

# Il trend delle birrerie con servizio cucina

*Dopo due anni di ripetute chiusure, il mondo dei locali dove un buon boccale si accompagna alla ristorazione guarda al futuro e riparte con le aperture.*

di **Roberta D'Ancona**

 Percorso di lettura:  
[www.largoconsumo.info/Birra](http://www.largoconsumo.info/Birra)

Una ricerca dell'**Istituto Piepoli per Osservatorio Birra** ha rivelato che la birra è stata la bevanda più consumata nei mesi delle riaperture di bar, pub e ristoranti (61%), più del vino (38%) e del caffè (43%).

«Sono stati due anni davvero difficili – racconta **Andrea Torricelli**, Titolare unico del **Comix Pub** –. Abbiamo dovuto cambiare alcune cose, rivedere i prezzi, rinunciare a tutte quelle attività secondarie che per noi rappresentavano un costo. In questi due ultimi anni ci siamo digitalizzati soprattutto per quel che riguarda il marketing con una piattaforma che ci aiuta a gestire i clienti e ci consente anche di fare delivery in modo autonomo senza affidarci a terze parti. Al momento non posso permettermi di pensare troppo

“ La birra è stata la bevanda più consumata nei mesi delle riaperture ”

alle prospettive future. Sono un piccolo medio imprenditore e come tale devo preoccuparmi di gestire l'emergenza».

«Come dimostrano le ultime aperture del 2021 – spiega **Pietro Nicastro**, Ceo e Founder di **Löwengrube** – la nostra rete sta continuando a crescere e noi stiamo lavorando perché niente ci colga impreparati per le prossime inaugurazioni. Abbiamo puntato molto sullo sviluppo tecnologico, che si è tradotto nel potenziamento dell'app

Löwengrube per i servizi delivery e take away e nella digitalizzazione del menù e stiamo lavorando per migliorare la nostra struttura interna attraverso il connubio digitalizzazione e formazione. Sul lato b2c stiamo lavorando su una nuova app che ci consentirà di migliorare la customer experience e la fidelizzazione, semplificando, per esempio, i canali di

vendita e il pagamento e personalizzando sempre più l'offerta secondo le preferenze del cliente».

«Sicuramente – interviene **Gianpietro D'Adda**, Presidente e Amministratore di **Befed** – è cambiato l'approccio ma Befed era già ben posizionata sul domicilio e quindi abbiamo avuto un aiuto in questo senso; nei locali l'unico fattore mancante è quello dell'aggregazione, punto fondamentale per Befed. Anche la scelta delle location è cambiata, andando a verificare alcuni punti essenziali che oggi sono richiesti per non avere problemi».

«Ci siamo impegnati durante questi due anni per portare avanti il piano di crescita e sviluppo della nostra catena: abbiamo chiuso l'anno 2021 con 29 punti di vendita Löwengrube – spiega **Pietro Nicastro** –, di cui 28 aperti in undici regioni italiane e uno all'estero, a Tirana. Tra questi tre sono a gestione diretta, gli altri in franchising. Nel 2022 prevediamo di far crescere la rete con almeno altre 10 nuove aperture. La priorità per il futuro, come casa madre di una rete che conta ormai numerosi affiliati, sarà quindi quella di mantenere e consolidare la nostra presenza a fianco di tutti i nostri franchisee. Grazie alla partnership che ci lega ad **AbInbev** abbiamo l'obiettivo di arrivare a 70 punti di vendita entro la fine del 2025. Per lo sviluppo estero, invece, stiamo cercando dei Master

## IL MERCATO DELLA BIRRA IN ITALIA: VALORE DELLE VENDITE NELL'HORECA (2020 e I° sem. 2021 in mln di euro e var. %)

Valore condiviso generato dell'horeca (bar, pub, ristoranti, pizzerie) nel 2020	4.385 mln di euro
Var. assoluta 2020/2019	-1.639 mln di euro
Var. % 2020/2019	-37,37%
Var. assoluta I° sem. 2021 vs I° sem. 2020	+635 mln di euro
Var. % I° sem. 2021 vs I° sem. 2020	+23,1%

Fonte: Fipe

**Largo Consumo**



Lowengrube stube Modena

Franchisee che possano sviluppare delle macro aree. Grazie a ottimizzazione di costi, costante supporto formativo e alta standardizzazione di processi, che garantiscono in tutti i locali la stessa qualità ed esperienza di consumo, il franchising Löwengrube continua a crescere e a oggi incide molto su tutto il volume di affari: il 90% dei nostri punti di vendita al momento è in affiliazione. In generale i

progetti di sviluppo di Löwengrube prevedono, oltre che l'espansione dei punti di vendita in gestione diretta, l'ampliamento della rete degli affiliati».

«Sul fronte dello sviluppo – riprende Gianpietro D'Adda – ci stiamo concentrando su vari punti: rinnovamento menu, nuove birre e prodotti diversificati per format easy/original. Al momento Befed Franchising conta 36 locali, con 7 pub aperti nel 2020 e 5 nel 2021. Per il 2022 sono previste 5-6 aperture in Italia; l'altro mercato che vogliamo rafforzare è quello francese. Al momento, i locali in franchising rappresentano circa il 50% del totale dei nostri pub. È un canale importante per il nostro sviluppo, al quale dedichiamo tempo ed energie con costanza».

