

IL FENOMENO DEI MICROBIRRAFICI VISTO DALLA SARDEGNA, CULLA DI UNA CULTURA SPECIFICA IN CRESCITA

Con l'aiuto dell'università i piccoli produttori crescono in qualità

Martina Di Donato

Una ricerca di mercato svolta in collaborazione con Università di Sassari a supporto e completamento del progetto "Innovazione nelle birre artigianali" ideato da Porto Conte Ricerche ha evidenziato come negli ultimi dieci anni (1999-2009) la natalità netta dei microbirrifici e brew pub in ambito nazionale sia passata da 48 a 289 unità ed è di 81 imprese solo dal 2006 al 2009.

1. *Nonostante la crisi economica non si arresta il fenomeno dei microbirrifici*
2. *In Sardegna una realtà consolidata che risale fin dai primi anni '90*

Un trend positivo che, nonostante la crisi economica, non accenna ad arrestarsi. L'anno appena concluso passerà alla storia come periodo particolarmente creativo nel settore dei microbirrifici: tante nuove aziende, tanti riconoscimenti prestigiosi in Italia e all'estero, l'apertura di Assobirra al settore. Il 2010 potrebbe, invece, essere un anno di svolta: chi è cresciuto molto si troverà di fronte a decisioni importanti; altre imprese nate più per moda che per convinzione dovranno fare i conti con un contesto competitivo non facile.



Proposte diversificate per i microbirrifici sardi: dagli stili classici alla sperimentazione di materie prime

IL PROGETTO SARDO

In questo scenario s'inseriscono i risultati e i risvolti operativi del progetto realizzato da Porto Conte Ricerche, controllata da Sardegna Ricerche, l'ente pubblico che supporta l'amministrazione regionale nelle politiche e negli interventi per la ricerca, l'innovazione e lo sviluppo tecnologico. I microbirrifici sardi sono, infatti, una realtà consolidata, i primi risalgono all'inizio degli anni '90: in Sardegna di fatto nasce il secondo microbirrificio su territorio nazionale. Sono in tutto dieci; due da considerare veri e propri brew pub, gli altri otto operano su scala più ampia. Queste dieci realtà hanno strategie commerciali profondamente diverse, ognuna è un caso a sé. Alcuni microbirri-

fici hanno optato per la sola distribuzione locale, altri coprono l'intero territorio nazionale, altri ancora hanno trovato spazio oltre oceano. Le proposte sono altrettanto diversificate. Alcuni mastri birrai isolani privilegiano gli stili classici (Lager o Pils), altri sperimentano materie prime locali (luppolo in primis). Per esempio, il mastro birraio del birrificio Barley interpreta in modo molto personale gli stili classici associandoli all'utilizzo di materie prime particolari quali il mosto cotto del vitigno Cannonau.

I PARTECIPANTI

Hanno aderito al progetto nove dei dieci microbirrifici ar-

tigianali censiti nella regione. Si sono dimostrati molto interessati a trovare il modo d'incrementare la breve e, talvolta, brevissima shelf life dei propri prodotti; sentivano inoltre il bisogno di connotare da un punto di vista oggettivo le caratteristiche sensoriali delle proprie specialità. L'incontro ha riguardato realtà produttive molto diverse rivolte a mercati di riferimento altrettanto differenti. Una prima fase di ricerca, impostata su analisi chimiche e microbiologiche, ha permesso di monitorare l'evoluzione della fermentazione e di valutare se il tempo di commercializzazione o le caratteristiche sensoriali dei singoli prodotti potessero essere compromessi dalla presenza di particolari microrganismi contaminanti. Nella seconda fase ci si è impegnati a capire come i diversi fattori produttivi contribuiscono a creare il profilo aromatico finale. Non potendo, in questo caso, per limiti di tempo e di budget, prendere in considerazione l'intero parco prodotti delle aziende che hanno aderito al progetto, di comune accordo è stato deciso di focalizzare l'attenzione sulla BB10 della Barley che, per la complessità delle materie prime impiegate, rappresentava

un ottimo modello. Un' approfondita analisi della sua componente aromatica volatile ha permesso di distinguere tra gli aromi apportati direttamente dalle materie prime e gli aromi che si formano durante la fermentazione.

L'UTILITÀ

La valutazione dello stato dell'arte del comparto dal punto di vista strettamente economico e produttivo ha consentito di indirizzare la ricerca su argomenti realmente utili alle aziende.

