



UNC
CONSUMATORI.IT

La birra e la pubblicità collettiva

03 Agosto 2021



Sono abbastanza rare, nella storia della pubblicità italiana, le **campagne pubblicitarie collettive**. Venivano realizzate grazie alla **collaborazione di piccole aziende e consorzi** che si univano con lo scopo di finanziare una **campagna di comunicazione** a sostegno di un interesse comune.

La campagna di oggi, del **1960**, è una delle tante che i produttori di birra sostennero collettivamente nel corso del '900, ma con l'arrivo degli anni '80 questa pratica venne abbandonata.

La produzione della birra in Italia

La **produzione di birra** in Italia ha una storia travagliata rispetto a quella del vino e degli altri alcolici.

Le prime realtà imprenditoriali di rilievo risalgono agli inizi dell'ottocento, e nel 1890 si potevano contare sul

territorio nazionale circa centoquaranta unità produttive.

Nell'arco del ventennio successivo la **produzione italiana** quadruplicò ma allo scoppio della prima guerra mondiale ci fu un forte arresto delle produzioni a causa della carenza di materie prime. Al termine del conflitto i birrifici erano dimezzati e la loro capacità produttiva molto bassa.

Al termine della guerra la produzione ricominciò a crescere ma nel 1927 le nuove **leggi** e gli **aumenti sulle imposte** (da cui i produttori di vino erano esenti) diedero un altro duro colpo ai produttori di birra italiani.

Il mercato crollò nuovamente a picco e moltissime aziende fallirono.

Le **prime campagne pubblicitarie collettive**, risalenti al 1929, contribuirono ad una lenta ripresa ma con la seconda guerra ci fu un nuovo e prolungato arresto.

Durante gli **anni '50** i produttori investirono nuovamente nelle comunicazioni collettive e solo a partire dagli anni '60, con lo sviluppo della tecnologia e della moderna distribuzione, la birra tornò a tutti gli effetti ad essere un prodotto di uso comune nella cultura italiana.

Nel frattempo però la maggior parte dei **piccoli birrifici artigianali** erano scomparsi e le marche di birra italiane sul mercato, in grado di competere con quelle estere, erano pochissime.

Negli ultimi anni stiamo assistendo ad un ritorno dei birrifici artigianali vista anche la crescente attenzione degli italiani al prodotto. Ma questa è un'altra storia...

Continuate a seguirci sulla pagina Instagram [@storiadellapubblicità](#)

Autore: Hiram Gellona

Data: 31 luglio 2021