

CASO BIRRIFICIO ANGELO PORETTI (Federico Visconti e Antonio Palmieri)

Maggio 2017. Il dott. Alberto Frausin, Amministratore Delegato di Carlsberg Italia, guidava in direzione Milano ascoltando musica jazz. Era soddisfatto dei risultati conseguiti dalla sua azienda negli ultimi anni, ma era conscio di dover affrontare nuove sfide. Occorreva riflettere ed elaborare il Piano Strategico 2018-2020 da sottoporre al vaglio del Consiglio di Amministrazione.

1. La situazione del settore

Alla fine del 2016, i consumi di birra in Italia si sono attestati intorno ai 18,9 milioni di hl, con un consumo pro-capite di 31,1 litri/anno, valore picco nella storia dell'industria birraia nazionale (allegato1). La domanda è stata soddisfatta sia dalla produzione degli stabilimenti presenti sul territorio nazionale che dalle importazioni di birra che hanno toccato circa 6,9 milioni di hl. L'Italia, assieme a Regno Unito e Francia, è fra i principali Paesi Europei in termini di volumi importati, specie dalla vicina Germania. I più importanti birrifici tedeschi si sono mostrati molto attivi nell'esportazione verso il mercato italiano. Da segnalare, anche, una tendenza alla crescita dei volumi esportati dall'industria italiana negli ultimi anni, arrivando a registrare un valore massimo di 2,6 milioni di hl nel 2016. Nonostante il trend positivo degli ultimi anni, i consumi di birra nel nostro Paese restano ben al di sotto della media europea (consumo pro-capite medio pari a 70 litri).

La segmentazione di mercato può essere realizzata in funzione delle tipologie di birre. Si possono distinguere i seguenti segmenti:

- Birre Standard
- Birre Sofisticate
- Birre Craft e Specialità
- Birre Saving
- Birre Randler e Aromatizzate
- Birre Analcoliche e Light

Le birre *standard* sono caratterizzate da una qualità buona, ma senza particolari caratteri distintivi e con un prezzo medio o medio-basso. Appartengono alla famiglia delle Lager chiare. Le main stream nazionali (es. Moretti, Peroni, ec.) rientrano in questa categoria. Nel segmento birre *sofisticate* rientrano le Lager chiare "premium" in termini di qualità del prodotto, sia per quanto riguarda gli aspetti organolettici, sia per una elevata cura nel packaging con confezioni più ricercate ed un'immagine fortemente distintiva. Per esempio rientrano in questa categoria birre come Beck's, Tuborg, Carlsberg, Heineken, Menabrea, ecc. Il segmento *craft e specialità* ingloba sia le birre artigianali che le birre specialità (es. Corona, Weiss). Tali birre sono considerate di pregio e riescono a sostenere il prezzo più alto di mercato in linea con l'elevata qualità del prodotto. Rientrano in questa categoria prodotti che sono elaborati sapientemente dai mastri birrai, utilizzando procedimenti fuori dai canoni tradizionali, ma rispettando comunque i parametri definiti dalla legge italiana in termini di gradi saccarometrici e gradi alcol sul volume. Il segmento *saving* si

caratterizza per fasce di prezzo basse a fronte di una qualità essenziale, vengono vendute nei discount o nei supermercati (primo prezzo) e identificate con marchi anonimi e senza storia e packaging indifferente per il cliente. Rientrano in questo segmento anche le birre private label. Il segmento *randler e aromatizzate* raggruppa due diverse tipologie di birre: la *randler*, ovvero un cocktail di birra e bibita analcolica, e la birra aromatizzata in base a determinati ingredienti (es. birre aromatizzate alla frutta). Le birre *analcoliche e light* sono quei prodotti più leggeri, caratterizzati da bassi valori di gradazione saccarometrica e alcolica. Nel corso degli ultimi anni i diversi segmenti hanno ottenuto performance di vendita differenti (allegato 2).

