



RINASCITA ITALIANA, BIRRA AMARCORD ATTIVA AZIONI DI SUPPORTO ALLA FILIERA HO.RE.CA e DELIVERY



Rimini, 21 aprile 2020 – “La crisi innescata dal COVID-19 riguarda tutta la filiera [Ho.re.ca](#), dai produttori fino ai punti di consumo, attraversando la distribuzione. Ogni singolo attore può decidere se attendere passivamente

l'evolversi della situazione o se provare a reagire. In questo ultimo caso l'azione non può essere sufficiente se fatta solo per salvaguardare il proprio interesse, perché la gravità della situazione richiede coesione, sinergia, solidarietà e dialogo in tutta la filiera".

E partendo da questo presupposto che i fratelli **Andrea ed Elena Bagli**, titolari di **Birra Amarcord**, hanno deciso di mettere in campo una serie di iniziative commerciali per aiutare i ristoranti ad attraversare questa fase complicata, stimolando e supportando due importanti canali: l'[Ho.re.ca](#) e il Food Delivery.

Il nome del progetto scelto dall'azienda nata a Rimini è **#rinascitaitaliana**, per sottolineare il desiderio di ripresa di una realtà locale che, con orgoglio tutto italiano, varca i propri confini e si rivolge all'ambito nazionale e anche all'estero.

*"Birra Amarcord è un birrificio, ma soprattutto una famiglia e come in tutte le famiglie, se ci si trova ad affrontare un periodo difficile, ci si aiuta – spiega **Andrea Bagli** – Ecco perché abbiamo pensato di sostenere la filiera [ho.re.ca](#). dando la possibilità di acquistare le nostre birre ad un prezzo molto vantaggioso, affinché chi sceglie di ordinare il food presso i ristoranti usufruendo del delivery, possa anche bere ad **un prezzo conveniente** una birra italiana di qualità".*

Di fronte ai tanti esercenti che si interrogano su come sia possibile continuare ad operare in questo difficile contesto, Birra Amarcord sta cercando di stimolare i propri clienti ad avviare il servizio di delivery, aiutando i gestori dei ristoranti a fare questo passo grazie ad importanti incentivi e sconti.

*"In questo momento di lock-down il consumatore finale sta modificando le proprie abitudini d'acquisto, spostandosi sempre più verso un approccio tecnologico che da un lato cerchi di salvaguardare le abitudini precedenti alla crisi, e dall'altro di rispettare i vincoli della salute pubblica. – aggiunge **Andrea Bagli** – Queste modifiche, oltre che essere repentine e drastiche, si manterranno in parte anche dopo l'emergenza, costringendo i Punti Vendita, e di conseguenza i Distributori, a ripensare l'approccio al cliente e l'offerta di prodotti e servizi".*

Entrando nel merito della scontistica, Andrea Bagli aggiunge: *"Intendiamo applicare uno sconto del 50% sul listino di tutte le nostre referenze in bottiglia. Ma la cosa più importante è che questa considerevole scontistica sia trasferita tramite sia il Distributore che tramite l'Esercente, fino al Consumatore Finale. In questa fase di lancio dell'iniziativa, stiamo innanzitutto coinvolgendo i nostri Distributori su tutto il territorio italiano, in modo che l'azione coinvolga tutta la filiera [Ho.Re.Ca](#). per*

arrivare fino al Consumatore Finale. Stiamo dialogando insieme a tutti i nostri partner, per poter essere il più capillari possibile. Ovviamente, sul nostro territorio, dati i rapporti diretti con diverse realtà della ristorazione, abbiamo avuto immediatamente un riscontro molto positivo”.

Un’iniziativa che ha l’obiettivo soprattutto, di permettere all’Esercente di creare dei menù completi **food & BirraAmarcord** ad un prezzo molto vantaggioso. Per il Consumatore Finale, ci sarà la piacevole sorpresa di poter acquistare le proprie birre preferite tra quelle delle linee Birra Amarcord, Bad Brewer e Birra AMA, ad un prezzo esclusivo.

Ufficio Stampa – Nuova Comunicazione

Laura Ravasio cell. 348 9330574 – email ravasio@nuovacomunicazione.com

Barbara Bastianelli cell. 3351386454 – email barbara@nuovacomunicazione.com