

Italy Beer Week, la Settimana della birra artigianale si trasferisce sul web



Dal 22 al 28 marzo su [Italybeerweek.com](https://italybeerweek.com) le novità e le iniziative online e offline del mondo birrario artigianale

Per anni quello della Birra Artigianale in Italia è stato uno dei pochi settori in ascesa della nostra economia. La contrazione dei consumi dovuta alla pandemia sta mettendo a dura prova i microbirrifici, che risentono principalmente delle restrizioni applicate ai locali specializzati. Anche per supportare il comparto in questo momento delicato, dal 22 al 28 marzo 2021 si terrà la Italy Beer Week, il più grande “evento diffuso” dedicato alla birra di qualità. La Italy Beer Week è infatti l’evoluzione della Settimana della Birra Artigianale, manifestazione nata nel 2011, organizzata da Cronache di Birra, sito e testata giornalistica.

L’undicesima edizione sarà la prima con la nuova denominazione: un cambiamento non solo formale ma anche di contenuto, con eventi pensati per un mercato più maturo. “La birra artigianale non è più un prodotto di nicchia da far scoprire al grande pubblico. Tanti sono i bevitori abituali, sempre più esigenti e vogliosi di seguire le evoluzioni di un

mondo in continuo fermento” afferma Andrea Turco, direttore editoriale di Cronache di Birra.

Quest’anno le attività promosse dai singoli aderenti saranno inevitabilmente condizionate da possibili restrizioni, tante iniziative assumeranno una veste digitale, ma non mancherà il consueto contributo di idee ed entusiasmo da parte dei professionisti del settore. “Per forza di cose ci siamo ritrovati ad accelerare un ripensamento del format che era già in programma – dice Salvatore Cosenza, organizzatore insieme ad Andrea Turco della manifestazione – Una sfida interessante per noi e per tutti gli aderenti: le attività on line saranno tante ma speriamo di non dover abbandonare del tutto l’idea di vivere momenti conviviali, con tutte le precauzioni del periodo”.

Contenuti e obiettivi della Italy Beer Week

La Italy Beer Week vuole continuare a supportare il movimento birrario italiano e verranno coinvolte realtà diverse su tutto il territorio nazionale. Birrifici, pub, beer shop, ristoranti e associazioni potranno segnalare liberamente le iniziative sul sito italybeerweek.com. Come sempre l’adesione sarà gratuita e ogni partecipante potrà contribuire con degustazioni, cote pubbliche, incontri con birrai, tap takeover, presentazioni di nuove birre, webinar, dirette sui social e altro ancora.

L’obiettivo finale è quello di suscitare la curiosità dei neofiti, tenere alto l’interesse di chi è già fidelizzato e soprattutto sostenere i consumi, in un momento estremamente delicato per l’intera filiera.



Il “Ballo delle debuttanti”

Come da tradizione, anche l’edizione 2021, sarà preceduta dal “Ballo delle debuttanti” delle birre inedite italiane. In mancanza dell’omonimo festival, che si teneva annualmente a Roma, è prevista una “Home Edition”: la vendita on line di una box di 13 birre di altrettanti produttori, acquistabile su 1001birre.it sito di e-commerce specializzato.

“Il Ballo è sempre stato il “calcio d’inizio” della Settimana, un appuntamento tanto atteso per assaggiare le novità dei birrifici italiani. Senza mutarne lo spirito, lo abbiamo reso fruibile comodamente da casa” commenta Andrea Turco.

“L’idea di una box, con 13 birre nuovissime, acquistabile da tutti gli appassionati italiani rende ancor più nazionale la nostra festa, con l’evento inaugurale che abbandona la sua dimensione romanocentrica” aggiunge Salvatore Cosenza.

Tra le 13 novità, nella box c’è anche la “Debuttante del debuttante” ovvero la nuova birra del vincitore del Premio Lallemand, dedicato ai produttori che hanno iniziato l’attività nell’ultimo anno.

Le evoluzioni del settore

I numeri delle passate edizioni sono importanti: 3145 aderenti, 2450 eventi, 1653 promozioni e scontistiche speciali. Cifre che hanno seguito di pari passo la crescita del comparto. Nel 2010 in Italia si potevano contare solo 311 birrifici artigianali, attualmente sono oltre 800, con conseguente aumento esponenziale anche dei volumi di vendita nel mercato interno (il 4% del totale dei consumi di birra) e delle esportazioni. Da prodotto di nicchia, la birra artigianale è entrata a far parte del paniere di beni quotidiani per molti.