

# ESG nel settore beverage: le 5 tendenze trainanti

scritto da Emanuele Fiorio | 20 Agosto 2025



In un mercato dove sostenibilità e coerenza sono imprescindibili, le aziende del beverage affrontano una trasformazione radicale. L'articolo esplora le cinque tendenze ESG che stanno ridefinendo strategie, filiere e comunicazione nel comparto alcolici, tra nuove responsabilità sociali, innovazione e rendicontazione misurabile.

In un'epoca in cui le parole d'ordine sono **responsabilità, impatto misurabile e fiducia**, le aziende del settore beverage non possono più permettersi dichiarazioni di principio prive di azioni concrete. Come sottolinea l'approfondimento pubblicato da *Just Drinks* ("The top five ESG trends reshaping the global drinks industry"), i tempi delle promesse generiche sono finiti: oggi gli investitori chiedono rendicontazioni dettagliate sui rischi aziendali e i consumatori scelgono solo

brand coerenti con i propri valori etici.

Il quadro normativo, seppur frammentato – basti pensare ai rinvii nell'attuazione della **Corporate Sustainability Reporting Directive** in Europa o alle tensioni politiche sul tema ESG negli USA – non frena un trend globale: chi non evolve rischia di restare indietro.

Ecco le **5 tendenze ESG** che stanno ridefinendo il futuro del comparto alcolici e come le aziende stanno reagendo.

## **1. Anti-greenwashing e certificazioni ESG: trasparenza obbligatoria**

Con l'aumento della sensibilità ESG, cresce anche il rischio di affermazioni fuorvianti. Normative come la **Green Claims Directive europea impongono ora prove documentate e verificabili a sostegno delle dichiarazioni ambientali**.

Le aziende si stanno adeguando: coinvolgono in fase iniziale team legali e di compliance, adottano revisioni indipendenti, e migliorano i processi di comunicazione per evitare linguaggi vaghi o esagerati.

**Audit ESG, dati verificati e comunicazioni semplificate** diventano dunque strumenti fondamentali per costruire fiducia e ridurre il rischio reputazionale e legale.

## **2. Dalle promesse all'impatto misurabile**

Oggi serve dimostrare i risultati ottenuti lungo tutta la filiera del valore.

Le aziende devono fornire dati concreti: **litri d'acqua risparmiati, tonnellate di CO<sub>2</sub> evitate, rifiuti sottratti alle discariche**. L'attenzione si sposta su ciò che può davvero essere controllato e che ha il maggiore impatto negativo.

Le aziende del beverage stanno così **integrando l'ESG nei KPI aziendali**, nei report destinati agli investitori e nei processi produttivi quotidiani, spostando il focus

dall'ambizione alla **accountability**.

### **3. Salute, moderazione e impatto sociale: nuove priorità ESG**

Oltre ai diritti dei lavoratori e alla diversità, emerge con forza il tema della **responsabilità sociale** legata al consumo di alcol. La prevenzione dell'abuso, la promozione della moderazione e l'offerta di **opzioni no/low alcohol** diventano elementi distintivi per i brand più attenti.

Le iniziative che un tempo ricadevano sotto l'etichetta CSR (Corporate Social Responsibility) oggi si consolidano in una visione strategica ESG: **marketing responsabile, prevenzione del consumo minorile e trasparenza sugli effetti sulla salute sono al centro degli investimenti**.

Questa tendenza riflette il crescente interesse dei consumatori per **benessere, inclusività e coerenza etica**.

### **4. Packaging sostenibile e innovativo**

Il packaging, elemento altamente visibile e impattante, è al centro di una profonda trasformazione. I brand stanno sperimentando **bottiglie leggere, sistemi riutilizzabili e etichette digitali** (QR code) per comunicare impatti ambientali, tracciabilità e informazioni sanitarie.

Il futuro del packaging sarà dettato dalla capacità di innovare, ridurre i materiali e **aumentare la riciclabilità**, ma anche dalla disponibilità dei consumatori ad adottare nuovi comportamenti: **riuso, raccolta differenziata e formati alternativi**.

### **5. Supply chain etica e agricoltura rigenerativa**

La richiesta di **tracciabilità e trasparenza** lungo l'intera catena di approvvigionamento non accenna a diminuire. Poiché

l'agricoltura è una delle principali fonti di emissioni, le aziende stanno puntando su **agricoltura rigenerativa**, riduzione delle emissioni Scope 3 (emissioni indirette di gas serra generate lungo l'intera catena del valore di un'azienda) e politiche di approvvigionamento ESG-driven.

Oggi chi riesce a selezionare e valutare i fornitori, garantire controlli, miglioramenti e condizioni di lavoro eque, si posiziona come leader credibile nel mercato. Gli strumenti come la **finanza sostenibile e i criteri ESG per gli acquisti** stanno accelerando questa trasformazione.

## Trasformare l'ESG da obbligo a vantaggio competitivo

Il settore degli alcolici, come molti altri comparti industriali, si trova nel pieno di una trasformazione epocale. Se da un lato rimangono **lacune nella misurazione delle emissioni Scope 3** e nella **rendicontazione dell'ESG sociale**, dall'altro emerge con forza un'opportunità: trasformare l'ESG da obbligo a **vantaggio competitivo**.

Le aziende che sapranno **dimostrare coerenza tra ciò che dichiarano e ciò che realmente fanno** saranno quelle che conquisteranno la fiducia di investitori e consumatori. E in un mondo sempre più attento a impatti e valori, questa sarà la chiave per restare rilevanti.

---

### Punti chiave:

1. **Trasparenza obbligatoria:** la lotta al greenwashing impone prove verificabili, audit ESG e comunicazione precisa per evitare rischi legali e reputazionali.
2. **Misurabilità concreta:** i brand devono dimostrare l'impatto ESG con dati chiari lungo tutta la filiera,

superando le promesse generiche.

3. **Salute e impatto sociale:** cresce l'attenzione su consumo responsabile, opzioni no/low alcohol e marketing etico.
4. **Packaging sostenibile:** materiali ridotti, riutilizzo e innovazioni digitali diventano centrali per ridurre l'impatto ambientale.
5. **Filiera etica e agricoltura rigenerativa:** la trasparenza nella supply chain e la riduzione delle emissioni Scope 3 sono nuove priorità strategiche.