

ECONOMIA

Mercoledì, 19 giugno 2019 - 11:11:00

Osservatorio Birra: in due anni 4.400 posti di lavoro in più

HEINEKEN Incontra: "Le (insospettabili) professioni della birra", presentata la ricerca dell'Osservatorio Birra di Fondazione Birra Moretti



Diffusa la ricerca dell'Osservatorio Birra di Fondazione Birra Moretti sulla birra in Italia: settore dinamico e innovativo, che cresce e fa crescere professionalmente le sue persone.

La ricerca dell'Osservatorio Birra, diffusa in occasione dell'appuntamento HEINEKEN Incontra, offre un nuovo punto di vista sulla birra in Italia, scattando una fotografia "insospettabile" di un settore percepito come tradizionale ma in realtà profondamente dinamico e innovativo, che offre opportunità di fare impresa, nuovi posti di lavoro e stabilità professionale.

"Siamo davanti alla primavera della birra: in Italia abbiamo scoperto la birra" - ha detto ad *Affaritaliani.it* **Søren Hagh, Amministratore Delegato HEINEKEN Italia**. C'è una crescita nel consumo di birra e anche nel consumo di nuovi tipi di birra. Si tratta di un mercato dinamico, ma il consumo è ancora basso. Siamo uno dei paesi in Europa con il consumo più basso di birra. Questo vuol dire che ci sono tante opportunità per continuare a sviluppare il settore. La formazione è uno degli aspetti più importanti per noi - ha continuato Hagh - La birra è un prodotto al cento per cento naturale, quindi come viene venduto è un aspetto che fa la differenza. Per supportare la crescita bisogna continuare a sviluppare le competenze dei venditori. Anche per questo abbiamo fondato l'Università della birra. Il valore della sicurezza - ha concluso l'AD di HEINEKEN Italia - è per noi molto importante. Dobbiamo continuare a sviluppare questo tema. Oggi siamo meglio di tre anni fa, ma c'è ancora margine di sviluppo per essere al livello di altri paesi europei".



Hagh (HEINEKEN Italia): "Puntiamo su formazione e sicurezza"

FONDAZIONE BIRRA MORETTI E OSSERVATORIO BIRRA

La Fondazione Birra Moretti è una **Fondazione di Partecipazione** costituita, nel novembre 2015, da **HEINEKEN Italia** e **Partesa**, network di distribuzione del Gruppo. Nasce per far conoscere, raccontare e consumare bene la **birra a tavola**.

L'Osservatorio Birra nasce come punto di osservazione sul mondo della birra, con l'obiettivo di analizzare il ruolo e l'impatto della filiera sul panorama economico e culturale italiano. Promosso dalla Fondazione Birra Moretti - Fondazione di partecipazione costituita nel 2015 da **HEINEKEN Italia** e **Partesa** al fine di contribuire alla crescita della cultura della birra in Italia - produce analisi, studi e ricerche sul mercato, l'industria, il consumo e il futuro della bevanda più diffusa al mondo.

"**Fondazione Birra Moretti** è nata tre anni fa per migliorare la cultura della birra in Italia attraverso l'indagine di fenomeni sociali ed economici che qualificano la birra all'interno della cultura alimentare di questo Paese - ha detto ad *Affaritaliani.it* **Alfredo Pratolongo, Presidente Fondazione Birra Moretti**. "Fare, bere, mangiare sono i tre sottotitoli della Fondazione. **Osservatorio Birra** è la parte più istituzionale che viene svolta da Fondazione. Abbiamo un programma di due ricerche all'anno. Una di queste ricerche si ripete ogni anno e va a indagare la ricchezza creata dalla birra in Italia lungo la filiera. È un'indagine reale fatta su tutte le aziende della birra oltre il milione di euro che operano in Italia. La ricerca presentata oggi ha fatto emergere per la prima volta un elemento: la filiera della birra in Italia propone e richiede professioni e competenze", ha continuato Pratolongo. "**Le professioni** sono da una parte tradizionali ma dall'altra anche molto innovative. I trend che qualificano le professioni della birra sono: **sostenibilità** e ambito **digitale**. L'Università della birra è dedicata agli operatori del settore. In Italia negli ultimi anni è molto migliorata. Le etichette sono arrivate ad essere quasi 7.000. Le persone hanno domande nuove rispetto alla birra. Si è aperto un vuoto da colmare relativo alle competenze di chi lavora nell'ambito della birra. L'università è nata per sviluppare queste competenze in evoluzione. Nel 2018 sono passate dall'Università della birra circa mille persone. L'obiettivo del 2019 è arrivare a 2000 persone".



