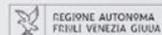




RETERURALE
NAZIONALE
20142020

RURAL
worlds



Malter Ego : i valori del territorio in una birra



Il gruppo di lavoro

- Ammerata Raffaella – Università della Calabria
- Angelozzi Armando – Università degli studi del Molise
- Breda Elena – Università degli studi di Udine
- Femiano Rossella – Università della Calabria
- Giannetti Giacomo – Università degli studi di Urbino
- Stiscia Nicola – Università degli studi del Molise
- Travaglino Annarita – Università degli studi della Campania
- Vespasiano Alessandro – Università della Calabria



Innovazione: parole chiave



#Sostenibilità

#Marketing

#Artigianalità

#Territorio

#Passione

Riduzione del consumo idrico

- Recupero acqua di lavaggio
- Riduzione consumo energia

Efficientamento energetico

(Prevista installazione impianto fotovoltaico)

- E-commerce
 - Beer Garden
 - Finanziamenti per lo shop online
- (Mis. 19)

- Produzione artigianale
- Malteria locale (Narni)

Impiego di prodotti locali

- Merangola
- Grano Verna
- Orzo locale
- Luppolo

- Formazione specialistica (CERB)
- Valorizzazione della biodiversità
- Capacità imprenditoriale
- Produzione birra di qualità
- Convivialità

-30% di acqua

Utilizzo di serbatoi per lo stoccaggio dell'acqua calda

Attrezzature e processi a basso impatto

Degustazioni in azienda

Promozione prodotti territoriali

Cura nel confezionamento e nell'etichettatura

Attenzione al design e allo storytelling del territorio

Collaborazioni con artisti locali (etichette)

Abbinamenti della birra con prodotti locali

Intenzione di mettere a frutto le proprie competenze a beneficio del territorio

Sperimentazione continua di nuovi abbinamenti

Malter Ego: i valori del territorio in una birra



Nascita: 2014



Umbria, Ferentillo (1900 abitanti ca.)

Fondatore: Giovanni Ridolfi

Socio: Andrea Mangione

Produzione: 450-500 hl/anno



Birre top

- Bianca Merangola
- Ursus
- Feronia
- Saturno 500



*Su iniziativa del fondatore **Giovanni Ridolfi** nasce a Ferentillo, borgo ternano compreso nella lista delle «aree rurali con problemi complessivi di sviluppo», il **Birrerificio Magester**, nome derivante da un'iscrizione su un bassorilievo presente nell'abbazia del paese. Tutto inizia con un piccolo impianto pilota ma nel 2016, con l'ingresso del socio **Andrea Mangione** e il potenziamento dell'impianto, la produzione decolla.*

***Ferentillo** ha origini risalenti al II millennio a.C. secondo quanto testimoniato da graffiti rupestri. Numerose sono state le dominazioni dell'attuale borgo, ma la più significativa è stata quella del popolo longobardo che ha segnato il territorio, lasciando numerose opere come **l'Abbazia di San Pietro in Valle** e numerosi castelli. La sua posizione strategica, già dall'epoca romana, ha consentito di creare una rete per il commercio tra la costa tirrenica e quella adriatica, arricchendo il paese anche dal punto di vista culturale.*



I prodotti locali

- Merangola
- Grano antico Verna (1953)
- Orzo umbro
- Luppoli Made in Italy

Mission aziendale

- Valorizzazione del territorio
- Contribuire ad aumentare il livello occupazionale

Gli obiettivi principali

- Creazione linea di birre per persone con intolleranze alimentari
- Creazione di una filiera corta di materie prime
- Installazione impianto fotovoltaico

I risultati attesi

- Riduzione di importazione della materia prima
- Incremento dell'attività agricola
- Produzione a maggiore specificità territoriale



Motivazioni

- Birra artigianale di alta qualità
- Promozione di birra con caratteristiche organolettiche diverse per diffondere e comunicare abbinamento cibo-birra



ANALISI DELLA REALTÀ AZIENDALE



S

Strenght – Punti di forza

- Sostenibilità ambientale ed economica del processo produttivo
- Produzione legata al territorio
- Salvaguardia della biodiversità
- Capacità imprenditoriale
- Formazione specifica del titolare

W

Weakness – Punti deboli

- Area interna con scarso flusso turistico
- Poca visibilità aziendale sui social e sul sito web
- Bassa disponibilità d'investimento

O

Opportunity - Opportunità

- Trasformazione aziendale in Birrificio Agricolo
- Possibilità di accedere a finanziamenti PSR specifici per aziende agricole
- Possibilità di incrementare la produzione di prodotti locali
- Introduzione di nuove colture
- Possibilità di nuove occupazioni per il territorio
- Maggiore resilienza

T

Threats - Minacce

- Rischio spopolamento
- Continuo aumento dei costi di produzione
- Competitività aziendale
- Mercato condizionato dal consumatore: rapporto potere di acquisto e consumo consapevole di birra di alta qualità

Conclusioni

- Diversificazione in fattoria didattica per una maggiore inclusione sociale per persone appartenenti alle fasce deboli e/o occupazione giovanile

- Riduzione prezzo minimo del lotto di vendita on line
- Migliorare la comunicazione sulla qualità del prodotto per elevare la conoscenza del consumatore e posizionare il prodotto su fasce di mercato più remunerative

- Migliorare il sito web e la comunicazione sui social
- Accelerare processo di trasformazione aziendale (da artigianale ad agricolo) per accedere ai nuovi finanziamenti in previsione delle misure PSR sia nella fase transitoria (2021-2022) che future (2023-2027)