In Italia il settore si caratterizza per la presenza di tre principali attori:

- *Le imprese birraie con produzione industriale e stabilimenti produttivi localizzati sul territorio italiano:* Heineken Italia, Birra Peroni, Birra Castello, Carlsberg Italia, Forst, Menabrea, Teheresianer, Drive Beer e Semedorato;
- *Le unità di produzione artigianale, quali microbirrifici e brewpub* (circa mille unità in Italia);
- *I distributori*, che possono essere costituiti da filiali commerciali, attive in Italia, parti di Gruppi Internazionali (es. AB InBev Italia, Ceres Italia, Bavaria Italia, ecc.), o organizzazioni distributive Specializzate (es. Interbrau, Biscaldi Import, Eurosaga, ecc.). Le birre importate vengono distribuite anche dalle imprese birraie di cui sopra attraverso specifici accordi di partnership commerciale.

L'allegato 3 identifica i principali player del settore e i relativi marchi controllati. In termini di quote di mercato in Italia, circa il 30% a valore è in mano ad Heineken Italia, seguita da Birra Peroni (circa 18%), AB InBev Italia (circa 12%) e Carlsberg Italia (circa 8%).

2. Un player del settore: il Birrificio Angelo Poretti

2.1 La storia

Dopo aver trascorso del tempo in Austria, Boemia e Baviera ed essersi confrontato con i migliori mastri birrai del tempo, Angelo Poretti tornò in Italia per fondare il suo birrificio a Induno Olona, in Valganna, nel 1877. Il territorio scelto presentava un punto di forza: fonti di acqua purissima, ingrediente indispensabile per realizzare una birra di qualità. Solo quattro anni più tardi, nel 1881, Angelo Poretti ottenne il suo primo grande successo: infatti fu chiamato a partecipare all'Esposizione Nazionale di Milano. Qualche anno più tardi, nei primi anni del '900, venne realizzato l'ampliamento del birrificio in base al progetto dello Studio di Architettura Bihl e Woltz di Stoccarda, esperto nella progettazione di edifici industriali. Il progetto diede vita ad un'architettura in stile Jugendstil: la versione industriale del Liberty fiorentino. Tale stile è stato preservato nel tempo e l'edificio attuale presenta mascheroni, grottesche, medaglioni con frange e gocce, lesene giganti e conchiglie tutti ispirati al naturalismo e al classicismo dell'epoca. Elementi decorativi di stile si

alternano a festoni di fiori di luppoli e tini di ferro battuto che ricordano la funzionalità dell'edificio. Così come i tipici colori giallo e grigio che richiamano la birra. Stilemi del periodo Liberty sono ancora ben visibili nell'attuale sala di cottura. Realizzata nel 1908, preserva le stesse caratteristiche estetiche di allora ed è ancora il cuore pulsante dei processi produttivi. Nel 2002 il Birrificio Poretti è entrato a far parte del Gruppo Carlsberg, che ha investito per ammodernare l'impianto e renderlo tecnologicamente all'avanguardia, ma lasciandone immutato lo stile. Oggi è possibile apprezzare l'unicità dell'edificio dal vivo. Infatti, vi è la possibilità di prenotare una visita guidata che inizia dalla Sala Cottura del Birrificio e prosegue all'interno di Villa Magnani, la splendida dimora liberty costruita nel 1905 e utilizzata dalla famiglia Poretti. La visita termina con la sosta nel negozio del Birrificio, dove è possibile acquistare l'intero assortimento dei prodotti del Birrificio Poretti.

2.2 Il Birrificio Angelo Poretti, la svolta

Nel gennaio 2007 Carlsberg Italia versava in una situazione difficile: i risultati economico-finanziari erano molto negativi, come testimoniava il bilancio 2006 con EBITDA negativo pari a 12 milioni di euro e una perdita di esercizio di circa 50 milioni di euro. La proprietà, pertanto, decise di avvicendare l'amministratore delegato. Fu chiamato alla guida dell'azienda il dott. Alberto Frausin, il quale era consapevole della sfida ardua ma, al tempo stesso, aveva accettato l'incarico con entusiasmo, sostenuto dalla sua convinzione: *“Posso accettare di fallire, chiunque fallisce in qualcosa. Ma non posso accettare di non tentare”*. Pur riconoscendo la situazione difficile, Frausin era convinto che 130 anni di storia rappresentavano un patrimonio di valore assieme ai prodotti e alle persone dell'azienda. Tuttavia era necessario un cambiamento. La sua fortuna fu rappresentata dal fatto che non conosceva il prodotto birra¹. Non appena si insediò in azienda, decise di approfondire lo studio del prodotto e dei suoi ingredienti. Come spesso accade alle persone riflessive, la notte portò consiglio. Infatti, durante la notte, dopo un'intensa giornata lavorativa, Frausin ebbe l'intuizione giusta e comprese che un ingrediente fondamentale della birra non era il luppolo, ma i luppoli. Questa intuizione, associata alla visione di voler creare un prodotto curato, con ingredienti di qualità e realizzato attraverso un processo industrializzato, diede inizio al nuovo percorso intrapreso con successo dal birrificio Poretti.

