



BERARII
ROMÂNIEI

RAPORT ANUAL 2025

21

ani de activitate



MEMBRI



**ASOCIAȚIA PRODUCĂTORILOR DE HAMEI
DIN ROMÂNIA**



PARTENERI





CUPRINS

- pag 4** / Piața berii în 2025
- pag 5** / Mesajul Președintelui
- pag 6-7** / Ce reprezintă berea pentru români
- pag 8-9** / Vocea decidenților
- pag 10-11** / Momente cheie
- pag 12** / Dinamica pieței berii
- pag 13** / Producția de bere din România
- pag 14** / Impactul în piața muncii
- pag 15** / Preferințele consumatorilor în 2025
- pag 16-18** / Vocea partenerilor
- pag 19** / Membrii noștri
- pag 20 - 29** / 21 de voci din industrie
- pag 30-49** / Descoperă membrii “Berarii României”
- Pag 50** / Curiozități despre bere

2,38 MILIARDE EURO



VALOARE PIAȚĂ

3 MILIARDE EURO

Contribuția sectorului berii împreună cu lanțul de aprovizionare al acestuia la PIB-ul României în 2025

1 MILIARD EURO

Contribuția sectorului berii împreună cu lanțul de aprovizionare al acestuia la bugetul de stat al României în 2025.

PIAȚA BERII ÎN 2025

80 L/ capita



57.800

LOCURI DE MUNCĂ GENERATE



95,5%

PRODUȚIE LOCALĂ



80%

Materii prime provenite din culturi românești



14,4 mil hl.

Piața berii a atins cel mai scăzut nivel din ultimii 20 de ani



MESAJUL PREȘEDINTELUI



Boris Miloushev
Președintele Asociației Berarii României

Sunt mândru să reprezint un sector care a ales calea integrității. Astăzi, suntem o industrie masiv locală, care păstrează valoarea adăugată în țară, susținând mii de fermieri și generând zeci de mii de locuri de muncă, direct și indirect.

Este o onoare pentru mine să preiau mandatul de Președinte al Asociației Berarii României într-un moment marcat de provocări semnificative pentru industrie, de la presiuni fiscale la o incertitudine economică mai amplă.

Totuși, asistăm și la un moment istoric pentru comunitatea noastră: aniversarea a 21 de ani de activitate neîntreruptă. Această bornă simbolică reprezintă mai mult decât o etapă cronologică; este o confirmare a maturității, a rezilienței și a impactului profund pe care industria berii îl are în arhitectura economică și socială a României.

Privind în urmă la acești 21 de ani, vedem cum Asociația a evoluat de la o platformă de dialog la un partener strategic indispensabil pentru statul român. În tot acest timp, Asociația a fost vocea unită care a luptat pentru un cadru legislativ corect și echitabil, pentru predictibilitate fiscală și pentru standarde înalte de producție, contribuind cu aproximativ 3 miliarde EUR la bugetul de stat, anual.

Pentru mine, Asociația Berarii României este locul unde concurența din piață lasă loc colaborării pentru toți membrii - de la marii producători de bere, la producătorii artizani și furnizorii de materii prime. Importanța asociației rezidă în capacitatea noastră de acțiune ca un garant al disciplinei fiscale, cu o rată de evaziune zero și ca un promotor al inovației.

Împlinirea a 21 de ani de activitate ne găsește mai uniți ca niciodată în fața provocărilor globale. Misiunea noastră rămâne neschimbată: să consolidăm în continuare o industrie ancorată local, diversă și rezilientă, pregătită să răspundă provocărilor viitoare, care contribuie semnificativ la PIB-ul României, și să ne asigurăm că berea rămâne un reper al vieții economice și sociale din România.



CE REPREZINTĂ BEREA PENTRU ROMÂNII?



72%
dintre români
asociază direct
berea cu
socializarea

Când ne gândim la bere, dincolo de volume, cifre și strategii de piață, ne gândim, în esență, la stil de viață. Ce reprezintă pentru fiecare dintre noi?

Este dorința simplă și profundă de a trăi clipa, de a te bucura alături de prieteni, de a pune pe pauză iureșul zilnic și de a evada pentru o clipă din rutina cotidiană. Este acel moment al tău de respiro și de conectare umană autentică.

Nu este doar o observație empirică. Analizele de piață ne confirmă acest adevăr: 72% dintre români asociază direct berea cu socializarea. Este băutura care ne aduce împreună acasă, pe terase sau atunci când trăim emoția unui eveniment sportiv. Statisticile ne arată că 1 din 2 români consumă bere săptămânal, fiind de departe cea mai frecventă alegere.

Anul acesta, Asociația Berarii României împlinește 21 de ani. Un „majorat universal”, care pentru noi se traduce prin 21 de ani de maturitate și, mai presus de toate, de responsabilitate față de consumatorii noștri. Privind în urmă, sunt mândru să amintesc că încă din 2005 am lansat Codul Comunicării Comerciale.

Această inițiativă, clădită pe valorile comune ale producătorilor noștri, a funcționat și continuă să funcționeze ca o adevărată busolă etică. Autoreglementarea industriei a dat roade, contribuind la formarea unei culturi a consumului responsabil – fapt susținut și de date, 100% din reclamele la bere promovând un consum moderat și responsabil.