Pratolongo (FBM): "Vogliamo migliorare la cultura della birra in Italia"

5a ricerca di Osservatorio Birra: in due anni 4.400 posti di lavoro in più, 6 assunzioni al giorno

In un paese che stenta a garantire la creazione di nuovi posti di lavoro, **l'industria della birra va in controtendenza**: dal 2015 al 2017 gli occupati sono aumentati di 4.400 unità (+5%). Più del doppio rispetto all'andamento medio nazionale (nello stesso arco di tempo, in Italia, l'occupazione è cresciuta, dati ISTAT, di circa il +2%). Ogni giorno, dunque, nel settore della birra trovano lavoro almeno 6 persone. Cultura di prodotto, formazione e specializzazione: ecco i segreti per trasformare la passione della birra in mestiere.

Lo studio "Le (insospettabili) professioni della birra" è stato realizzato da **Althesys** per conto della **Fondazione Birra Moretti**, Fondazione di partecipazione costituita nel 2015 da HEINEKEN Italia e Partesa al fine di contribuire alla crescita della cultura della birra in Italia. Il campione intervistato rappresenta quasi 7mila dipendenti di aziende distribuite lungo tutta la catena del valore: produttori di birra, operatori della fornitura di materie prime e di packaging, della logistica, della distribuzione all'ingrosso e al dettaglio e del mercato della ristorazione e bar, ad offrire una prospettiva unica e dall'interno di questo settore.

"Questa quinta ricerca dell'Osservatorio Birra è focalizzata sul settore del lavoro - ha detto ad *Affaritaliani.it* **Alessandro Marangoni, Economista e CEO Althesys**. "Il settore birrario in Italia crea ricchezza per il Paese e occupazione. Nell'arco di un biennio l'intera filiera ha visto crescere di 4.400 unità gli addetti e l'intera filiera occupa più di 80.000 persone. La ricerca ha evidenziato una serie di profili e competenze insospettabili. Tra i profili emergono sia competenze tecniche sia aspetti più commerciali e di marketing. È un settore che offre opportunità per i giovani ma è allo stesso tempo un settore stabile".



Marangoni (Althesys): "Birra, settore che offre opportunità per i giovani"

IL 50% DEI DIPENDENTI ASSUNTI DA PIÙ DI 10 ANNI NEL SETTORE

Il primo dato interessante che emerge nella sezione specifica dello studio che dà voce ai vari attori della filiera è che grazie alla solidità strutturale del comparto e a un trend di crescita costante negli ultimi anni il settore è sempre più attrattivo, soprattutto per i giovani, che riconoscono nella industry della birra un'opportunità professionale reale e concreta.

Una prima conferma arriva dall'anzianità dei dipendenti: in un mondo del lavoro fatto di carriere discontinue e di lavoro a tempo determinato, il 50% delle persone sono assunte da più di 10 anni. E un altro 33% è in azienda da almeno 5 anni. Inoltre, dei 3,49 miliardi di euro di valore aggiunto creato dal comparto, il 71% (2,47 miliardi di euro) viene destinato alla remunerazione lorda dei lavoratori, sostenendo così l'economia familiare.

QUALI COMPETENZE APRONO LE PORTE DELLA FILIERA DELLA BIRRA?

Se questa bevanda si fa con acqua, luppolo, lievito e cereali, si potrebbe pensare, e molti lo fanno, che la qualità sia alla portata di tutti. Ma la realtà è ben diversa. Interrogati su questo tema caldo,

secondo i protagonisti della filiera per trovare lavoro nella birra bisogna, prima di tutto, conoscere bene il prodotto (18%) e la industry (5%). Molto richieste anche qualità manageriali (11%) – e da imprenditore (8%) – e di formazione del personale (14%), a conferma di un settore spesso giovane e dinamico, che ha visto nascere molte nuove imprese e modi di interpretazione la distribuzione e vendita del prodotto. Non a caso tra le altre parole d'ordine troviamo specializzazione (9%) e learning agility (8%).