2.3 Il Birrificio Angelo Poretti, oggi

2.3.1. Il brand Birrificio Angelo Poretti

¹ Il Dott. Frausin, dopo la laurea in Economia e Commercio presso l'Università Bocconi, ha maturato significative esperienze in aziende del largo consumo sia in Italia che all'esterno (es. Kraft, Johnson, Ferrero) in diverse posizioni organizzative. La sua ultima esperienza prima di assumere l'incarico in Carlsberg Italia è stata quella di amministratore delegato di Galbani – Gruppo Lactalis.

Il Gruppo Carlsberg, con headquarter in Danimarca, opera in Italia attraverso la Carlsberg Italia, la quale detiene sei brand fra cui il Birrificio Angelo Poretti (allegato 4). Le birre Poretti vengono

prodotte unicamente in Italia nello stabilimento di Induno Olona. Negli ultimi anni vi è stata una significativa crescita del Birrificio Angelo Poretti (allegato 5), raggiungendo volumi di vendita pari a circa 700.000 hl, quintuplicando il valore rispetto al 2013, e aumentando progressivamente la brand awareness nel corso degli anni sino a raggiungere un valore significativo. Secondo l'indagine campionaria del 2016, il 75% dei consumatori appartenenti al target group ha ricordato il brand (nel 2009 la percentuale, invece, era prossima allo zero). Il Birrificio Angelo Poretti viene percepito come un brand che mostra le caratteristiche di una birra craft. Questa percezione è in linea con il posizionamento di marca desiderato dal management, ovvero di essere considerata la più industriale delle birre artigianali.

La crescita del Birrificio Angelo Poretti ha impattato molto positivamente sui risultati complessivi di Carlsberg Italia (allegato 6), distinguendosi rispetto agli altri brand che, comunque, non hanno registrato una crescita nei volumi di vendita. I risultati del Birrificio Poretti sono la conseguenza di determinate scelte strategiche relative alla qualità di prodotto e innovazione, all'ampiezza di gamma, al posizionamento di marca e alla politica di comunicazione esterna.

2.3.2 *Qualità, innovazione e sostenibilità*

Le birre Poretti sono prodotti di elevata qualità. Nel processo produttivo, infatti, si fa ricorso al metodo di filtrazione tangenziale che non prevede l'utilizzo della farina fossile per eliminare i residui di lievito. La farina fossile, oltre a rappresentare un residuo inquinante, non garantisce un livello alto di qualità del prodotto. Inoltre l'azienda può contare sulle conoscenze e competenze di uno dei migliori mastri birrai in circolazione, Fabio Mazzocchi, in grado di selezionare e combinare sapientemente le diverse tipologie di luppoli e di altri ingredienti di qualità (malto d'orzo, lievito, acqua, ecc.) per ottenere un prodotto di qualità, dal colore e gusto desiderato. E' proprio il luppolo a donare alla birra il tipico sapore amaro e a definire le sfumature dei suoi aromi, oltre a preservare la qualità della birra grazie alle sue proprietà antibatteriche. In natura esistono tante varietà di luppoli (circa 350) che si differenziano per forma, colore, dimensione ed aroma a seconda del luogo di origine. Nell'allegato 7 sono elencate le principali varietà utilizzate dal Birrificio Angelo Poretti. Tali varietà vengono sapientemente combinate dai mastri birrai per creare le diverse birre Poretti (allegato 8), che rientrano nei segmenti Birre Standard (Poretti 3 Luppoli), Birre Sofisticato (Poretti 4 Luppoli), Birre Specialità (Poretti 5 e 6 Luppoli), Birre Craft (dalla Poretti 7 Luppoli alla Poretti 10 Luppoli). Le diverse tipologie di birre sono state lanciate nel mercato a partire dal 2008 con una determinata sequenza temporale partendo dalla Poretti 3 Luppoli. Nel corso del tempo, pertanto, la composizione dei ricavi aziendali è stata influenzata dalla presenza sul mercato delle diverse tipologie di birre. In particolare si è registrato nel corso del tempo un minor peso della Birre Standard (Poretti 3 Luppoli) sul totale dei ricavi aziendali (allegato 9). Le birre a maggior margine di contribuzione sono le Craft e Specialità.

