

La rivista del *Bere Bene* di



DRINK *Style*

Bimestrale di informazione sul mondo del beverage

Anno 2 - n°11 - Set/Ott 2008

www.udial.it

EDITORIALE

Paese a crescita 0

UDIALITO

Verso il 2009

IL MERCATO DEL BEVERAGE

Feste a tutta birra

MODE E TENDENZE

Vini DOC sì, ma in scatola

REAL INTERNATIONAL TASTE

NEW YORK / SYDNEY / CAPE TOWN / LONDON / MILAN



LA BIRRA PREMIUM ITALIANA PIÙ AMATA NEL MONDO.

BEVI
RESPONSABILE.IT Ricorda, bevi in modo responsabile.

NASTRO
AZZURRO.

Paese a crescita 0.

La ripresa non verrà, almeno per quest'anno. Per il prossimo? Chissà!

Chi dal nuovo governo si attendeva una qualche mossa che potesse invertire la rotta, è rimasto deluso. Certo il nuovo esecutivo, fatte salve le posizioni di parte, sta lavorando: giustizia, scuola, federalismo, sicurezza, Alitalia. Ma per quanto concerne misure forti a sostegno dell'economia, e men che meno a favore del fuoricasa italiano, non se ne vedono, nonostante questo comparto sia uno dei pilastri dell'economia del Bel Paese.

La ricetta della ripresa, secondo la politica, è quella di ridare potere di acquisto agli italiani.

Per molti è una panacea inutile se non si va invece a mettere mano al complesso del sistema Paese che vede le sue lacune più evidenti nella scarsa produttività della pubblica amministrazione e nella zavorra fiscale che appesantisce le imprese private.

Il risultato infatti è che le politiche del nuovo governo, pur con le attenuanti di operare in fase di congiuntura mondiale, non riescono ad incidere sul sistema economico. Il dato più significativo è dato dalla stima della crescita del PIL (ovviamente la parola crescita è un eufemismo) che gli esperti quotano per il 2008 a 0,1%. Cioè nulla. Cioè recessione, per usare la parola giusta. Senza contare che la stagnazione sta sortendo un altro velenoso e subdolo effetto: l'inflazione. Stimata a fine anno al 4%. La più alta negli ultimi 10 anni.

In questo scenario non c'è da fare saliti di gioia. Con queste prospettive, per

le imprese private conservare l'incolumità, è già un miracolo.

Bravo chi ci riesce, anche se a costo di grandi e impagabili sacrifici.

Tale situazione non risparmia evidentemente neanche gli operatori del mondo Ho.Re.Ca.

La filiera da qualche tempo soffre, vittima di una reazione a catena inevitabile che, partendo dalle problematiche che investono i punti di consumo (minori incassi e maggiori costi) si riverbera sulla distribuzione che deve far fronte di tasca sua alla crisi di liquidità degli stessi esercenti. Distribuzione poi che deve fare i conti con le pressanti esigenze dell'industria: lancio di nuovi prodotti, target di vendita sempre più incalzanti, scontistiche sempre più condizionate. Insomma il mondo Ho.Re.Ca. si avvia su se stesso e agli operatori del beverage per competere in tale regime sono richiesti impegni e fatiche non da poco.

Uno sforzo titanico che, seppur non conduce a un chiaro e immediato risultato economico, offre però la cifra di quanto coriaceo e resistente sia il sistema Ho.Re.Ca. italiano. Distributori indipendenti in testa. D'accordo è una magra soddisfazione, ma almeno teniamoci questa.



Anno 2 - Numero 11
Settembre/Ottobre 2008



Rivista specializzata di:
72021 Francavilla Fontana (Br) C.da
Carlo Di Noi Inferiore
Via per Ceglie Km 1
Tel. 0831.815906 - Fax 0831.811050
www.udial.it - udial@libero.it

Direttore Responsabile:

Giuseppe Rotolo

Editore:



Iscrizione al R.O.C. n°6648
V.le Aldo Moro, 44 - 70043 Monopoli (BA)
Tel. 080.9306460 - Fax 080.9373100
input@impugnazioni.it - www.inputs.it

Testi e collaborazioni:

Marianna Iodice, Angela Svezia,
Maria Vittoria Petrosillo, Valeria Todisco.

Foto:

Angelo Lillo, Francesco Amodio.

