

# Abbandonare l'ESG? Errore fatale per i brand del beverage

scritto da Emanuele Fiorio | 11 Luglio 2025



*Nonostante la crescente pressione politica e normativa, l'ESG non ha perso rilevanza per i brand del beverage. Tra crisi climatica, richieste dei consumatori e strategie d'investimento, la sostenibilità resta al centro. Chi la abbandona rischia di perdere competitività, fiducia e visione strategica. L'articolo analizza perché restare sulla rotta ESG è essenziale.*

**L'ESG è morto?** Solo per chi non guarda i dati. Negli ultimi mesi titoli sensazionalistici, battute d'arresto e venti politici contrari, soprattutto negli Stati Uniti, hanno alimentato il sospetto che l'Environmental, Social and Governance (ESG) sia arrivato al capolinea. Ma la realtà –

soprattutto per chi opera nel settore beverage – è molto diversa. Anzi, come sottolinea un'analisi pubblicata da Global Drinks Intel a firma di Rosie Davenport, **abbandonare le pratiche ESG oggi equivarrebbe a un suicidio strategico per i brand che vogliono continuare a crescere.**

Il contesto normativo è certo in evoluzione. L'Unione Europea ha rallentato l'adozione della Corporate Sustainability Reporting Directive e negli USA la SEC (Securities and Exchange Commission, l'ente federale statunitense preposto alla vigilanza delle borse valori) ha fatto marcia indietro sulla difesa delle regole di trasparenza climatica. Ma l'idea che questi mutamenti segnalino la fine dell'ESG è una semplificazione pericolosa. **Le aziende più lungimiranti stanno riformulando il linguaggio**, parlando oggi di "business responsabile" ma i principi guida sono rimasti gli stessi: trasparenza, impatto ambientale, responsabilità sociale.

**Nel settore beverage, dove la dipendenza dalle risorse idriche e dalle risorse agricole è elevata, l'ESG non è una moda, ma un criterio per la sopravvivenza a lungo termine.** Eventi climatici estremi mettono a rischio colture fondamentali come orzo, uva e canna da zucchero. La scarsità d'acqua obbliga birrifici e cantine a ripensare i propri processi produttivi.

Esempi concreti? **Heineken ha avviato progetti di tutela delle risorse idriche in 41 siti a rischio, mentre Diageo sta investendo nell'agricoltura rigenerativa** per garantire la continuità della propria filiera di approvvigionamento.

Anche sul fronte finanziario, l'ESG resta un driver centrale di creazione di valore. Secondo una recente ricerca di Morgan Stanley, **l'80% degli investitori istituzionali prevede un aumento degli investimenti sostenibili nei prossimi due anni.** Ma oggi non bastano più dichiarazioni generiche: gli investitori chiedono evidenze misurabili su emissioni, tracciabilità della filiera, gestione dell'acqua.

Per i brand del beverage questo significa integrare gli indicatori ESG nella performance finanziaria, rendendo la rendicontazione più rigorosa, concreta e centrata sui temi davvero rilevanti per il proprio modello di business.

Chi pensa che l'ESG sia solo una questione di burocrazia dimentica il ruolo dei consumatori. E in particolare di quelli più giovani. **Gen Z e Millennials attribuiscono un valore crescente alla sostenibilità quando scelgono un brand**, soprattutto in un momento in cui si registra una riduzione del consumo alcolico tra queste fasce demografiche.

I numeri parlano chiaro: secondo un report congiunto di McKinsey e NielsenIQ, **i prodotti con claim ESG hanno registrato una crescita media delle vendite del 28% tra il 2017 e il 2022, contro il 20% dei prodotti privi di riferimenti alla sostenibilità**. I consumatori vogliono sapere da dove proviene una bevanda, come è stata prodotta e se il brand condivide i loro valori.

Il boom dei no/low alcohol, l'innovazione nei packaging sostenibili e l'attenzione alle materie prime etiche sono risposte dirette a una domanda che parte dal basso.

L'evoluzione dell'ESG sta portando a un approccio più pragmatico e integrato. I leader del settore hanno capito che gli interventi su acqua, energia e imballaggi circolari generano benefici sia ambientali che economici. **Heineken, per esempio, ha ridotto del 11% il consumo d'acqua nelle proprie operazioni dal 2018. Un risparmio reale anche in termini di costi operativi.**

Questa visione integrata è quella che trasforma l'ESG da "costo reputazionale" a leva strategica per il miglioramento della marginalità e della resilienza aziendale.

**L'ESG ha certamente bisogno di una riformulazione.** Occorre maggiore chiarezza nei linguaggi, obiettivi più realistici e metriche più solide. Ma abbandonarlo del tutto sarebbe un

errore storico. I grandi player del beverage non devono rendere conto solo agli azionisti, ma a un intero ecosistema che include agricoltori, fornitori, distributori e clienti.

In un momento di turbolenza globale, l'ESG rappresenta un alleato per gestire le interdipendenze, ridurre i rischi e cogliere nuove opportunità. Chi saprà evolvere, senza rinunciare, sarà il vero vincitore di questa nuova stagione.

---

## **Punti chiave:**

- 1. Il calo dell'attenzione normativa non equivale alla fine dell'ESG:** la sostenibilità continua a essere centrale per la strategia aziendale nel beverage.
- 2. Il cambiamento climatico minaccia direttamente la filiera:** colture come orzo, uva e zucchero sono vulnerabili, rendendo l'ESG un imperativo operativo.
- 3. Gli investitori richiedono trasparenza e dati misurabili:** non bastano più promesse, servono piani concreti legati alla performance finanziaria.
- 4. I consumatori, soprattutto giovani, premiano i brand sostenibili:** i prodotti ESG-oriented crescono più rapidamente e fidelizzano di più.
- 5. L'ESG sta maturando verso un modello più pragmatico:** integrazione nei processi, riduzione dei costi e resilienza sono i nuovi driver.