Această maturitate înseamnă și adaptabilitate. Am ascultat vocea oamenilor și le-am oferit alternative.

Astăzi, ne mândrim cu o gamă excelentă de bere fără alcool sau cu arome, cu gusturi care nu fac rabat de la calitate. 1 din 3 dintre persoane între 35 și 44 de ani aleg cel mai frecvent berea 0.0% atunci când doresc să se bucure de ieșirile în oraș fără să consume alcool sau când urmează să se urce la volan. Adaptarea la preferințele consumatorilor este un semn de vitalitate, care ne permite să susținem un sector economic extrem de puternic, menținând în același timp un nivel etic absolut de business, marcat de o rată de evaziune fiscală de 0%.

Dar, pentru a menține acest echilibru, avem nevoie de stabilitate. Suntem printre foarte puținele sectoare din România în care cererea este acoperită de producția locală în proporție de 97%, un rezultat direct al investițiilor masive și al unor politici de dezvoltare serioase asumate de producătorii de bere. Cu toate acestea, deciziile luate la nivel de stat și european au adesea un impact economic care pune presiune și bulversează mediul de afaceri. Orice instabilitate produce prejudicii majore, inclusiv la bugetul de stat.

Noi resimțim extrem de acut aceste șocuri tocmai pentru că suntem un sector integrat total în ecosistemul românesc: de la materiile prime din agricultură, până la liniile de producție, rețelele de desfacere, angajații noștri și investițiile de capital. Statul român trebuie să își facă propriile analize pragmatice, să observe cât rămâne la buget din fiecare 100 de lei cheltuiți în România. Industriile care contribuie semnificativ și transparent la bugetul țării trebuie încurajate printr-o politică fiscală predictibilă.

La finalul zilei, acesta este lucrul de care suntem cel mai mândri: reușim să producem bere cu ingrediente românești, procesate în România, cu români și pentru români. Și vom continua să o facem cu aceeași pasiune și în următorii 21 de ani, cel puțin.

5. FERMENTAREA MUSTULUI

*Berea este acel moment
al tău de respiro și de
conectare umană
autentică. Nu este doar
o observație empirică.
Analizele de piață ne
confirmă acest adevăr:
72% dintre români
asociază direct berea cu
socializarea.*

Constantin Bratu
Director General Asociația Berarii României



Radu Burnete
Consilier Prezidențial -
Departamentul Politici
Economice și Sociale

“

Cred că sectorul berii din România reprezintă o componentă relevantă a economiei naționale, având în vedere nivelul ridicat al producției locale și contribuția sa la menținerea unor lanțuri de aprovizionare stabile.

În contextul actual, marcat de multiple provocări economice, consider că acest sector evidențiază importanța consolidării capacităților interne de producție. Observ cu interes modul în care industria se adaptează constant la cerințele pieței și la reglementările europene, demonstrând preocuparea pentru respectarea standardelor aplicabile.

Salut profesionalismul Asociației Berarii României în promovarea unui model de business bazat pe transparență, disciplină fiscală și responsabilitate socială. Statul român rămâne un partener de dialog pentru toți cei care investesc în viitorul sustenabil al țării, transformând potențialul local într-o poveste de succes europeană.

Vocea Decidenților

Este important pentru noi ca materia primă produsă de fermierii noștri să nu mai plece la export în stare brută, ci să fie procesată aici, în România. Sectorul berii este un partener strategic în acest demers, fiind un sector profund local, unde orzul și hameiul românesc se transformă în produse de calitate, generând locuri de muncă și profit pentru economia noastră. Integrarea pe verticală a acestui sector oferă stabilitate fermierilor români prin contracte predictibile.

Prin susținerea culturilor locale de orz de bere și hamei ne asigurăm că oferim românilor produse realizate cu ingrediente de pe câmpurile noastre.

Totodată, salut responsabilitatea acestui sector care investește în viitor. Prin parteneriatul cu agricultorii și prin tehnologiile moderne de producție, sectorul berii demonstrează că se poate face performanță respectând pământul românesc. Vom continua să sprijinim fermierii care produc pentru acest sector, pentru că o agricultură puternică se bazează pe o procesare românească eficientă. Împreună punem producția românească pe primul loc!



Florin Barbu
Ministrul Agriculturii
și Dezvoltării Rurale

”



Diana - Anda Buzoianu
Ministrul Mediului, Apelor și
Pădurilor



Anul acesta, marcăm o etapă esențială în maturizarea celui mai mare proiect de economie circulară din țara noastră: Sistemul de Garanție-Returnare (SGR). Ceea ce a pornit ca o promisiune ambițioasă este astăzi o poveste de succes confirmată, cu rate de colectare ce depășesc 80%. Această performanță nu ar fi fost posibilă fără investițiile și angajamentul ferm al Asociației Berarii României, care împreună cu producătorii de bere, au fost printre primii care au înțeles că resursele nu sunt infinite și că ambalajul nu trebuie să mai devină deșeu. Împreună, demonstrăm că dezvoltarea economică și protecția mediului nu se exclud, ci se potențează reciproc.

Vocea Decidenților

Industria berii reprezintă un lanț economic solid, care ține în mișcare investiții, locuri de muncă și valoare adăugată în România. Vorbim despre un sector care a investit constant în tehnologie, în digitalizare și în oameni, și care reușește să transforme materii prime locale într-un produs competitiv la nivel european.