Impaginazione:

Angelo Lillo - grafica@impugnazioni.it

Tutti i diritti di riproduzione di testi e foto, in qualsiasi forma, compresa la messa in rete, sono riservati. Per qualsiasi utilizzo è necessaria un'autorizzazione scritta dall'editore.

Al sensi dell'Art. 10 della L. 675/1996, la finalità del trattamento dei dati relativi ai destinatari del presente periodico consistono nell'assicurare un'informazione tecnica, professionale e specializzata a soggetti identificati per la loro attività professionale. L'Editore, titolare del trattamento, garantisce ai soggetti interessati i diritti di cui all'Art. 13 della suddetta legge.

Reg. Trib. Bari n°49 del 10/12/2007

La rivista Drink Style è di proprietà del consorzio U.D.I.A.L. - Consorzio tra distributori indipendenti di beverage. La pubblicazione ha il compito di studiare e implementare, attraverso l'informazione puntale, credibile e professionale, il sapere e la cultura del beverage italiano. La rivista è edita biestramentalmente e postizzata in modo mirato verso i locali abbinamenti Ho.Re.Ca. e soprattutto, clienti dei soci del consorzio.



qualità
eleganza
delicatezza



Azienda Agricola "Le Marchesine" S.S.
di Biatta Giovanni & C.
Via Vallosa 31 - 25050 Passirano (BS)
info@lemarchesine.it - www.lemarchesine.it

Estate sì, estate no

I consumi extradomestici in Italia, nel primo semestre dell'anno, hanno segnato il passo, un rallentamento che ha di fatto frenato in qualche modo anche i consumi di bevande.

La stagione estiva poi non è stata il toccasana che gli operatori del settore si auspicavano. Gran caldo al Sud, è vero (gli esperti parlano dell'estate più calda degli ultimi 200 anni), ma turisti in giro se ne sono visti di meno della passata stagione. Al Nord le bizze meteorologiche invece hanno condizionato non di poco tutta l'estate.

E siccome quando piove, piove sul bagnato, l'estate 2008 ha messo in risalto l'altro nervo scoperto che duole alla ristorazione del Bel Paese: quello che il consumatore è sempre più renitente a spendere più del dovuto, anzi è sempre più propenso a spendere

meno del dovuto.

Un atteggiamento che risulta deleterio per i diversi canali: dal bar fino al ristorante, dove il calo è stigmatizzato dalla diminuita vendita di vini speciali. A ciò si aggiunga che, tranne in talune ore di punta del sabato sera, molto difficilmente i tavoli nei locali si vedono copiosamente occupati.

Il tutto si riconduce a un ridimensionamento dello scontrino medio e del fatturato complessivo.

Guardando più da vicino la realtà del Sud Italia, da un'indagine condotta a campione su ristoranti Pizzeria in Puglia, la spesa media di un coperto si è abbassata da 18-20 Euro a coperto a 15 Euro.

Il saldo negativo è dovuto secondo i gestori alla riduzione delle ordinazioni delle portate. L'avventore sceglie fra un antipasto e un primo, oppure un antipasto e un secondo, saltando

una portata. Se poi vuole ancora più lesinare punta su un'unica portata, la quale il più delle volte, è rappresentata dalla pizza.

Pizza campione

Il prodotto pizza sta quindi incontrando sempre più il favore dei consumatori. Un riscontro di ciò è avvalorato da un rilievo dell'ADOC (associazione consumatori) che ha stimato che il giro d'affari della pizza, ri-

La spesa media di un coperto si è abbassata da 18-20 Euro a coperto a 15 Euro



Il 70% dei consumatori adulti ama accompagnare la pizza con un buon boccale di birra

spetto agli anni precedenti è cresciuto del 6%.

La pizza è sempre più il piatto consumato dagli italiani. In Italia (fonte FIPE) si contano quasi 50mila locali in cui si serve pizza, dalle pizzerie classiche ai ristoranti pizzeria, dalle pizzerie al taglio a quelle da asporto. Quest'ultima è la tipologia di locali che cresce di più in termini di apertura di nuovi locali.

Ogni anno in Italia, nel campo della ristorazione extradomestica vengono mangiate mediamente almeno un miliardo di pizze.

Un numero che offre un viatico eccezionale ai consumi di birra considerando che circa il 70% dei consumatori adulti ama accompagnare la pizza con un buon boccale di birra.