La qualità del prodotto è anche garantita dall'efficace attività di testing, svolta dal laboratorio interno sotto la responsabilità di Flavio Boerio, uno dei maggiori esperti al mondo in tema di difetti del prodotto birra. Il Birrificio Poretti tutela i propri prodotti con i brevetti, l'innovazione è frutto di

un processo che vede coinvolte non solo il personale interno ma anche partner esterni. Ad esempio è stata avviata una collaborazione con lo chef stellato Davide Oldani per realizzare alcuni prodotti craft.

Per quanto riguarda la birra alla spina, l'azienda ha messo a punto nel 2011 una tecnologia innovativa, la DraughtMaster, che consente la spillatura della birra senza il ricorso alla CO₂, utilizzando fusti in Pet riciclabile (anziché in acciaio) che subiscono un processo di compressione. Tale tecnologia ha consentito di ottenere diversi vantaggi. In primo luogo, l'assenza di anidride carbonica nel processo di spillatura permette di ottenere una migliore *qualità del prodotto*. In secondo luogo, la *freschezza* del prodotto rimane inalterata fino a un mese dall'apertura, rispetto ai 5 giorni del fusto tradizionale in acciaio. Inoltre il Pet permette un grosso risparmio sul peso del fusto con benefici in termini di movimentazione, oltre ad essere riciclabile (sostenibilità ambientale). Il fusto in Pet viene smaltito facilmente come prodotto in plastica e, pertanto, non deve essere restituito.

2.3.3 I clienti finali

La birra Poretti viene venduta in bottiglia e alla spina. I consumatori target sono rappresentati da adulti di 28-35 anni, di reddito medio-alto, che vivono in grandi centri urbani, interessanti al buon cibo e al buon bere e che amano essere informati e sono disposti a condividere le esperienze relative al cibo. Inoltre, i consumatori target sono persone che amano viaggiare, non solo lunghi viaggi, ma anche durante il weekend, le piccole scoperte, come ad esempio scoprire un nuovo prodotto o un nuovo sapore. Vi sono due canali di vendita: On Trade, coincidente con l'Ho.re.ca e i RistoPub, e Off Trade, ovvero la vendita al dettaglio attraverso la GDO.

2.3.4 La concorrenza

La competizione si realizza nell'ambito dei singoli segmenti del settore, caratterizzati da differenti valori di pricing e di qualità di prodotto (Allegato 10). La competizione nel segmento "Birre Standard" è incentrata principalmente sul fattore prezzo e richiede ai player, quindi, la capacità di contenere i costi aziendali. In tale segmento gli attori che prevalgono sono Heineken Italia e Birrificio Peroni che, grazie ai più elevati volumi di vendita, riescono ad ottenere maggiore efficienza sia in produzione che in logistica distributiva. Invece, nel segmento "Craft e Sofisticato" la competizione si basa principalmente sulla qualità del prodotto. In tale segmento il Birrificio Poretti è in una posizione di vantaggio rispetto ai microbirrifici poiché a parità di qualità riesce a conseguire una riduzione dei costi aziendali, grazie ad un processo produttivo industrializzato. Una variabile da governare per tutti i player del settore è rappresentata dal rapporto con la GDO. Quest'ultima infatti rappresenta il canale principale di vendita della birra in bottiglia, con una crescita negli ultimi anni delle vendite sia a valore che a volume. La GDO tende ancora a preferire le birre standard dei brand classici, anche se sta iniziando a credere nei prodotti di maggiore qualità riservando loro un maggior spazio a scaffale. In Italia, la birra in bottiglia ha storicamente detenuto una maggiore quota di mercato rispetto alla

birra alla spina, considerando il totale dei consumi di birra. Tuttavia, la differenza si è drasticamente ridotta negli ultimi anni, sino ad annullarsi nell'ultimo anno.

