



Comunicato stampa

Centro Informazione Birra (CIB) di AssoBirra

Birra e sostenibilità: la Gen Z guida la rivoluzione green

In occasione della Giornata Mondiale della Terra, AssoBirra presenta la nuova edizione del Centro Informazione Birra (CIB) e mette in evidenza l'impatto della sostenibilità sul consumo di birra, oggi fattore chiave per 3 consumatori su 4.

La Gen Z emerge come traino verso modelli di consumo più consapevoli. Tra i principali driver di scelta per l'acquisto di una birra, spicca l'importanza dell'agricoltura sostenibile e del packaging ecologico.

Alla scoperta della sostenibilità nella filiera produttiva, tra circolarità, innovazione e best practice: la parola al Direttore per l'Area Politiche per l'Ambiente, l'Energia e la Mobilità di Confindustria, Marco Ravazzolo

Milano, 15 aprile 2025 - **Una birra sempre più sostenibile.** In un contesto in cui i consumatori sono sempre più attenti all'impatto delle proprie scelte quotidiane, la sostenibilità emerge come un **fattore chiave** anche nelle decisioni d'acquisto legate al mondo della "bionda". Pratiche produttive responsabili, packaging ecologico e utilizzo di energia rinnovabile diventano elementi sempre più rilevanti per gli amanti della birra. La sostenibilità, infatti, **guida le preferenze di oltre tre consumatori su quattro**, coinvolgendo trasversalmente tutte le generazioni, con la **Gen Z** a fare da traino verso modelli di consumo più consapevoli.

Sono queste le principali evidenze emerse dall'ultima **indagine condotta da BVA Doxa per il Centro Informazione Birra (CIB) di AssoBirra**, la fotografia periodica sul mondo birrario italiano attraverso lo sguardo dei consumatori, dei principali player della filiera birraria e della stessa AssoBirra, che per questa edizione, presentata in occasione della Giornata Mondiale della Terra, **accende i riflettori sulla sostenibilità dell'ecosistema brassicolo e sul binomio sostenibilità e birra agli occhi del consumatore**, analizzando quali siano le **pratiche sostenibili più rilevanti nella scelta di una birra** e quali iniziative vengano percepite come più importanti. Spazio anche a un approfondimento sul ruolo dell'economia circolare e sulle pratiche sostenibili adottate dalle imprese, con il coinvolgimento del Direttore per l'Area Politiche per l'Ambiente, l'Energia e la Mobilità di Confindustria, **Marco Ravazzolo**.

SOSTENIBILITÀ: IL FATTORE CHIAVE NELLE SCELTE D'ACQUISTO E CONSUMO

La sostenibilità è un fattore importante nelle scelte d'acquisto per **oltre il 75% dei consumatori**, con la **Gen Z** che mostra una sensibilità leggermente superiore (il **30%** lo ritiene un fattore **molto importante**) rispetto a Millennials (24%) e Gen X (25%). Le differenze generazionali evidenziano che la **Gen Z** presta particolare attenzione al **packaging ecologico (43%)** e anche alla **salute e sicurezza sul lavoro (24%)**; i **Millennials** si concentrano sull'**utilizzo di energia pulita (37%)**, mentre la **Gen X** pone maggiore enfasi sulla **tutela del suolo (56%)** e sulla **produzione locale e**



stagionale (47%), quali azioni più importanti che un'azienda alimentare dovrebbe adottare in termini di sostenibilità.

L'IMPORTANZA DELLA FILIERA PRODUTTIVA SOSTENIBILE

I consumatori di tutte le generazioni, di concerto, ritengono importante che le aziende produttrici di birra **adottino pratiche sostenibili** e siano in grado di comunicarle in modo efficace, con la **Gen X** che si distingue come quella **maggiormente influenzata** dalle stesse: il **41%** del campione considera infatti questa pratica molto importante, dato che si attesta invece al 33% per la GenZ e al 27% per i Millennials.

Inoltre, la maggior parte dei consumatori considera **credibile** che un'azienda produttrice di birra adotti pratiche sostenibili (**77%**). Più bassa, ma comunque significativa, è la percentuale di chi percepisce come **coerenti** queste azioni rispetto all'immagine trasmessa dall'azienda (**59%**). In questo contesto, i **Millennials** si distinguono come la generazione **più convinta dell'allineamento tra promesse e comportamenti sostenibili (67%)**, mentre la **Gen Z** si mostra **più scettica (52%)**.

Nonostante questi numeri, la maggior parte degli intervistati **non conosce il termine "greenwashing"** o "ecologismo di facciata" (**65%**), la **Gen Z** risulta la **più informata (44%)**, di questi solo il **58%** riesce a definire correttamente il significato.

"La nuova edizione del CIB accende i riflettori su una delle sfide più attuali e decisive per il futuro del settore birrario: la sostenibilità. In un contesto in cui i consumatori sono sempre più attenti all'impatto ambientale delle loro scelte, anche il mondo della birra è chiamato a fare la propria parte, investendo in innovazione, trasparenza e responsabilità lungo tutta la filiera," commenta **Andrea Bagnolini, Direttore Generale di AssoBirra**. *"Oggi sostenibilità significa saper rispondere a nuove sensibilità, ripensare modelli produttivi in ottica circolare e contribuire a un cambiamento culturale che parte dal prodotto ma coinvolge tutta la comunità. È un percorso che richiede impegno e che rappresenta un'opportunità strategica per rafforzare il legame tra la birra, il territorio e i consumatori di domani".*

ATTIVITÀ SOSTENIBILI: DRIVER DI SCELTA DI ACQUISTO DI UNA BIRRA

Dall'indagine del Centro Informazione Birra emerge anche un crescente interesse per la **sostenibilità nei comportamenti d'acquisto e nelle abitudini di consumo legate alla birra**, con la **Gen Z** a fare da traino: ben il **40%** degli intervistati appartenenti a questa generazione dichiara di essere consapevole di aver acquistato birra prodotta da aziende sostenibili, rispetto al **29%** dei **Millennials** e al **25%** della **Gen X**. Oltre la metà dei consumatori, indipendentemente dalla generazione, si dichiara **disposta a pagare fino al 10% in più** per una birra sostenibile. La **Gen Z** si conferma la più coinvolta, con il **27%** pronto a spendere **fino al 20% in più**, dimostrandosi la classe generazionale che ha **più profondamente modificato le proprie abitudini d'acquisto** in chiave sostenibile.