Faptul că aproape 97% din berea consumată în România este produsă aici demonstrează că avem capacități, avem integrare industrială și avem un sector care livrează, fiind un exemplu concret că putem acoperi cererea internă prin producție locală și că industria românească poate fi performantă atunci când există investiții și predictibilitate.

Impactul merge mult dincolo de fabrici. Sunt peste 3.000 de locuri de muncă directe și zeci de mii în lanțurile conexe, de la agricultură, la transport, comerț și HoReCa, ce produce un efect real în economie, în comunități și în stabilitatea unor sectoare întregi.

Într-o perioadă în care competiția e tot mai acerbă, industria berii arată că se poate adapta: combină tradiția cu eficiența, inovația și obiectivele de sustenabilitate. Acesta este direcția în care trebuie să meargă cât mai multe sectoare din economia românească.

La Ministerul Economiei, Digitalizării, Antreprenoriatului și Turismului, ne uităm exact la aceste exemple când vorbim despre exemple de bune practici: investiții productive, competitivitate și modernizare industrială. Rămânem un partener deschis pentru mediul economic și susținem inițiativele care aduc valoare în România, inclusiv pe cele ale Asociației Berarii României și ale tuturor industriilor care contribuie la o economie mai puternică și mai rezilientă.



Ambrozie Irineu Darău
Ministrul Economiei, Digitalizării,
Antreprenoriatului și Turismului



MOMENTE CHEIE



BERARII
ROMÂNIEI

Ursus Breweries, HEINEKEN Romania, InBev Romania (devenită ulterior Bergenbier S.A.) și United Romanian Breweries Bereprod, sub egida Asociației Berarii României, lansează primul ghid autoreglementat de comunicare comercială-sectorială din România.

2005



WE SUPPORT LOCAL ECONOMIES
WE EMPOWER CONSUMERS
WE CHAMPION SUSTAINABILITY

2008

Berarii României devin membri ai Berarilor Europei, organizație care reprezintă asociațiile naționale ale berarilor la UE.

Berarii României este validată ca exemplu de bune practici în comunicarea de sănătate, prin campania "Alcoolul nu te face mare", la European Alcohol and Health Forum.

2010





2015

Membrii noștri decid în mod voluntar introducerea etichetelor cu ingredientele mărcilor de bere și valoarea energetică.

De la patru membri în 2004 și o reprezentare de 70% din piața locală, Berarii României ajung la zece membri și 90% din piața locală.

2024



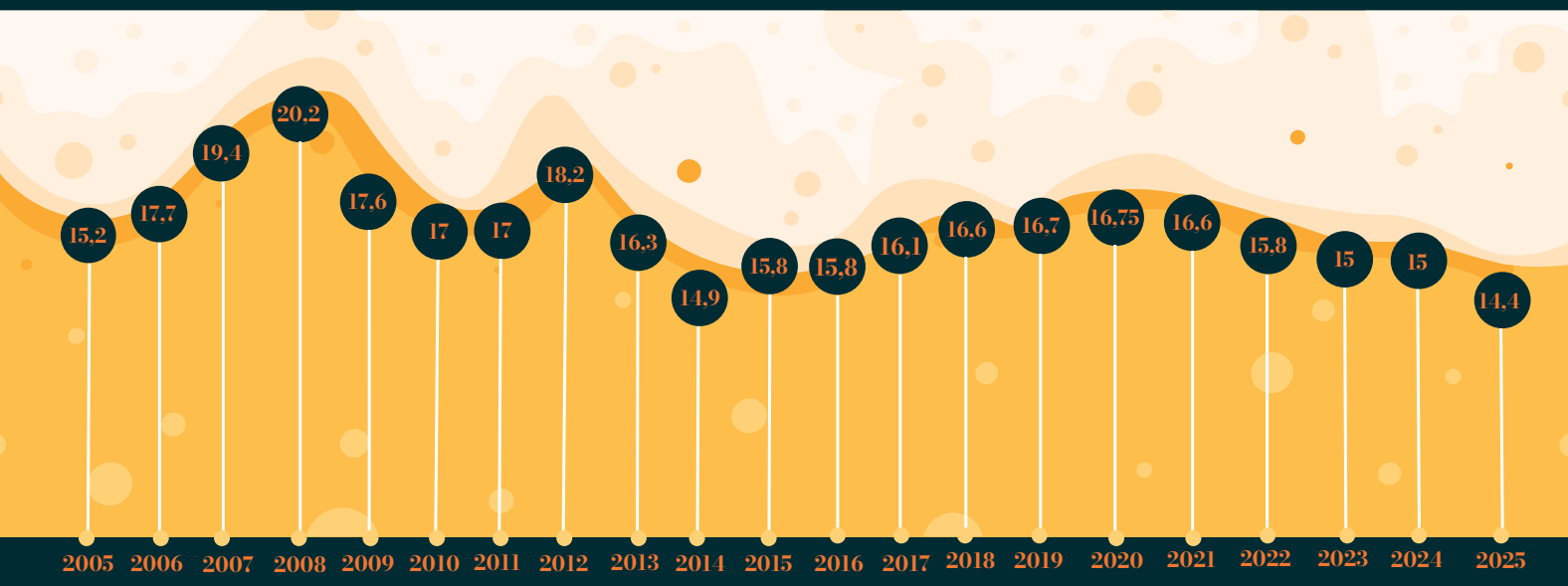
2025

Aniversarea a 20 de ani de activitate neîntreruptă a Asociației Berarii României.