«Il nostro – spiega Andrea Torricelli di Comix Pub – è il primo locale in Italia a tema fumettistico pensato proprio per tutti gli appassionati di fumetti, film, videogiochi. Spesso organizziamo delle giornate cosplayer, serate western, horror che riscuotono molti consensi e anche i nostri menu sono tutti a tema Comics, Movies and Games. Offriamo una vasta selezione di hamburger e una vasta scelta di birre **Carlsberg** alla spina. Il nostro scontrino medio è di 18 euro a persona».

«Ai nostri clienti – spiega Pietro Nicastro – offriamo un'autentica experience bavarese a 360 gradi. I prodotti core rimangono quelli tipici bavaresi, dalla grigliata mista di wurstel allo stinco, accompagnati dalla vasta scelta di birre di Monaco. Queste sono le protagoniste principali dell'experience, le stesse servite all'Oktobertfest di Monaco: **Löwenbräu**, **Franziskaner** e **Spaten** con quasi 500 anni di storia. Il metodo della spillatura avviene rigorosamente secondo la tecnica tedesca, come vuole la tradizione, in tre colpi, con un procedimento che dura circa 7 minuti e che permette di eliminare l'eccesso di anidride carbonica, ottenendo il caratteristico cappello di schiuma, fondamentale per conservare aroma, fragranza e leggerezza della bevanda. La birra viene servita alla temperatura perfetta e nel bicchiere giusto in base alla tipologia, dal tulipano per la Weiss al Masskrug per il

Per il **67%**  
degli italiani la birra resterà la bevanda più bevuta nei fuori casa anche nei prossimi mesi, contro il

**28%**  
del caffè e il

**24%**  
di aperitivi e cocktail

Fonte: Il nuovo fuori casa degli italiani, Istituto Piepoli per Osservatorio Birra, 2021

**Largo Consumo**

litro. La spillatura della birra è un'arte, ed è oggetto di una speciale formazione del personale Löwengrube. Il nostro fornitore unico per le birre, e anche vero e proprio "partner", è AbInbev colosso della birra, primo produttore al mondo, che ci permette di offrire birre di ottima qualità, come la Franziskaner Kellerbier,

“**Nei locali l'unico fattore mancante è quello dell'aggregazione**”

birra prodotta secondo l'Editto di Purezza del 1516, che impone il solo utilizzo di acqua, malto d'orzo, luppolo e lievito, ancora oggi infustata direttamente dalla cantina in cui matura, senza filtrazione, risultando meno carbonata rispetto a una normale birra a bassa fermentazione. Lo

scontrino medio è variabile, a seconda del format, quindi in base alla possibilità di sostare al tavolo all'interno di una delle nostre birrerie oppure di usufruire di un pasto veloce secondo la formula dello street food offerta dai Wagen Löwengrube. La nostra clientela è trasversale e va dalle famiglie ai giovani. Gli spazi ampi e separati permettono la convivenza confortevole di un pubblico eterogeneo. Rispetto a modelli di business simili, Löwengrube emerge per la notevole ottimizzazione dei costi e dei processi, grazie anche a partnership con i migliori produttori di birra al mondo e ai leader mondiali per le attività di logistica: AbInbev e **Havi**».

«Befed – dice D'Adda – è un'azienda giovane e dinamica, un brand adatto a tutti! Il target della nostra clientela, molto fidelizzata, è la famiglia nell'accezione più bella e ampia del termine, tanto che siamo soliti dire che il cliente Befed ha una età tra 0 e 99 anni. Il principale punto di forza del marchio la qualità dei prodotti offerti, in particolare del nostro Galletto cotto alla brace a marchio **Vallespluga**, azienda con la quale collaboriamo da sempre e che realizza per noi un prodotto esclusivo. Anche la nostra birra artigianale è interamente prodotta in Italia, dal nostro storico birrifico in Piemonte. Nei nostri locali serviamo solo birra artigianale non pastorizzata, prodotta con materie prime di origine certificata e senza aggiunta di gas. Offriamo birre classiche, bionda stile lager e rossa stile bock, e varie birre speciali, ognuna con una propria personalità. Per esempio, l'anno scorso abbiamo creato una nuova IPA, che si è aggiunta ad altre tipologie già consolidate negli anni, come bianche, birra al miele, all'arancia e altre. Abbiamo inoltre introdotto una bionda artigianale senza glutine. I locali Befed sono di due tipologie. The Original Pub è il format dedicato ai locali di ampia metratura e con la propensione ad accogliere tavolate numerose per serate organizzate. The Easy Pub invece è un concept adatto a centri commerciali e aree urbane, dove i servizi di asporto e delivery rappresentano una parte consistente dell'attività».



Befed Chiari

© RIPRODUZIONE RISERVATA