



AREA BIRRA - PACKAGING&DESIGN

Zoe Parisi

KBIRR, LA BIRRA ORGOGLIOSAMENTE NAPOLETANA

UN PACKAGING ACCATTIVANTE E TRASVERSALE, CHE POTESSE ESSERE COMPRESO SIA A LIVELLO NAZIONALE CHE INTERNAZIONALE: È STATA QUESTA L'IDEA DI FONDO CHE HA ACCOMUNATO LE CONFEZIONI DELLA NUOVA KBIRR, BIRRA CAMPANA MADE IN SUD NEL LINGUAGGIO E NEL GUSTO.

Creare una birra di qualità in Campania rigorosamente artigianale. Era questo, da tempo, il sogno di Fabio Ditto, napoletano, fine conoscitore dell'universo birra e general manager di Loco for Drink, azienda leader in Campania nel settore della distribuzione e importazione della birra di alta gamma. Dopo un attento studio e varie cotte condotte con il mastro birraio Achille Certezza, del microbirrifico Chiari Sas, Ditto nel 2015 trova la ricetta perfetta e riesce a realizzare la sua idea. Da questo progetto nasce Kbirr, la prima birra napoletana creata con metodo artigianale, non filtrata e non pastorizzata, presentata in tre diverse tipologie – Lager, Scotch Ale, Imperial Stout – per offrire un buon ventaglio di degustazione agli appassionati, differenziare il prodotto e meglio esprimere quella

famosa 'napoletanità' che riflette una filosofia di vita continuamente sospesa tra il sacro e il profano. Il nome è un omaggio alla cultura napoletana: Kbirr, infatti, deriva dall'esclamazione partenopea di gioia che evoca l'immediatezza, la spontaneità e la passione di questa birra: "Caspita, che birra!". Le tre tipologie hanno un inizio dolce al palato con finale amaro, complesse ma, allo stesso tempo, facili da bere e da degustare, caratterizzate da nomi che evocano espressioni napoletane senza, tuttavia, incorrere nel dialetto tout court. In etichetta sono riportate immagini stilizzate di graphic-design che riprendono alcuni classici dell'iconografia partenopea.

Le tre varianti

La Lager Natavot ha, sull'etichetta, un'immagine stilizzata di San Gennaro e prende il nome dalla devozione che ogni napoletano ha per il santo patrono della città che, ogni 19 settembre, ripete un'altra volta



AREA BIRRA - PACKAGING&DESIGN

(‘natavot’ in napoletano) il miracolo dello scioglimento del sangue. Questa birra è una Lager bionda molto leggera, dal gusto intenso, grazie al luppolo, ma allo stesso tempo altamente digeribile e gustosa e si presta ad essere richiesta e ribevuta più volte. Jattura è una Scotch Ale e ha sull’etichetta il simbolo di un corno stilizzato, emblema per eccellenza a Napoli: com’è noto, infatti, i napoletani sono scaramantici e il corno portafortuna è l’amuleto più diffuso. Per secoli insigni condottieri, tra cui Alessandro



FABIO DITTO

Magno, si fecero raffigurare con questi ornamenti sul capo: le corna erano ritenute sia emblema di potere che di appartenenza e discendenza divina. Per gli uomini era usanza portare un solo cornetto, toccarlo e baciarlo prima di un’impresa bellica o prima di concludere un affare e, qualunque sia oggi il loro utilizzo, i corni rimangono piccoli amuleti legati agli antichi riti magici pagani. Questa birra è caratterizzata da un colore ramato e prodotta con una percentuale di malto di whisky affumicato con legno di torba; al naso, per questo, il torbato risulta subito evidente e si lega a sentori di malto e caramello. Paliat, infine, è una birra molto complessa, una Imperial Stout creata con materie prime di alta gamma (dai malti tostati al luppolo). Nel dialetto napoletano Paliat si traduce in ‘solenne bastonata, picchiare con forza’: sull’etichetta è raffigurato un mastino napoletano, per rimandare al significato di per-cotere, cioè scuotere intensamente e continuamente. La birra, infatti, ha un’elevata gradazione alcolica, pari a oltre 9°, che scuote piacevolmente, ma intensamente, chi la degusta; al palato si presenta corposa con un impatto maltato che lascia spazio a note di caffè, nocciola e cioccolato amaro.