DINAMICA PIEȚEI BERII

În 2025, piața berii din România a înregistrat cel mai scăzut nivel din ultimii 20 de ani, atingând un volum total de 14,4 milioane de hectolitri.

14,4 ▼
MILIOANE DE HECTOLITRI



IMPORTURI

650 mii hl

a crescut cu 35%

În acest context, importurile au însumat 650.000 de hectolitri, reprezentând 4,5% din piața națională totală. Deși piața generală este în scădere, segmentul importurilor a cunoscut o creștere semnificativă de 35% față de anul 2024. Capacitatea internă de producție acoperă 95,5% din piața berii. Această dinamică arată că, deși piața se contractă, există o tendință de creștere a interesului pentru produsele din import, în timp ce capacitatea de export și dominanța producției locale rămân relativ stabile în procente, dar raportate la un volum total de piață mai mic.

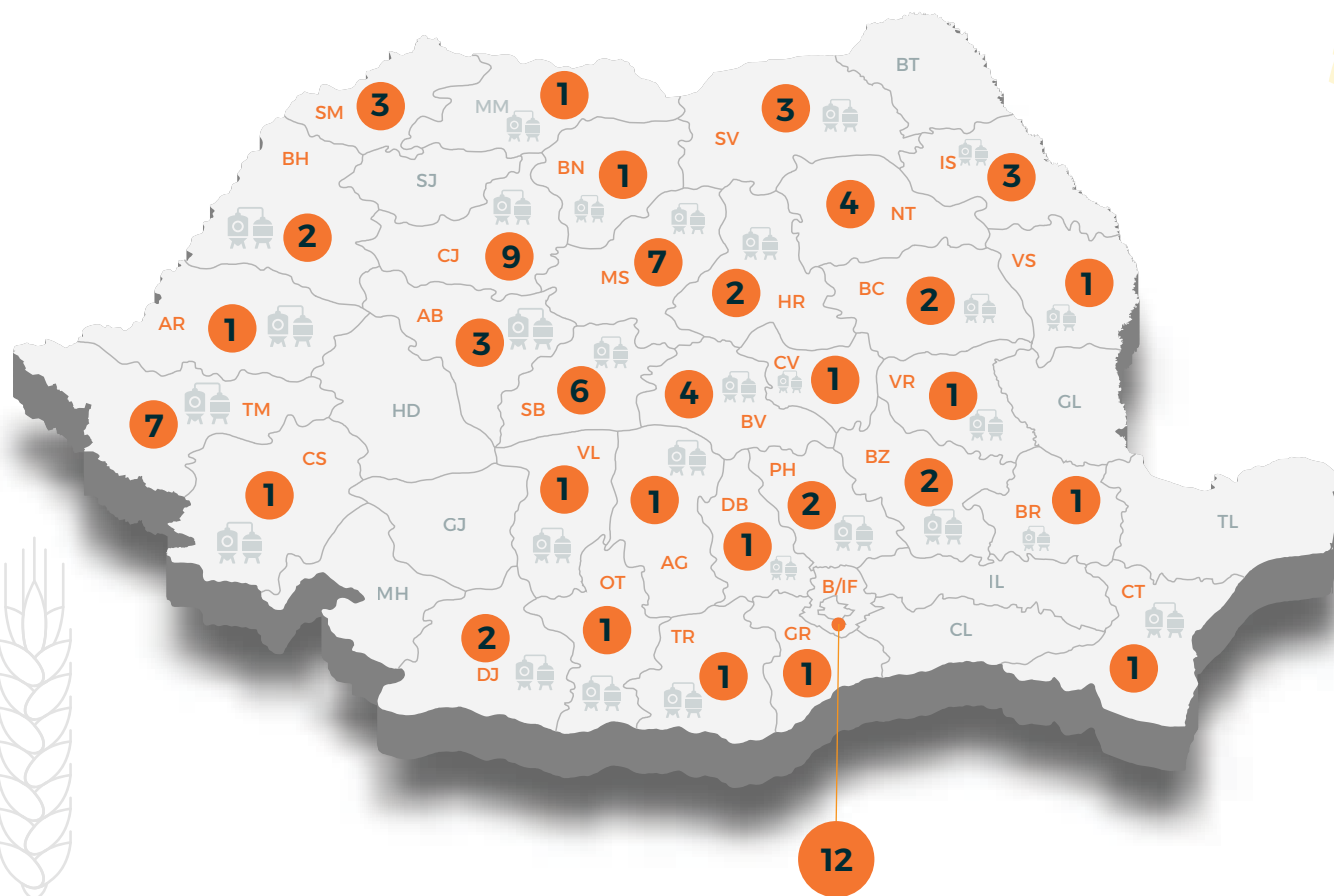
EXPORTURI

330 mii hl

Volumul exportat a fost de 330.000 de hectolitri, ceea ce constituie doar 2,5% din totalul pieței în 2025.

