

LA BIRRA DÀ LAVORO: IN DUE ANNI 4.400 POSTI DI LAVORO IN PIÙ

MILANO 20/06/2019

      5

Cresciuti del 5% in 24 mesi gli addetti. Una ricerca dell'Osservatorio Birra rivela che il settore offre opportunità uniche all'imprenditorialità



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.

Una 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 cresce e fa crescere professionalmente le sue persone, offrendo opportunità di fare impresa, nuovi posti di lavoro e stabilità professionale.

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.

Il 50% dei dipendenti assunti da più di 10 anni - 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.**

Le competenze necessarie - 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%), 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 interpretare 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 - 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 - 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 - 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.

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.