Icona della ‘napoletanità’

I diversi layout sono stati realizzati dall’azienda partecipata a Loco for Drink Impact, che si occupa di consulenza, sviluppo e creazione di packaging. «In Impact - racconta Fabio Ditto - sviluppiamo imballaggi ‘tailor made’, ovvero a misura delle diverse necessità della cliente-

la. Questo progetto era da sempre un mio sogno e, quando ci sono state le condizioni per realizzarlo, in due mesi lo abbiamo portato a termine. Nel settembre 2015 ho eseguito in azienda un panel di degustazione e ideazione del packaging di Kbirr, un vero e proprio brainstorming in cui ho coinvolto tutti gli uomini a capo delle aeree strategiche della nostra realtà, in modo da sondare differenti esigenze e gusti. Cercavamo un pack che rappresentasse la ‘napoletanità’: un modo

di intendere la vita, di ricordare, di sentire. In sintesi, l’insieme delle tradizioni, degli usi, delle qualità e degli atteggiamenti spirituali che costituiscono il patrimonio storico della città di Napoli e dei napoletani, senza cadere nei luoghi comuni. Un packaging accattivante, quindi, ma anche trasversale, che potesse essere compreso a livello nazionale e internazionale, icona di una birra campana Made in Sud nel linguaggio così come nel gusto». Da qui è nata Kbirr, un prodotto emozionale che dimostra come il territorio campano sia vocato alla produzione della birra e non abbia nulla da invidiare ai Paesi europei.

Font caotico e grafica infantile

«La nostra è una birra moderna, contemporanea, semplice, diretta, festosa nel linguaggio e nel packaging e rigorosa nel metodo di produzione: un progetto tutto partenopeo - continua Ditto -. Grazie al lavoro di Impact, e nello specifico a quello del grafico, Luca Cordua, che ha realizzato tutte le etichette, la definizione grafica è stata semplice. Ci siamo divertiti a inventare, pensare e creare, dal momento che il nostro team era già affiatato, e, come i grandi creativi, lo abbiamo fatto nel tempo libero, tra un lavoro e un altro». Il font delle etichette, che riportano le schede tecniche dei prodotti, è volutamente caotico, al fine di riprodurre la cultura multietnica napoletana e le varie sfumature di lingue che hanno dominato la città, da quella ispanica all’araba, fino a quella romana antica. Anche la grafica infantile richiama la spensieratezza e la gioia del popolo meridionale, così come gli stessi colori

Loco for Drink, passione per la birra

Loco for Drink è l’azienda leader in Campania per l’importazione e distribuzione di birre di marche nazionali e internazionali tra le più blasonate del mercato mondiale, con una particolare attenzione alle produzioni di microbirrifici a lavorazione artigianale: le Lager, principalmente, come Paulaner, Warsteiner, Fosters, König Ludwig, Maes, Hacker Pschorr, ma anche le trappiste, per veri puristi. Oggi l’azienda, localizzata a Ponte Riccio (Na), conta 200 clienti in tutta la Campania (birrerie, principalmente, ma anche pizzerie e ristoranti), e i suoi valori sono l’autorevolezza sul mercato, la credibilità e le garanzie dei progetti proposti ai clienti. La sede è sviluppata su 4.000 mq di

superficie ed è dotata di magazzino e uffici di rappresentanza, per accogliere il cliente finale e fare formazione e consulenza nel settore della birra: dal come scegliere la birra più adatta ai propri clienti a come servirla o abbinarla, fino a come trasformare il proprio locale. «Ho fondato io la società - racconta Ditto -. La passione per la birra è nata in me da piccolo, grazie a una mia zia napoletana immigrata a Monaco di Baviera. In Germania ho scoperto le potenzialità e l’universo della birra e nel 1999 ho creato Loco for Drink, che oggi dà lavoro a 15 impiegati e a 6 agenti coinvolti nella distribuzione. Negli ultimi 5 anni abbiamo registrato una crescita del 100%, non solo

grazie all’ampia scelta di prodotti di gamma, ma anche per via della creazione di figure professionali che si occupano di formazione e consulenza nello start up. Abbiamo incrementato i volumi di vendita anche nelle pizzerie: i consumatori sono sempre più attenti e scelgono birre artigianali prodotte con il metodo dell’editto della purezza, che obbliga il birraio a utilizzare solo acqua, malto d’orzo e luppolo e lievito. Da questa esperienza e dalla grande passione per la birra è nato l’anno scorso il progetto Kbirr. Siamo stati i primi, inoltre, in Campania, ad aver introdotto il progetto Var (vuoto a rendere): non soltanto una buona pratica rispettosa dell’ambiente, ma una vera e propria strategia

commerciale a tutto vantaggio del cliente, dal momento che il riutilizzo delle confezioni porta a un risparmio economico del 20%. Chiaramente questo progetto ci obbliga a un ciclo di lavorazione più complesso rispetto alla bottiglia usa e getta, ma io credo sia il futuro. Nel 2014, infine, Loco for Drink è stata premiata dal Gruppo Unicredit banca d’impresa con il premio ‘Ok Italia’, un riconoscimento rivolto ad aziende che meglio si sono imposte sul mercato in breve tempo attraverso un servizio di qualità e una scelta di prodotti di alta gamma. Per il futuro? Ci stiamo organizzando commercialmente per approcciare a nuovi mercati, come quello europeo e nordamericano, dove già esportiamo con la nostra consociata Impact».