Spre deosebire de importuri, nivelul exporturilor a rămas constant, fiind egal cu cel înregistrat în anul precedent.

PRODUCȚIA DE BERE DIN ROMÂNIA



88 Total fabrici de bere

76

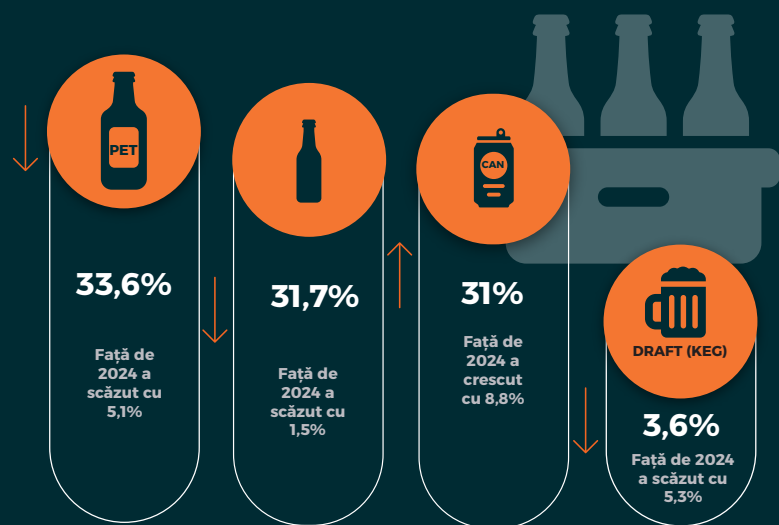
Microberării

83
Producători bere

Sursa datelor: Prelucrare Berării României pe baza datelor Ministerului Finanțelor referitoare la antrepozitele fiscale autorizate la data de 31.12.2025.

PREFERINȚELE CONSUMATORILOR DE BERE ÎN 2025

PONDEREA AMBALAJELOR ÎN 2025: În 2025 berea la doză a înregistrat o creștere de 8,8% față de 2024, fiind singurul tip de ambalaj care a înregistrat o creștere în decursul anului, atingând 31% din total ambalaje. În același timp, berea la draft a înregistrat o scădere de 5,3% datorată evoluției negative a pieței Horeca. Berea la sticlă are o evoluție relativ stabilă, înregistrând o scădere minoră de 1,5% comparativ cu 2024. Berea la PET este în continuă scădere față de 2024, atingând pragul de 33,6% în 2025. 1 din 2 beri la sticlă consumate este în ambalaj reutilizabil.

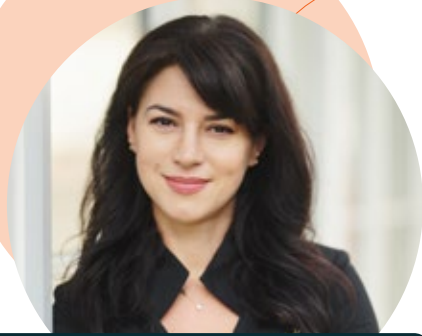


PONDEREA SORTIMENTELOR ÎN 2025:

Categoria Lager continuă să ocupe primul loc în preferințele de consum, ocupând aproximativ 92% din piața berii.

Comparativ cu 2024, cota de piață a berilor cu alcool a rămas stabilă, înregistrând o scădere minoră de 0,5%. Spre deosebire de 2024, berile din categoria fără alcool au înregistrat o creștere de 10%, ajungând la aproximativ 7% din piață. O altă creștere este înregistrată și în rândul mixurilor de bere și a celor cu arome cu și fără alcool, respectiv 15% și 12%.

Bere fără alcool, Mixes & Flavoured (fără alcool) **6,6%**
Specialități, Mixes & Flavoured (cu alcool) **1,4%**



Julia Leferman
Secretar General,
Berarii Europei

La nivel european, sectorul berii nu este doar o tradiție milenară, ci un pilon economic strategic, generând peste 2 milioane de locuri de muncă pe întregul lanț valoric „de la bob la pahar” și contribuind cu peste 40 de miliarde de euro anual în venituri fiscale. În acest peisaj complex, România se distinge ca o piață matură și un exemplu de bune practici, unde 97% din berea consumată este produsă local, ancorând astfel investițiile și locurile de muncă în economia națională.

Europa berii trece astăzi printr-o transformare profundă, ghidată de inovare și responsabilitate. Salutăm progresele remarcabile ale producătorilor români în implementarea obiectivelor de sustenabilitate. Brewers of Europe va continua să susțină un cadru de reglementare stabil și predictibil, esențial pentru ca sectorul berii să rămână un motor de creștere economică, inovație verde și coeziune socială, atât în România, cât și în întreaga Uniune Europeană.

Vocea Partenerilor

În universul comunicării comerciale, încrederea este moneda cea mai valoroasă, dar și cea mai greu de obținut. Consiliul Român pentru Publicitate (RAC) s-a născut din convingerea că publicitatea trebuie să fie creativă, dar mai ales onestă și responsabilă față de consumator. În acest parcurs de peste două decenii, sectorul berii din România a reprezentat un pilon central, fiind unul dintre promotorii timpurii ai conceptului de autoreglementare într-un peisaj mediatic aflat în plină transformare.