Quindi non tutti i settori della ristorazione segnano il passo?

Tuttavia, registrando la voce degli addetti ai lavori, il buon andamento nel comparto pizza si vanifica a fronte

degli aumenti dei costi di gestione: aumenti della farina (anche se incide in minima parte sul costo finito della pizza) luce, gas, in parte il personale. Quindi anche una piccola crescita si tramuta in un nulla di fatto e la situazione resta più o meno critica per tutti gli operatori della ristorazione, pizzerie comprese.

A tutta Energy

E se per la ristorazione è la pizza il piatto che porta il segno più, nel campo del beverage il campione è, e resta, l'Energy Drink. Certo è un prodotto che rispetto agli altri si può definire di nicchia (anche se è una nicchia che si sta allargando). Da fonti dell'industria e della distribuzione il saldo positivo registra un +7%. Un dato ottimo, non c'è che dire, specie in tempi di vacche magre, alle quali magari una buona dose di energy non farebbe certo male.



Teorema del Gusto:

oligominerale · effervescente · frizzante =
Gusto³

Gusto Delicato



Gusto Unico



Gusto Intenso



Posizionamento distintivo

esaltare le qualità delle acque
dando enfasi alle dimensioni
di piacevolezza del "gusto a tavola"

Packaging rinnovato

eleganza, design, identità
per un migliore impatto e
riconoscibilità sul punto vendita

Marginalità garantita

profitto assicurato da
un adeguato value for money



Numero Verde
800-801333
Servizio Clienti

da lunedì a venerdì ore 9/13

LIMPIDE DI NATURA, UNICHE DI PIACERE.

www.fontidimonticchio.it

Bene così

Per il consorzio U.DI.AL., nonostante crisi e relative difficoltà di mercato, la stagione estiva in qualche modo ha riservato delle soddisfazioni.

Una conferma viene dalle dichiarazioni di Luigi Cetrangolo, General manager del consorzio: *«La stagione appena trascorsa è stata lo specchio reale di quella che è la complessiva situazione dell'economia italiana. In un Paese a crescita zero è già un miracolo mantenere in piedi le proprie attività. Nonostante il carovita generale abbia decisamente falcidiato i consumi e nonostante, per quanto ci riguarda, il distributore indipendente subisca una sempre maggiore, strenua e aggressiva concorrenza da parte della D.O., della G.D.O. e soprattutto dei C&C - che adesso effettuano anche consegne e dilazioni di pagamento - per U.DI.AL., la situazione generale è comunque positiva. Certo, complessivamente, il consorzio non raggiunge i livelli del 2007 (dove come crescita di fatturato complessivo registrò un lusinghiero +13%) ma dai primi macrodati di fine agosto abbiamo degli andamenti buoni. Flettiamo leggermente con le birre, seguendo comunque il complessivo andamento a livello nazionale. Buoni i risultati per quanto concerne succhi e spirits, cresciamo con le acque».*

Idee ce ne sono e sono il frutto di un continuo confronto con gli operatori, confronti e proposte che in U.DI.AL. non mancano

Verso il 2009

Dopo la stagione estiva è tempo di bilanci e di previsioni. Soprattutto è il momento di porre le basi e programmare il nuovo anno, tracciando quel-

le linee guida che sono gli strumenti indispensabili per quelle aziende che fanno della programmazione uno dei loro punti di forza. E il consorzio U.DI.AL. è indubbiamente fra queste. Valutare il presente per programmare il futuro fa parte del modus operandi dell'attuale management, una logica che permette di affrontare quelle problematiche che certo non mancano nell'attuale panorama del mercato Ho.Re.Ca. del Sud Italia. A livello strategico e di programma quali novità si prevedono per il 2009?

«Idee ce ne sono - conclude Cetrangolo - e sono il frutto di un continuo



confronto con gli operatori, confronti e proposte che in U.DI.AL. non mancano. È chiaro che dobbiamo intervenire in quelli che sono i punti deboli del sistema e porre i nostri soci nelle condizioni di massima competitività. Non voglio anticipare nulla per il momento, ma di certo ci saranno importanti novità».