Jattura - dettaglio



Natavot - dettaglio



Paliat - dettaglio

in etichetta riprendono quelli della terra vulcanica. “Questo è stato un progetto completo, dal pensiero del prodotto alla sua presentazione; è il processo che ha reso la birra unica e l’ha posizionata, dandogli voce e carattere. Le tre tipologie di Kbirr sono esclusive nello spirito e nel gusto e si rivolgono alla ‘gente di birra’ - ormai divenuto il nostro claim -, a tutti quelli che sono alla ricerca di una birra dal nome familiare e dal sapore totalmente artigianale. Il loro linguaggio è trasversale, simpatico e accattivante e il mercato sta già rispondendo in modo positivo e sorprendente al prodotto, che crediamo possa emergere non solo localmente, ma anche a livello nazionale e internazionale».

Verso le 20.000 bottiglie/mese

La produzione di Kbirr per il momento è limitata infatti al mercato locale, che sta facendo da test, ma l’idea di Ditto è quella di espandersi commercialmente con il nuovo brand. «Vorremmo fosse un prodotto esclusivo, di alta gamma, e stiamo lavorando a questo posizionamento tramite la comunicazione. Il nostro obiettivo era legare Kbirr al territorio, dal momento che la birra, come altri prodotti alimentari, proviene dalla terra, ma volevamo anche stupire e far parlare di noi, e grazie al packaging, e al prodotto stesso, ci siamo riusciti. Le persone che provano Kbirr richiedono la birra napoletana. Già importanti clienti hanno scelto la nostra produzione e siamo sicuri che presto lo faranno anche molti ristoranti stellati, pizzerie di alta qualità e pub gourmet». A detta del general manager, l’alta qualità del prodotto, la sua grande bevibilità, l’utilizzo di materie prime selezionate e il procedimento a bassa fermentazione sono i punti di forza di Kbirr, per sviluppare la quale sono stati interpellati fornitori campani che avevano già lavorato con Inpact. Ad oggi la produzione si attesta sulle 3.000 bottiglie al mese, ma, vista la crescita esponenziale di Kbirr, Loco for Drink ha ordinato una linea di imbottigliamento che sarà in grado di produrre, entro la fine dell’anno, 20.000 bottiglie al mese. La linea, nello specifico, sarà composta da un tavolo motorizzato Dogliotti, un

monoblocco di riempimento e tappatura Borelli, modello Compact System C12HDC, un tunnel di asciugatura Republic Blower Systems, un’etichettatrice Enos T4 e una riempitrice fusti Masterkeg Compact MB01 S della Sifa.

Birre ‘Speciali’ in crescita

«La birra è una bevanda universale molto apprezzata dai consumatori - conclude Ditto -. Noi siamo convinti che in Italia abbia ancora tantissime potenzialità, soprattutto se riusciremo a eliminare la banalizzazione che spesso ne contraddistingue il consumo, allargando la cultura di questa merceologia e ampliandone l’impiego in termini di volumi e di ‘momenti’. Accanto al consumo dei brand tradizionali, appartenenti al segmento delle Birre ‘Standard’ e ‘Premium’, si sta evidenziando una forte crescita delle Birre ‘Speciali’: questa tendenza delinea un terreno estremamente fertile per accontentare un consumatore che attribuisce sempre maggior importanza alla qualità del prodotto ed è sempre più esigente. Anche nel segmento dell’alta ristorazione credo che il connubio cucina stellata e birra di alta qualità sia possibile. Il lavoro di squadra è stato per noi molto importante per ottenere risultati durevoli nel tempo e rimanere al passo con la crescita del gruppo; a questo si deve aggiungere la trasparenza e la chiarezza della nostra offerta e il rapporto di fiducia con il cliente, che dura da vent’anni. Per il 2016 desideriamo consolidare e rafforzare il nostro posizionamento sul mercato campano, attraverso un’ulteriore accelerazione della crescita nel comparto birra, ma stiamo lavorando anche a molti progetti relativi alla cultura della birra, come Birrando, nato con l’intento di far conoscere al grande pubblico specialità birrarie di nicchia, prodotti che, per diversi motivi, non possono essere distribuiti in modo costante e continuativo, perché magari produzioni ridotte o stagionali. Ogni mese Loco for drink presenta la ‘birra novità’ e il locale la propone alla sua clientela per 30 giorni: questo strumento ci permette di fare cultura sia al locale che ai clienti». ■

© RIPRODUZIONE RISERVATA