LE (INSOSPETTABILI) FIGURE PROFESSIONALI PIÙ RICHIESTE DALLA FILIERA DELLA BIRRA

A riprova della modernità e complessità di un settore percepito, in maniera erronea, come vecchio e tradizionale, la ricerca Althesys/Fondazione Birra Moretti ha identificato i profili, spesso altamente specializzati o innovativi, più strategici e ricercati della filiera della birra. Emerge un caleidoscopio di professionalità che parte da materie prime, progettazione e realizzazione del prodotto birra, ad ambiti legati a vendita e promozione, fino a figure professionali ancora più insospettabili o specchio dei tempi. Ecco 15 profili, spesso altamente specializzati, tra i più richiesti:

- Mastro birraio
- Tecnologo alimentare (della birra)
- Ingegnere chimico alimentare
- Responsabile laboratorio e controllo qualità
- Responsabile sicurezza
- Coordinatore sostenibilità
- Automation specialist
- Digital innovation manager
- Commerce specialist
- Tecnico grafico
- Brand ambassador
- Beer specialist
- Spillatore
- Barman
- Sommelier della birra

I 3 MACRO TREND CHE IMPATTERANNO SUI PROFILI RICHIESTI DAL SETTORE NEI PROSSIMI ANNI

Sono 3 i macro trend attesi (a 2-5 anni) che avranno un impatto diretto – secondo gli attori della filiera – sulla richiesta dei profili professionali: **il 41% degli intervistati ha posto l'accento sulla sostenibilità**, intesa come attenzione alla sostenibilità ambientale (16%), ideazione pack sostenibili (13%), implementazione materie prime locali (7%), gestione dei rifiuti e degli scarti (5%). Per un altro **32% lo sviluppo di nuovi gusti e segmenti nel mercato**, come le birre speciali (14%), quelle artigianali (10%) e il trend healthy (8%). E completa il quadro di una filiera in fase di evoluzione strutturale quel **18% che guarda all'innovazione digitale**, citando innovazione (10%), digitalizzazione (5%), e-commerce (3%).

FORMAZIONE, LEVA STRATEGICA PER IL SUCCESSO PER 8 AZIENDE SU 10

La ricerca realizzata da Althesys mette a fuoco un altro aspetto fondamentale per comprendere il settore della birra. L'85% delle imprese della filiera avverte l'esigenza di investire in formazione. E non potrebbe essere altrimenti in un comparto che vive d'innovazione e di specializzazione, e che sta cambiando velocemente, assecondando la crescita di cultura di prodotto da parte degli italiani. Si va da 6 a 20 ore annue di formazione per dipendente, a seconda delle dimensioni aziendali, con punte massime nelle medie imprese.

FORMAZIONE: IN ITALIA POCHE OPPORTUNITÀ, MA ARRIVA L'UNIVERSITÀ DELLA BIRRA DI HEINEKEN

L'offerta universitaria italiana si limita a pochi corsi della Laurea in Scienze e Tecnologie Alimentari, mentre all'estero ci sono invece molte Università e istituti tecnici che offrono percorsi di laurea, sia triennale che specialistica, focalizzati sul settore, oltre a numerosi corsi professionalizzanti che toccano aspetti più manageriali del business e quelli legati alla valorizzazione del prodotto finale. Per colmare questo gap di specializzazione, tra domanda e offerta di lavoro, è nata l'Università della Birra a Milano, voluta da HEINEKEN Italia, che si propone con lo slogan "imparare sul campo" e si presenta come un approfondimento teorico e pratico sui fondamentali del mondo della birra, dalle materie prime alle dinamiche di mercato, dedicato ai professionisti del settore Ho.Re.Ca e Modern Trade.

Si tratta di uno stimolo a pensare e creare delle formule di collaborazione tra pubblico e privato (aziende e università) per affrontare in una logica di sistema un tema cruciale per il futuro del comparto.

BIRRA E TERRITORIO, IL PUNTO DI VISTA DELLE ISTITUZIONI



Sala (Regione Lombardia): "Abbiamo bisogno di creare ricchezza"

"La ricerca mette in evidenza che innovazione, formazione continua e sostenibilità sono elementi essenziali per affrontare le sfide del futuro - ha detto ad *Affaritaliani.it* **Fabrizio Sala, Vicepresidente Regione Lombardia**. "Noi prendiamo spunto dalle migliori aziende per le nostre politiche e le aziende seguono lo sviluppo sociale del territorio. Abbiamo bisogno di creare ricchezza; è questo che vogliamo fare e non solo con Heineken. Stiamo guardando a nuovi modelli di formazione che coinvolgono le imprese all'interno delle scuole - ha continuato Sala -. Il 65% dei bambini che frequentano la scuola primaria faranno un lavoro che non esiste ancora. Dobbiamo essere estremamente veloci. Senza autonomia non potremo avere università efficienti per sostenere la competitività".