2.3.5 La politica di comunicazione esterna

Per quanto riguarda la politica di comunicazione esterna, il Birrificio Angelo Poretti ha puntato a comunicare soprattutto attraverso l'assaggio e il racconto del prodotto. In tal senso sono da segnalare due diverse iniziative: la presenza all'Expo 2015, un investimento significativo che ha permesso di far assaggiare la birra ad una moltitudine di persone, e l'apertura dello stabilimento di produzione al pubblico.

ALLEGATI

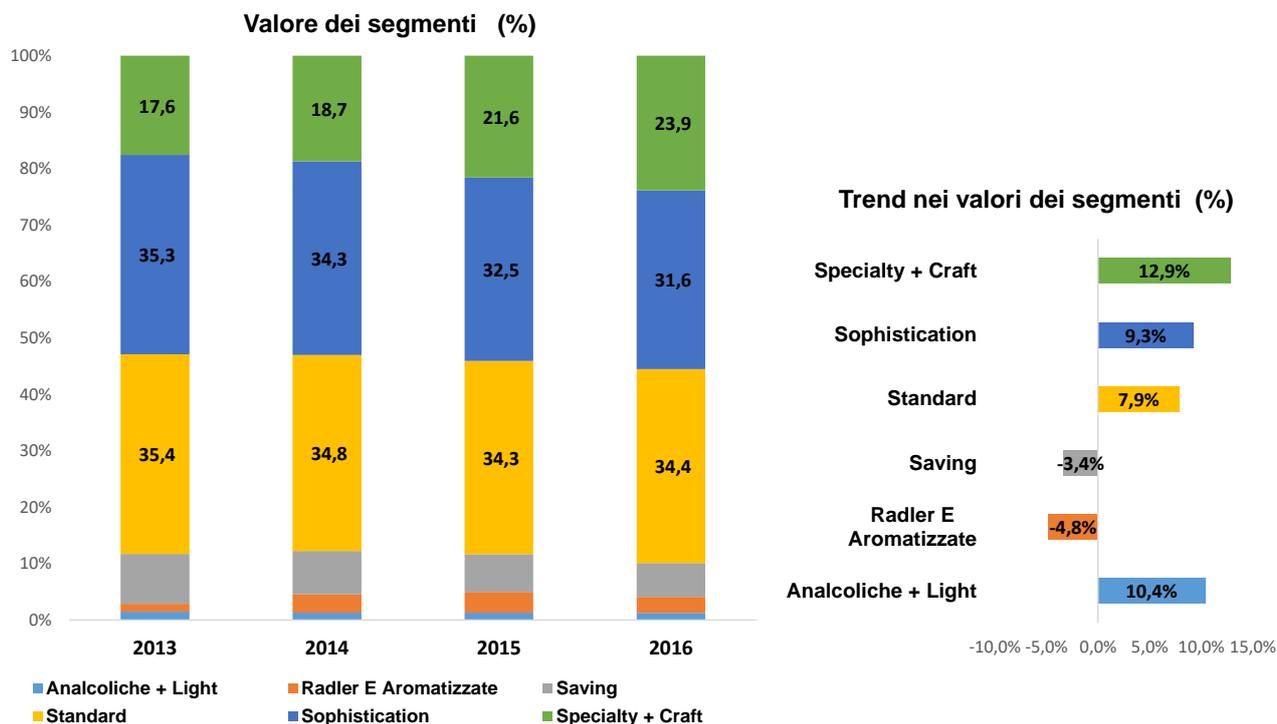
Allegato 1 – Produzione e consumi della birra in Italia