Crociera sul Nilo

Già operativa la macchina organizzativa che condurrà il Gruppo U.DI.AL. a vivere la sua annuale convention. Quest'anno il luogo che accoglierà

soci e uomini delle aziende è uno dei più suggestivi e pieni di storia dell'intero pianeta, l'Egitto con il suo fiume Nilo e la sua città simbolo, Il Cairo. Saranno sette giorni da vivere intensamente, un viaggio ricco di storia e piaceri, una meta che sicuramente premierà e appagherà il viaggiatore.

Il viaggio, dal 24 novembre al 1 dicembre, si suddivide in due fasi: la crociera sul Nilo per la durata di 4 giorni e un soggiorno a Il Cairo.

Straordinari i luoghi da visitare che non potranno che stupire: La Valle dei Re e delle Regine a Luxor, il Tempio di Hatchepsut, i colossi Memnon. Poi la visita a Kom Ombo e l'escursione alla Grande Diga ad Aswan che, a detta di chi ci è stato, è uno spettacolo mozzafiato, indimenticabile.

Gli ospiti, accolti su motonavi a 5 stelle, potranno godere poi dello splendido scenario che il fiume più lungo del mondo è capace di offrire.

I tramonti sul Nilo, la motonave che scorre silenziosa sulle acque calme, i profumi esotici, creano un'atmosfera e offre un piacere che attende solo di essere vissuto, fino in fondo. Poi anche a Il Cairo ci sarà da emozionarsi e divertirsi. Oltre ai musei e ai siti storici della grande civiltà egizia, il soggiorno permetterà anche di calarsi nella realtà locale visitando i caratteristici mercatini che affollano la capitale, uno su tutti quello di Kam al Calibi.

Questo, molto succintamente, il programma del viaggio, in attesa di viverlo dal vivo per poi raccontarlo, sempre su questa rivista, attraverso le foto e le emozioni che sicuramente offrirà.

**4 giorni di
crociera sul Nilo
e 3 giorni di
soggiorno a
Il Cairo**



Santo Stefano

ACQUA MINERALE NATURALE
OLIGOMINERALE

COME NASCE ALLA SORGENTE
NELL'INCONTAMINATO PARCO NAZIONALE
DEL CILENTO E VALLO DI DIANO



EQUILIBRIO PERFETTO



Sorgenti Santo Stefano SpA
84033 Montesano S/M (SA) - Italia
Tel. 0975 861115
Fax 0975 861192
www.sorgentisantostefano.it

Feste a tutta birra

Consumi fuoricasa alternativi, ma che esprimono numeri in crescita

Se da un lato il mercato della ristorazione classica segna il passo, dall'altro sono sempre più in salute sagre e manifestazioni che propongono Food e Beverage.

I motivi di un tale successo vanno ricercati anzitutto nella formula economica (mangio e bevo con poca spesa) che è alla base del crescente apprezzamento da parte dei consumatori. Questi ultimi, con il carovita che incalza, preferiscono, appena gliene si dà l'occasione, disertare il classico ristorante e partecipare a una sagra (qualunque essa

sia) dove, con l'esborso di una decina di euro, hanno la possibilità di bere e mangiare e quindi, come si dice, risolvere la serata.

Poi c'è da dire che questa formula, la quale unisce cibo, convivialità e sempre più e spesso spettacoli, incontra il consenso di quasi tutte le fasce sociali e di consumatori di ogni età.

Anche per questo, negli ultimi anni, questo genere di eventi, a qualsiasi cibo o piatto sia dedicato, ha moltiplicato, forse decuplicato i suoi numeri. D'estate, in giro per l'Italia e in special modo al Sud, sagre di ogni genere hanno luogo praticamente ogni

giorno.

Dalla sagra del porco a Lecce alla festa della Pizza di Salerno, passando per centinaia di eventi, si sviluppa un giro d'affari di tutto rispetto che, come dicevamo, è in grande crescita e in assoluta controtendenza con quello che è il classico mercato dei consumi extradomestici.

In questa sorta di grande ristorante al-



l'aria aperta, qualsiasi piatto o cibo venga sacrificato alla gola degli astanti e dei buongustai che si affollano, c'è una bevanda che, su tutte, la fa da padrona: la birra. In queste sagre paesane, dove a volte si contano centinaia di migliaia di presenze, la bevanda maltata scorre a fiumi con somma soddisfazione delle aziende birrarie e anche di quei distributori di bevande che hanno saputo con intraprendenza e intuizione proporsi come fornitori. Una scelta, o se volete una scommessa, che comunque ripaga la fatica e l'impegno che richiede la fornitura del beverage ad una sagra.