Importanța sectorului berii în cadrul RAC este una strategică și simbolică deopotrivă. Încă de acum 21 de ani, într-o perioadă în care standardele etice în comunicare erau abia la început de drum în România, asociația „Berarii României” a înțeles că succesul pe termen lung nu poate fi separat de responsabilitatea socială. Adoptarea primului Cod de Comunicare Comercială în 2005 nu a fost doar un exercițiu administrativ, ci o declarație de maturitate. Acest cod a funcționat ca o „busolă etică” ce a ghidat industria mult dincolo de cerințele minime ale legii, impunând standarde riguroase pentru protecția minorilor și promovarea unui consum echilibrat.



Oana Cociașu
Președinta Consiliului Român
pentru Publicitate



Radu Savopol
Președinte HORA (Organizația
Patronală a Hotelurilor și
Restaurantelor din România)

Traversăm o perioadă complicată pentru întreaga industrie, marcată de presiunea creșterii costurilor, un consum mai atent și un impact vizibil în comportamentul oaspeților din locații, resimțit semnificativ și în piața berii. Nu este însă prima dată când ne confruntăm cu un astfel de context și am convingerea că îl vom depăși printr-un efort comun, alături de autorități și partenerii noștri.

Berarii României reprezintă un sector esențial pentru HoReCa, parte din ADN-ul ospitalității. Nu vorbim doar despre o categorie de produs, ci despre un liant social, un element care îmbogățește experiența din locații și îi face pe oaspeți să revină. Mă bucură evoluția pe care o vedem astăzi în piață: varietatea portofoliilor, dezvoltarea brandurilor, opțiunile de bere 0.0%, specialitățile artisanale sau sezoniere și interesul tot mai mare pentru moderație. Toate acestea vin în sprijinul operatorilor din HoReCa și ne ajută să răspundem mai bine așteptărilor clienților și noilor tendințe de consum, păstrând relevanța locațiilor chiar și în perioade dificile.

Vocea Partenerilor

Din perspectiva Federației RomAlimenta, sectorul berii reprezintă unul dintre cele mai solide și bine structurate segmente ale industriei alimentare din România. Este un domeniu care a înțeles timpuriu că succesul pe termen lung depinde de o integrare verticală sănătoasă, reușind performanța remarcabilă de a produce local și a asigura 97% din cantitatea consumată de cetățenii noștri. Pentru noi, acest indicator nu este doar o cifră statistică, ci o dovadă a patriotismului economic pus în practică prin investiții constante în fabrici și tehnologie de ultimă oră.

Berarii României joacă un rol vital în întregul ecosistem alimentar, fiind un partener strategic pentru agricultura autohtonă. Prin absorbția materiilor prime locale – orzul de bere, hameiul și mălaiul din porumbul de pe câmpurile noastre – acest sector oferă predictibilitate fermierilor și asigură transformarea resurselor naturale în produse cu valoare adăugată ridicată, aici, în țară. Această colaborare strânsă consolidează lanțul de aprovizionare și reduce dependența de importuri, un obiectiv prioritar pentru siguranța economică a României. Împreună, contribuim esențial la creșterea competitivității României pe piața europeană, demonstrând că industria alimentară românească este un motor de creștere sustenabilă și de creare a locurilor de muncă de calitate.



Aurel Popescu
Președinte Federația
RomAlimenta



Paul Aparaschivei
Director Executiv, Confederația
Patronală Concordia

Am crescut în județul Mureș. Și îmi amintesc, pe drumul dintre Târgu Mureș și Sighișoara, niște plante care ieșeau în evidență față de tot ce creștea în jur. Se cățarau pe spalieri înalți, ordonat, complet altfel decât restul câmpurilor. Le priveam fără să știu cum se numesc. Erau culturi de hamei.

Nu am făcut legătura atunci. Acum o fac. Și, odată cu ea, înțeleg mai bine ce reprezintă, de fapt, Berarii României. O industrie care produce local 97% din ce se consumă, al cărei lanț valoric pornește din agricultură, trece prin procesare, logistică, retail și HoReCa, și pune în mișcare sectoare întregi, dincolo de bere. Un sector al cărui impact real înseamnă că fiecare sticlă produsă aici are în spate fermieri, furnizori și comunități locale.

Acesta este tipul de ancoră economică reală pe care o prețuim și o reprezentăm la Concordia. O breaslă cu tradiție, care creează locuri de muncă și generează valoare adăugată peste tot în țară, care a ajuns la evaziune fiscală zero nu din obligație, ci din convingere, și care și-a asumat responsabilitatea, față de generațiile viitoare, prin investiții verzi majore.

Pentru Confederația Patronală Concordia, Berarii României sunt un exemplu al felului în care o industrie poate evolua prin unitatea vocii patronale, transparență și date puternice aduse la masa dialogului public, argumente care trebuie ascultate cu responsabilitate. Vă felicit pentru ce ați construit și vă asigur de tot sprijinul Concordia.

Vocea Partenerilor



100 MIL EURO

Membrii noștri

325 MIL EURO

Investiții

Pe fondul unei piețe care a dat semne de stabilitate în 2024, membrii Berarii României au direcționat bugetele de investiții din 2025 către proiecte cu impact pe termen lung, menite să consolideze reziliența întregului sector. Această stabilitate a oferit producătorilor contextul necesar pentru a trece de la investiții de mentenanță la proiecte de transformare a capacităților de producție și soluții de modernizare.