Anno	Produzione (.000 hl)	Importazioni (.000 hl)	Esportazioni (.000 hl)	Consumi (.000 hl)	Consumi pro-capite (litri/anno)
2000	12.575	4.142	428	16.289	28,1
2001	12.782	4.414	502	16.694	28,9
2002	12.592	4.437	689	16.340	28,2
2003	13.673	4.664	884	17.453	30,0
2004	13.170	4.873	849	17.194	29,6
2005	12.798	5.258	716	17.340	29,9
2006	12.818	5.814	781	17.851	30,3
2007	13.462	6.119	1.068	18.513	31,1
2008	13.273	5.996	1.503	17.766	29,4
2009	12.776	5.822	1.743	16.855	28,0
2010	12.814	6.304	1.869	17.249	28,6
2011	13.410	6.391	2.086	17.715	29,8
2012	13.312	6.155	1.990	17.477	29,3
2013	13.256	6.175	1.927	17.504	29,2
2014	13.521	6.203	1.995	17.729	29,2
2015	14.015	6.987	2.286	18.726	30,8

2016	14.515	6.939	2.581	18.873	31,1
------	--------	-------	-------	--------	------

Fonte: Ns. Elaborazione su dati AssoBirra

Allegato 2 – Performance di vendita con riferimento al canale Off Trade (iper, super, LSP)



Fonte: Istituto di Ricerca IRI

Allegato 3 – I principali player del settore

HEINEKEN ITALIA (Gruppo Heineken - Olanda)	Heineken, Amstel, Birra Moretti vari tipi, Dreher vari tipi, Ichnusa vari tipi, Messina, Von Wunster, Prinz, San Souci, Mc Farland, Murphys, Fischer ...
BIRRA PERONI (SABMiller, in prospettiva Asahi Japan)	Peroni, Peroncino, Peroni Gran Riserva, Peroni Forte, Peroni 3,5, Peroni Chill, Nastro Azzurro, Pilsner Urquel, Wührer, Raffo, Tourtel, Itala Pilsen, Asahi ...
AB InBev ITALIA (gruppo AB-InBev - Belgio)	Beck's, Franziskaner, Spaten, Loewenbrau, Hoergarden, Jupiler, Leffe, Stella Artois, Brahma, Corona Extra, Bass, Tennents super, Bud, ...
BIRRA CASTELLO (soci di Beverage Network - Italia)	Alpen varie tipologie, Birra Castello varie tipologie, Birra Dolomiti varie tipologie, Pedavena varie tipologie, Superior, Pedavena senza glutine, private label
CARLSBERG ITALIA (gruppo Carlsberg - Danimarca)	Birrificio Angelo Poretti Luppoli varie tipi, Angelo Le Riserve del birrificio vari tipi, Carlsberg, Carlsberg Elephant, Tuborg, Kronenbourg, ...
FORST (Famiglia Fuchs - Italia)	Forst 1857, Heller Bock, Kronen, Luxus Lighy, Premium, VIP Pils, Sixtus, Felsenkeller, Christmas, ...
CERES (gruppo Royal Unibrew - Danimarca)	Ceres varie tipologie, comprese le nuove Ceres Norden, Faxe varie tipologie
BAVARIA ITALIA (gruppo Bavaria Holland - Olanda)	Bavaria Premium, Bavaria 0,0%, Bavaria Radler, Bavaria 8,6 varie tipologie
MENABREA (Forst - Italia)	Menabrea la 150° vari tipi, Menabrea Top Restaurant vari tipi, Menabrea DM Rossa, Menabrea Weiss, Christmas, Palmbrau, ...
TEHERSIANER (Hausbrandt - Italia)	Thersianer varie tipologie