Questa formula alternativa alla classica ristorazione incontra il consenso di quasi tutte le fasce sociali e di consumatori di ogni età

Le sagre fanno muovere la gente, fanno scorrere fiumi di birra e circolare del denaro contante.

Nel panorama dei distributori di bevande U.DI.AL. che si cimentano in tali manifestazioni vanno segnalate una serie di sagre che in taluni casi sono diventate dei veri e propri fenomeni sociali.

Come ad esempio la Festa della Munceddha, giunta alla 24° edizione che si tiene a Cannole nel Leccese (quest'anno le date sono state dal 10



al 13 agosto). Il distributore di riferimento è Eurobirre che quest'anno per l'occasione ha dato fondo a quasi 10mila litri di birra e ha stimato di aver "spinato" almeno 80mila visitatori.

Altro caso fenomenale è la Sagra del Polpo a Mola, giunta alla 38ª edizione. Qui il dispensatore di birra è Ascoli Vincenzo il quale ha stimato nell'ultima kermesse la presenza, nei giorni della sagra, di almeno 150mila visitatori.



Tuttavia il polpo non è una vittima esclusiva di Mola di Bari, anche a Melendugno, sempre con Eurobirre, quest'estate hanno pensato di cucinare il gustoso cefalopode. La prima edizione è stata un successo: 50mila presenze e 5mila litri di birra a bagnare i gargarozzi.

Poi tante altre sagre e feste patronali in cui i distributori U.DI.AL. sono fornitori, fra queste da segnalare la Festa di S. Giuseppe a Copertino (17-18-19 Settembre) dove il Distributore Sebastiano Mariano impegna 500 tavoli e arriva a fornire oltre 1.000 ettolitri di birra. Degna di nota e in continua crescita la festa della Birra a Monopoli curata da Antonio Minoia.

Insieme al buon cibo sempre più si punta sullo spettacolo, alcuni davvero di grosso spessore artistico. Vanno segnalati in questo caso gli spettacoli Bari in jazz organizzato ad inizio estate e il Festival Folk di Carpino sul Gargano, ovviamente per quanto concerne gli eventi in Puglia.

Altra sagra storica, nel Sud Italia, oltre a quelle citate, dove scorrono fiumi di birra è quella del peperoncino che ha luogo a Diamante in Calabria. Anche in questo caso migliaia e migliaia di presenze.

Insomma, le sagre fanno muovere la gente, fanno scorrere fiumi di birra e circolare del denaro contante. Di questi tempi non è certo poco.

L'ESPERIENZA DEI NOSTRI MASTRI BIRRAI.
LA SELEZIONE DEI MIGLIORI INGREDIENTI.
COSÌ NASCE UN CAPOLAVORO.



BIRRA MORETTI BAFFO D'ORO. ARTE ITALIANA DELLA BIRRA.

Certi capolavori non nascono a caso. Creati per celebrare un eccezionale raccolto di orzo, questa grande birra è tuttora prodotta per mezzo di uno speciale processo che permette di estrarre delicatamente le componenti del malto. La particolare varietà di luppolo, esclusivamente Spalt coltivato in Baviera, le conferisce una tipica nota di fiori e di agrumi. Il risultato è una lager di grande equilibrio; una birra di puro malto profumata, dal corpo rotondo e dall'inconfondibile colore Oro vivo. Birra Moretti Baffo d'Oro la si trova solo nei ristoranti e nei migliori locali birrari.

WWW.BEVIESPONSABILE.IT - WWW.BIRRAMORETTI.IT - NUMERO VERDE 800.1850.00



2005 Superior
Taste Award
(ITA) Bruxelles



2006 Austrian Beer
Awards International
(Linz/Austria)

AQ

Antiossidante Quotidiano

UNA BOTTIGLIA DA 200ml
Di YOGA AQ CONTIENE:

I POLIFENOLI DI 30 MIRTILLI
LA VITAMINA C DI 1 ARANCIA
LA VITAMINA E DI 13 MANDORLE

TRE GUSTI 
intensi e piacevoli

Il mix di frutta ed estratti vegetali
aggiunti, selezionati per l'elevato
apporto di proprietà antiossidanti.