Prioritățile au fost clare: modernizarea fabricilor, creșterea eficienței energetice și implementarea unor soluții de sustenabilitate.

O atenție deosebită a fost acordată economiei circulare, prin investiții masive în reducerea deșeurilor la sursă și creșterea conținutului de material reciclat în noile ambalaje, demonstrând că grija pentru mediu este integrată direct în centrul procesului de business.

Aceste investiții în tehnologie se resimt direct în diversitatea produselor de la raft. Inovația rămâne motorul principal al membrilor noștri, materializându-se prin lansarea de noi sortimente, mixuri de bere, variante cu arome și o ofertă tot mai bogată de beri fără alcool. Prin extinderea portofoliului, producția locală răspunde prompt noilor preferințe ale românilor, oferindu-le produse de calitate, create chiar aici, în țară.

Total investiții în 21 de ani

2,2 Mld EURO

Contribuții

Deși în 2025 s-a înregistrat un volum de investiții superior anului precedent, nivelul contribuțiilor directe către bugetul de stat a cunoscut o scădere, de la 356 milioane Euro în 2024, la 325 milioane Euro în 2025. Această evoluție este o consecință directă a impredictibilității fiscale, un factor care pune presiune asupra performanței financiare a întregului sector.

Dincolo de aceste cifre, membrii Berarii României rămân contribuitori strategici la economia națională prin plata taxelor și impozitelor — de la TVA și accize, până la impozitul pe profit și contribuțiile aferente locurilor de muncă create.

Totodată, impactul sectorului nostru se extinde mult peste contribuția directă. Prin activitatea lor, berarii susțin un întreg ecosistem de sectoare conexe, precum agricultura, industria ambalajelor, logistica, retailul și sectorul HORECA. Acest efect de multiplicare în economie generează venituri suplimentare substanțiale pentru stat și susține stabilitatea economică a României. Prin tot ceea ce întreprind, membrii noștri își reconfirmă poziția de parteneri cheie ai bugetului public, pledând pentru un cadru fiscal predictibil care să permită continuarea acestui cerc virtuos de dezvoltare.

Total contribuții în 21 de ani

5,63 Mld EURO



21

de voci din
industrie

“



Boris Miloushev
Managing Director
HEINEKEN România

Pentru mine, industria berii înseamnă mult mai mult decât un simplu produs – este despre oameni, comunități și responsabilitatea de a crea valoare pe termen lung.

Este o industrie profund ancorată în economia locală, care susține mii de locuri de muncă, lanțuri de aprovizionare interne și investiții continue în producție, inovație și sustenabilitate. În același timp, berea este despre momentele care ne aduc împreună – despre moderație, tradiție și bucuria de a împărtăși experiențe autentice.

Din această perspectivă, rolul nostru ca industrie este să continuăm să ne dezvoltăm într-un mod responsabil și orientat spre viitor, în contextul unui cadru economic, legislativ și fiscal predictibil. Un astfel de mediu oferă stabilitatea și încrederea necesare pentru investiții și permite sectorului berii să rămână un pilon solid pentru societatea și economia românească.

21 de voci din industrie

Anul 2025 a adus pentru industria berii din România unele dintre cele mai dificile provocări din ultimul deceniu. Presiunile economice și inflaționiste au schimbat comportamentul de consum și au pus la încercare întreg ecosistemul industriei, ducând la scăderi semnificative de volume. În acest context complex, capacitatea noastră de a rămâne uniți și de a acționa coerent, prin intermediul Asociației Berarii României, a fost esențială.

Chiar și într-un an complicat, am demonstrat că dialogul, colaborarea și responsabilitatea sunt pilonii care pot susține industria pe termen lung. Berarii României rămâne cadrul de dialog și reprezentare al industriei berii, facilitând o comunicare transparentă și responsabilă atât cu autoritățile, cât și cu societatea.

Predictibilitatea fiscală, consumul responsabil și investițiile sustenabile continuă să fie priorități care ne aduc împreună, indiferent de context.

Privind înainte, suntem conștienți că drumul către redresare va necesita efort susținut, capacitate de adaptare și responsabilitate din partea tuturor actorilor implicați. Relansarea industriei se bazează pe un dialog constructiv și pe un cadru care să încurajeze continuitatea producției și a investițiilor în România. Credem că, prin cooperare și predictibilitate, industria berii, o categorie cu un profund caracter național, poate traversa aceste momente dificile și va continua să contribuie la economia României.



Mihai Voicu
General Manager
Bergenbier S.A.

”



Roman Trzaskalik
Președinte Ursus Breweries



Sectorul berii înseamnă un domeniu profund legat de oameni, de felul în care aceștia se conectează, socializează și își construiesc ritualuri de consum și de viață.