Le analisi chimiche e microbiologiche hanno messo in luce i punti critici nel processo di trasformazione nelle diverse aziende. I dati raccolti hanno evidenziato una situazione incoraggiante per quanto riguarda la capacità di gestire il processo produttivo, anche se, accanto a situazioni di sicura eccellenza, ci sono ampi spazi di miglioramento.

Le analisi chimiche e l'analisi sensoriale hanno dato evidenza e reso oggettivi dati, situazioni, eventi e, talvolta, errori in precedenza percepiti solo su base empirica. Il progetto ha avuto il merito di portare alcuni mastri birrai a riflettere sul proprio approccio produttivo.

LE RICHIESTE

Tra le maggiori richieste per attività future sono state indicate quelle relative all'utilizzo



Tra le richieste future l'uso di materie prime locali e lieviti autoctoni

più massiccio di materie prime di provenienza locale e la possibilità di utilizzare lieviti autoctoni per la fermentazione del mosto o la rifermentazione in bottiglia. Si è stimato che l'orzo da malto prodotto in Italia copre meno della metà del fabbisogno dei birrifici industriali e artigianali nazionali, tanto che ogni anno occorre importarne oltre 100.000 t.

La superficie coltivata a orzo in Sardegna con una produzione totale pari a 3.329 tonnellate vanta orzi in termini di proteine e di amido al limite con quelle richiesti dalle malterie. E fra l'altro nell'isola non ci sono malterie.

Tutti i produttori interpellati acquistano pertanto le materie prime da pochi grossisti (nazionali ed esteri).



Luca Pretti ricercatore, Porto Conte Ricerche

IL POSIZIONAMENTO

Un argomento molto dibattuto in internet è il prezzo delle birre artigianali in Italia. Sulla rete parecchi sostengo-

no che i prezzi siano troppo alti rispetto al valore dei prodotti, soprattutto se confrontati con i prezzi di analoghe birre estere. Va considerato però che il consumatore medio ha difficoltà a distinguere tra birre di qualità e birre commerciali. Il paese non può essere ancora considerato mercato di consumatori consapevoli.

Pochi hanno l'effettiva capacità di discernere con cognizione di causa tra i diversi prodotti in offerta. L'atteggiamento nei confronti del prezzo è fortemente legato al grado di conoscenza del prodotto. In pratica, un consumatore di birre artigianali è senz'altro disponibile a pagare un prezzo maggiore per soddisfare esigenze edonistiche.

UN CLUSTER PER SAPERNE DI PIÙ

Porto Conte Ricerche svolge attività di ricerca e sviluppo nel settore delle tecnologie alimentari e delle biotecnologie applicate. I progetti cluster sono attività di animazione per lo sviluppo delle imprese riferite alle filiere produttive a maggiore vocazione in ambito regionale e locale. Queste attività forniscono alle imprese interessate un'analisi dettagliata ed esauriente degli aspetti tecnico-scientifici di pertinenza e un'analisi economica che evidenzia, a grandi linee, il rapporto costi - benefici dell'applicazione dei suggerimenti scaturiti dalla ricerca. ■

Le bionde giocano la carta dell'origine protetta

	Differenziazione	Territorialità	Storicità	Italianità	Contesto competitivo
Birra	<ul style="list-style-type: none"> • Cereali • Frutta • Spezie • Lavorazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Possibile, ma da implementare 	<ul style="list-style-type: none"> • Di marca 	<ul style="list-style-type: none"> • Da consolidare, sfruttando il momentum favorevole 	<ul style="list-style-type: none"> • Dinamico e sperimentale
Vino	<ul style="list-style-type: none"> • Vitigni • Terroir • Lavorazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Caratterizzante per gli europei 	<ul style="list-style-type: none"> • Di vocazione 	<ul style="list-style-type: none"> • Assoluta e differenziante 	<ul style="list-style-type: none"> • Old vs New world
Olio d'oliva	<ul style="list-style-type: none"> • Cultivar • Acidità • Melange 	<ul style="list-style-type: none"> • Troppo polverizzata 	<ul style="list-style-type: none"> • Di consumo 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconosciuta, non sempre strategica 	<ul style="list-style-type: none"> • New age dietetica

Fonte: elaborazione dell'autore © MARK UP

