAGRI

DIPARTIMENTO DI SCIENZE
E TECNOLOGIE AGRARIE,
ALIMENTARI, AMBIENTALI E FORESTALI



BI Osservatorio
rrre
Art igitazionali
Filiere&Mercati

Grazie

silvio.menghini@unifi.it