Fonte: Report Beverfood



Tuborg



Carlsberg



Birrificio Angelo Poretti



**Kronenbourg
1664**



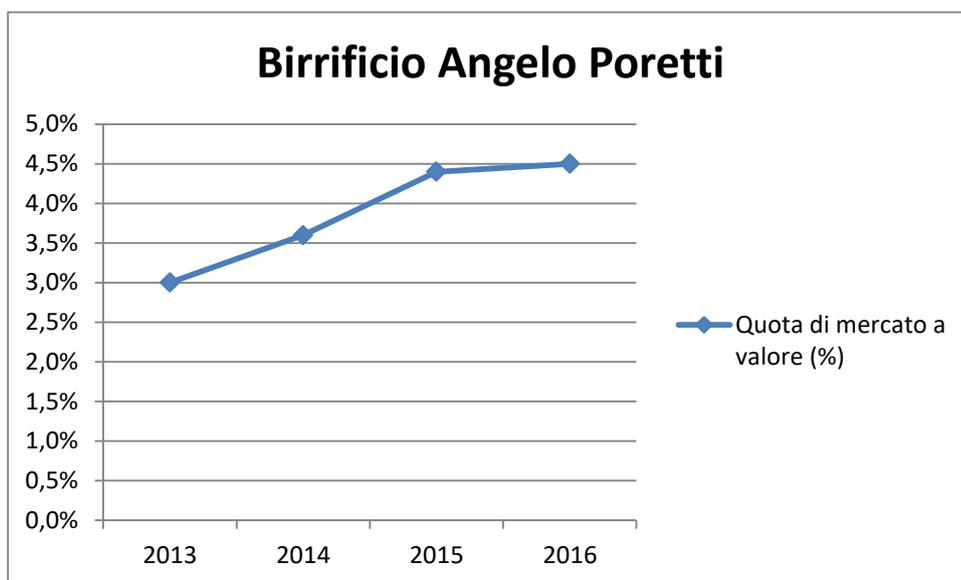
Grimbergen



Brooklyn Brewery

Fonte: Report Carlsberg Italia

Allegato 5 – La crescita del Birrificio Angelo Poretti



Fonte: Ns. Elaborazione su dati aziendali

Allegato 6 – Dati economico-finanziari di Carlsberg Italia

Dati in migliaia di euro	Carlsberg Italia - non consolidato		
	2016	2015	2014
Ricavi	126.149	123.152	119.390
EBITDA	7.668	1.538	2.882
EBIT	881	-8.185	-6.759
Risultato netto	463	-7.604	-10.698
Totale attività	81.396	78.082	91.524
Patrimonio netto	21.735	21.272	28.876

Allegato 7 – Le varietà di luppoli utilizzate dal Birrificio Angelo Poretti

Varietà	Caratteristiche
CASCADE	varietà di origine americana, dall'aroma leggermente speziato e con note agrumate.
COLUMBUS	varietà americana normalmente utilizzata come luppolo da amaro e in grado di fornire leggeri caratteri speziati
EAST KENT GOLDING	classico inglese, fornisce aromi delicati di miele, limone e timo.
GOLDING	la sua patria è l'Inghilterra. E' infatti il luppolo tipico di tutte le birre che appartengono alla tradizione inglese dall'aroma speziato e floreale.
MOUNTHOOD	coltivato in Oregon, presenta un amaro medio/basso e un aroma speziato e floreale.
SAAZ	il luppolo "dall'aroma nobile". La sua terra d'origine è la Repubblica Ceca e il suo aroma delicato racconta una lunga tradizione. Proprio come la qualità delle nostre birre.
SORACHI ACE	originario del Giappone, il suo aroma ricorda i profumi dell'incenso e della citronella. Due essenze che donano note di gusto uniche alla nostra birra
STRISSELSPALT	coltivato in Alsazia, varietà famosa come aromatizzante. Prevalde l'aroma agrumato e speziato.
STYRIAN GOLDING	dalla tradizione slovena, un luppolo di fama mondiale. Il suo aroma leggermente speziato conferisce alla birra un delicato tocco amaro
ZEUS	estremamente ricco di resine amare, è una delle varietà americane maggiormente impiegate