Yoga





Birra Nostra - Birre Artigianali d'Italia

L'interesse verso le birre artigianali sta crescendo di anno in anno. Anche gli appuntamenti fieristici dedicati al settore stanno sempre più "crescendo", come "Birra Nostra - Birre Artigianali d'Italia". Le date sono 14, 15 e 16 novembre 2008, giornate molto attese per un evento (presso il pad. D di Rovigo Fiere) che bissa con la seconda edizione un appuntamento che si propone come il maggiore evento fieristico di settore dell'area del nord-est Italia. Ideata ed organizzata da Officina Eventi, con la collaborazione di Slow Food Veneto, la fiera ospiterà molte delle eccellenti etichette di produttori italiani di birra artigianale, ma non solo. È previsto un vario programma di

a cura di **Marianna Iodice**

degustazioni, guidate dal noto Lorenzo "Kuaska" Dabove, consulente scientifico della Fiera ed esperto di livello mondiale. La nazione "ospite" sarà il Belgio con le sue birre rinomate.

Vino Doc sì, ma in scatola

Una bella bottiglia di vetro per un ottimo vino: sembrava un connubio inscindibile, ma con il decreto firmato ad inizio agosto dal Ministro dell'Agricoltura Luca Zaia, i vini DOC potranno essere contenuti in packaging alternativi al vetro, come i "bag in box". Il sistema "bag in box" è un metodo molto usato in tutto il mondo. Questo contenitore è composto da un otre-sacca ("bag") in materiale flessibile (plastica o alluminio), che aderisce all'interno di una scatola ("box") di cartone. I materiali sono del tutto riciclabili.

Il contenitore è dotato di un apposito rubinetto che consente di spillare la quantità voluta. «Abbiamo preso atto delle richieste del mercato, in particolare della domanda dei

L'interesse verso le birre artigianali sta crescendo di anno in anno. Anche gli appuntamenti fieristici dedicati al settore stanno sempre più crescendo



L'annuario delle birre Beverfood, uno strumento completo di 504 pagine ricche di informazioni utili per i professionisti del settore

Paesi del Nord Europa, dove il "bag in box" può essere un utile strumento di penetrazione per il vino italiano» afferma il Ministro. Il vetro rimane d'obbligo per le produzioni più prestigiose, le DOCG e le DOC più selettive designabili con l'indicazione "Riserva", "Superiore", "Vigna".

Vendemmia 2008

La vendemmia 2008 andrà meglio della precedente (senza però recuperare pienamente le perdite dello scorso anno). Questi sono i dati che emergono dalla seconda ricognizione di Ismea e Unione Italiana Vini.

Le stime attestano la produzione a 46 milioni di ettolitri, con un incremento del 7% rispetto ai 43 milioni dichiarati dall'Istat per il 2007.

Oltre all'incremento produttivo (minore però di quello atteso dalle stime estive) il vino 2008 sarà di buona qualità, con punte di "ottimo".

Le regioni che recupereranno maggiormente saranno la Sicilia (+35%), la Puglia (+15%), ma anche la Campania e la Calabria (+10% circa).

Nuovo Annuario InfoBirra

L'annuario delle birre Beverfood giunge niente poco di meno che alla 12esima edizione: uno strumento completo di 504 pagine ricche di informazioni utili per i professionisti del settore ma non solo, il nuovo annuario INFOBIRRA® ITALIA, di Beverfood approfondisce temi come i mercati, il quadro competitivo nazionale



e internazionale, i prodotti e le marche, i produttori italiani e stranieri operanti in Italia, gli importatori, i micro birrai artigianali, i fornitori specializzati e i distributori di bevande in tutte le regioni d'Italia. La sezione



Novità



Fitness.



La nuova bibita piatta con

➤ Fibre Attive
➤ Magnesio



L'assunzione di Fibre favorisce la funzionalità intestinale, mentre il Magnesio è importante per l'attività muscolare. Nestlé Fitness è il buon gesto quotidiano per mantenerti in forma. A basso contenuto calorico, con il 20% di succo di frutta, senza coloranti né conservanti, in acqua minerale naturale. La puoi trovare nei gusti Mela-Kiwi e Mango-Ananas nei formati 1 Lt e 50 Cl.