Tra i principali **driver di scelta**, emergono **l'agricoltura sostenibile (42%)** e il **packaging ecologico (37%)**, con un picco del **50%** per la sola **Gen X** sul primo aspetto. In forte crescita tra i più giovani anche la rilevanza attribuita all'**utilizzo di energia rinnovabile**, come quella solare o eolica, indicata dal **32%** della **Gen Z**.

Infine, per gli intervistati di tutte e tre le generazioni sono i **social media** il canale preferito per ricevere informazioni sulle attività sostenibili delle aziende produttrici di birra (**75%**), dato che **supera la TV (56%)** come principale mezzo di informazione in quest'ambito.



SOSTENIBILITÀ ED ECONOMIA CIRCOLARE: UN PERCORSO GIÀ IN ATTO. LA PAROLA ALL'ESPERTO

A offrire una lettura più ampia sul ruolo della sostenibilità all'interno dei processi produttivi è **Marco Ravazzolo**, Direttore dell'Area Politiche per l'Ambiente, l'Energia e la Mobilità di Confindustria, che sottolinea come le **imprese italiane** stiano già dimostrando una **crescente maturità nel recepire i principi dell'economia circolare**, trasformandoli in leve strategiche di competitività.

“L'Italia è tra le economie più sostenibili d'Europa: basti pensare che, pur essendo la seconda potenza manifatturiera dell'Unione europea, si posiziona solo al diciassettesimo posto per intensità di emissioni. Questo testimonia un'elevata efficienza produttiva e un percorso concreto verso la transizione ecologica,” afferma **Ravazzolo**.

Un impegno che si traduce anche in **buone pratiche e progettualità tangibili**: *“Come Confindustria abbiamo raccolto numerose esperienze virtuose all'interno del nostro Rapporto sull'economia circolare, presentato recentemente al Parlamento europeo. Dalla valorizzazione dei sottoprodotti all'uso efficiente delle risorse, fino all'adozione di tecnologie per il recupero e il riutilizzo dei materiali, il nostro sistema industriale sta dimostrando grande capacità di adattamento. E questo vale anche per comparti come quello birrario, che possono integrare soluzioni sostenibili lungo tutta la filiera.”*

Dalla simbiosi industriale alla gestione circolare degli imballaggi, le opportunità sono molteplici e concrete. Il settore birrario, in particolare, può **trarre vantaggio** da pratiche che puntano alla **riduzione degli sprechi**, all'**ottimizzazione delle materie prime** e all'utilizzo di **fonti energetiche rinnovabili**, contribuendo così a soddisfare le aspettative di un consumatore sempre più consapevole e attento.

“La sostenibilità rappresenta oggi una leva imprescindibile per creare valore lungo tutta la filiera birraria, in linea con le aspettative di consumatori sempre più consapevoli e informati. Con questa prima edizione 2025 del nostro CIB vogliamo continuare a raccontare il percorso che il settore sta compiendo, valorizzando le esperienze virtuose e promuovendo una cultura d'impresa responsabile, capace di coniugare qualità, innovazione e rispetto per l'ambiente” conclude **Andrea Bagnolini**.

La versione integrale del CIB è disponibile al seguente link: [SCARICA QUI](#).

Il **Centro Informazione Birra (CIB)** di AssoBirra è l'istantanea che con cadenza periodica accende i riflettori sui cambiamenti in atto nel mondo birrario italiano attraverso lo sguardo dei consumatori intervistati da BVA Doxa, dei principali player della filiera birraria e della stessa AssoBirra.

Nota metodologica: l'indagine è stata condotta da BVA Doxa per AssoBirra tramite interviste online CAWI su un campione di 694 individui di età compresa tra i 18 e i 65 anni.

Per ulteriori informazioni, contattare:

CONNEXIA

Ufficio stampa AssoBirra
assobirra-pr@connexia.retex.com
Tel. +39 02 8135541



AssoBirra dal 1907 riunisce le maggiori aziende che producono e commercializzano birra, malto e luppolo in Italia che complessivamente coprono più del 92% della produzione di birra nazionale, rappresentano il 72% di birra immessa al consumo nel nostro Paese, dando lavoro direttamente e con l'indotto a circa 109.000 persone. Rappresenta la casa della birra italiana all'interno di Confindustria, riunendo oltre 40 associati tra grandi, medi e piccoli birrifici, insieme con le 2 malterie e una rete di produttori di luppolo. AssoBirra svolge per il settore birrario compiti di rappresentanza istituzionale, promozionale e di sviluppo. AssoBirra è anche l'organismo incaricato di valorizzare l'immagine della birra e a questo scopo, oltre a promuovere studi e ricerche su tutti gli aspetti legati al mondo birrario, promuove anche campagne di relazioni pubbliche finalizzate alla crescita della cultura della birra e alla sensibilizzazione ad un consumo responsabile. Per ulteriori informazioni: www.assobirra.it