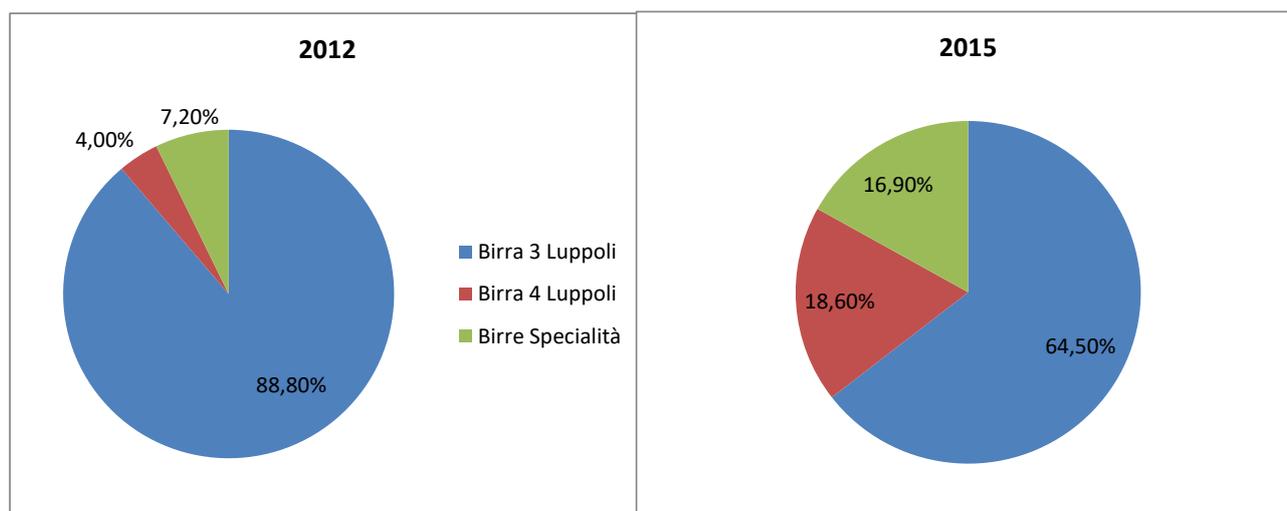
Fonte: Sito internet Carlsberg Italia

Allegato 8 – La gamma delle birre Poretti

				
<p>LE ORIGINALI</p>	<p>LE STAGIONALI</p>	<p>LE ARMONIE DI GUSTO</p>	<p>LE OLTRE CONFINE</p>	<p>LE BOLLICINE</p>
<p>Taste that is considered traditional and familiar to the Italian consumer</p>	<p>A different taste but presented in a familiar way (product seasonality)</p>	<p>A different taste but presented in a familiar way (food pairing)</p>	<p>New, surprising tastes inspired by other countries' brewing traditions</p>	<p>New, innovative tastes inspired by the wine world</p>
<p>Original beers and recipes with whom our brewery's history started</p>	<p>Specialty beers created to best accompany each season</p>	<p>Specialty beers created to best accompany dishes that share the same flavours & aromas (pairings based on harmonios)</p>	<p>Specialty beers, emphasis on the beer style and the country that inspired it</p>	<p>Specialty beers, small batches, premium, innovative brewing techniques</p>
<p>They capture our belief of preserving the past in order to innovate in the future</p>	<p>All product descriptors and naming are consistent with the season (focus not necessarily on the ingredients but more on the overall seasonal experience)</p>	<p>Endorsement on pack of an Italian chef (Davide Oldani)</p>	<p>Educational role, connoisseur oriented, always presented in an intuitive easy to understand way</p>	<p>Focus on the specialness of the beer and the moment of consumption</p>

Fonte: Report Carlsberg Italia

Allegato 9 – Evoluzione dei ricavi del Birrificio Poretti



Fonte: Report Carlsberg Italia

Allegato 10 – Tabella comparativa dei prezzi di alcuni prodotti presenti nella GDO

Segmento	Player	Prodotto	Prezzo Medio
Birre Standard	Carlsberg Italia	Poretti - 3 Luppoli	2,02 € al litro
	Birra Peroni	Peroni Classica	1,50 € al litro
	Heineken Italia	Moretti	1,88 € al litro
Birre Sofisticate	Carlsberg Italia	Poretti – 4 Luppoli	2,27 € al litro
	Carlsberg Italia	Tuborg	1,82 € al litro
	AB in Bev Italia	Beck's	3,02 € al litro
	Heineken Italia	Heineken	2,15 € al litro
	Bavaria Italia	Bavaria Premium	1,59 € al litro
	Menabrea	Menabrea Premium	2,72 € al litro
Birre Specialità	Carlsberg Italia	Poretti – 5 Luppoli	2,72 € al litro
	Carlsberg Italia	Poretti – 6 Luppoli	2,72 € al litro
	AB in Bev Italia	Corona Extra	4,06 € al litro
Birre Craft	Carlsberg Italia	Poretti – 8 Luppoli	7,19 € al litro
	Carlsberg Italia	Poretti – 10 Luppoli	13,44 al litro
	Microbirrificio Officina della Birra	Officinadella Birra	13,06 al litro
	AB in Bev Italia	Leffe Blond	13,06 al litro

Fonte: Ns. Elaborazione