BONAVENTURA
MASCHIO

PRIME
UVE

ACQUAVITE D'UVA

NERE



Mercati è curata da Pasquale Muraca per la parte internazionale e da Graziella Erba per la parte relativa al mercato nazionale. La sezione "Marche", corredata dal glossario tipologico, riporta la schedatura aggiornata delle oltre 1.500 marche di birra commercializzate in Italia con l'indicazione, per ognuna, della denominazione, della tipologia e della gradazione. La parte più ampia è quella dedicata alla sezione Produttori, in cui sono riportate le schede informative complete e aggiornate degli oltre 250 produttori nazionali ed esteri che operano sul mercato italiano. Una sezione "speciale" (oltre 100 pagine) è dedicata al mondo, sempre più in crescita, della "Birra Artigianale". La Sezione Distributori Regionali, infine, è stata ampliata: sono schedate circa 1.500 aziende di ingrosso, distinte per le varie regioni e province.

Rivoluzionaria bottiglia ecologica

Acqua Sant'Anna Sorgente è la prima



azienda italiana che propone un packaging ecocompatibile. La nuova bottiglia di bioplastica, dopo oltre un anno di sperimentazione, è stata immessa sul mercato. La bioplastica, materiale innovativo proveniente dagli Stati Uniti, sostituisce il petrolio con una risorsa rinnovabile, l'Ingeo™, una materia d'origine vegetale che si ricava dalla fermentazione degli zuccheri delle piante e che rende questa "plastica" compostabile in 80 giorni, meno inquinante nei processi produttivi, garantendo performance ottime nel mantenimento del prodotto al suo interno. Giusto per dare un'idea del minimo impatto sull'ambiente nella produzione basti dire che per creare questa "bioplastica" si impiega il 67% di combustibili fossili in meno rispetto alle plastiche tradizionali. L'acqua imbottigliata nella "bioplastica" è rivolta al largo consumo e sarà distribuita nei mass market.

Birra: boom in Russia

116 milioni di hl di birra prodotti nel 2007 (+16% sull'anno precedente) e ca. 106 mio hl consumati: questi i numeri del mercato russo della birra. Cifre che decretano il sorpasso russo sul mercato birrario tedesco, che ha chiuso il 2007 in ribasso sia come produzione (105 milioni di hl) che come consumi (ca. 95 mio hl). La Russia diventa così il nuovo leader produttivo e di consumo nel continente europeo, diventando terzo nella classifica internazionale, dopo la Cina e gli Stati Uniti (fonte The Barth Report).

La bioplastica, sostituisce il petrolio con una materia d'origine vegetale che si ricava dalla fermentazione degli zuccheri delle piante e che rende questa "plastica" compostabile in 80 giorni

BOTTIGLIA
ECO-SOSTENIBILE

Primi e unici al mondo nel formato 1,5 L.



Acqua Minerale Naturale

Sant'Anna
sorgente Rebruant

BOTTIGLIA
ECO
SOSTENIBILE



NATURALE

Bottle

RESIDUO
FISSO
23,1 mg/l

SOODIO
<0,0002

L'unica al mondo
che sparisce in soli 80 giorni
(e l'ambiente ringrazia)*.

Dai vegetali arriva la prima bottiglia eco-sostenibile al 100%, la prima e unica al mondo nel formato 1,5 L. Sant'Anna Bio Bottle è compostabile: mentre si conserva come le bottiglie di plastica tradizionale, si biodegrada completamente in 80 giorni negli appositi siti di compostaggio. Inoltre, a differenza delle plastiche più comuni, è riciclabile chimicamente: una Bio Bottle nuova nasce da una Bio Bottle usata, senza usare petrolio e senza inquinare l'atmosfera. 650 milioni di bottiglie

Sant'Anna Bio Bottle permettono di risparmiare di 176.800 barili di petrolio con cui si riscaldano per un mese una città

di 520.000 abitanti e riducono le emissioni di CO₂ pari a un'auto che compia il giro del mondo per 30.082 volte in un anno. Per questo, oltre a scegliere un'acqua minerale naturale dalla riconosciuta, eccezionale leggerezza, con Sant'Anna Bio Bottle fai una scelta decisa in favore della sostenibilità dell'ambiente.

Può essere conferita nella raccolta differenziata dell'organico. Per maggiori chiarimenti rivolgiti al locale gestore della raccolta rifiuti.

Sant'Anna Bio Bottle. Plastica vegetale Ingeo™ al posto del petrolio. Disponibile prossimamente nei formati da 0,5 e 1,5 L.

www.santanna.it