Este un sector aflat într-o transformare continuă, modelat de schimbările comportamentului consumatorilor, de presiunile economice și de un mediu operațional tot mai complex. Am făcut progrese importante în zona de inovație, păstrând în același timp nucleul tradițional al categoriei. Totodată, vedem clar că modul în care oamenii consumă bere s-a schimbat: preferința pentru consumul acasă a crescut accelerat, iar obiceiurile sociale au devenit mai fragmentate, generațiile mai tinere socializând tot mai mult în mediul digital. Cu toate acestea, cred că nevoia fundamentală a oamenilor de a se conecta rămâne la fel de puternică. Din această perspectivă, berea își păstrează un rol special de catalizator social, iar ocaziile de interacțiune din viața offline vor continua să fie esențiale pe termen lung. De aceea, cred că miza industriei noastre este să rămână relevantă, adaptându-și formatele, portofoliile și experiențele la noile tipare de consum, fără să piardă esența care face din bere un reper cultural.

Din perspectivă de business, volatilitatea a devenit noua normalitate – fie că este determinată de schimbări locale, dinamici geopolitice sau de incertitudine economică într-un context mai amplu. În acest climat, adaptabilitatea, investițiile pe termen lung și eficiența operațională sunt esențiale.

La Ursus Breweries, continuăm să investim în modernizare, sustenabilitate și diversificarea portofoliului, cu peste 70 de milioane de euro investiți în România în ultimii cinci ani, consolidându-ne atât competitivitatea, cât și contribuția la economia locală.

Evoluția sectorului va depinde de agilitate, inovație responsabilă și o colaborare solidă între mediul de afaceri și autoritățile publice, pentru a crea un mediu stabil și predictibil, care să favorizeze o creștere sustenabilă.

21 de voci din industrie

Industria berii este un bun indicator al schimbărilor din societate, de la dinamica economică, la modul în care oamenii aleg să-și petreacă timpul și la deciziile lor de consum. Tocmai de aceea, este și una dintre industriile care resimte rapid orice schimbare de context.

În prezent, operăm într-un mediu marcat de presiuni economice și de o recalibrare a comportamentului de consum. Consumatorii devin mai atenți, mai selectivi și mai orientați către valoare, iar acest lucru ne provoacă să regândim constant modul în care construim portofolii, gestionăm resursele și creăm relevanță reală în piață.

Cred că viitorul industriei va aparține companiilor care reușesc să transforme această presiune într-un avantaj competitiv, prin agilitate, prin curajul de a inova și prin decizii bine ancorate în realitatea pieței. În același timp, rolul nostru depășește zona de business: este despre a construi încredere și despre a contribui activ la un ecosistem echilibrat, prin colaborare și dialog constant.

Într-un context incert, direcția devine mai importantă decât ritmul. Iar direcția noastră este clară: să rămânem relevanți, responsabili și deschiși către oportunitățile viitorului, conectați la ceea ce contează cu adevărat pentru consumatorii noștri.



Yoav Bar
Președinte URBB/Tuborg
România



Pentru Asociația Producătorilor de Hamei, industria berii reprezintă rațiunea noastră de a fi și singurul garant al supraviețuirii acestei culturi de nișă, atât de prețioasă și tehnică. Din punctul nostru de vedere, acest sector nu începe în fabrică, ci pe câmp, acolo unde „aurul verde” prinde viață pentru a oferi berii aroma și amăreala sa inconfundabilă. Să facem parte din acest ecosistem înseamnă să avem certitudinea unui parteneriat de cursă lungă. Fără o industrie a berii puternică și stabilă în România, tradiția cultivării hameiului s-ar pierde definitiv. Pentru noi, fiecare hectolitru de bere produs local reprezintă o gură de oxigen pentru fermieri, oferindu-ne predictibilitatea necesară pentru a investi în tehnologii de recoltare și procesare, menținând astfel standardele de calitate cerute de marii maeștri berari.

Și mai înseamnă ceva important: mândria de a vedea cum munca noastră de un an de zile se regăsește în paharul fiecărui român, demonstrând că o bere cu adevărat autohtonă are rădăcini adânci în pământul țării, susținută de o colaborare strânsă între câmp și unitatea de producție.



Acațiu Mora
Președinte Asociația
Producătorilor de Hamei

21 de voci din industrie



Cosmin Șoaită
Managing Director Berăria
Artizanală Sibiu

Pentru noi, cei de la Bere Sibiu, industria berii este o formă de manifestare a creativității oferind un cadru unic de expresie a autenticității locale prin posibilitatea de a crea un număr nelimitat de rețete cu gust unic.

Să fii un producător mic într-o piață atât de vastă înseamnă să alegi drumul mai lung al calității, transformând prin rigoarea execuției ingredientele naturale într-un produs viu, nepasteurizat, nefiltrat, cu caracter și personalitate. Industria berii înseamnă pentru noi, ca mic producător local, apropierea de clientul final și, mai ales, mândria de a vedea cum meșteșugul nostru devine parte din momentele de bucurie ale comunității sibiene.

Latura artizanală din acest sector desăvârșește un cadru al identității și al inovației inițiat de-a lungul timpului de către berarii cu tradiție. Deși scara la care operăm este diferită de cea a marilor producători, ne unesc valori comune: disciplina fiscală, promovarea unui consum responsabil, responsabilitatea față de mediu și comunitatea în care activăm. Industria berii ne oferă prilejul de a readuce Sibiu pe harta excelenței într-un domeniu care nu-i este străin.



Ionuț Oprea
Managing Director
Soufflet Malt România

Din perspectiva Soufflet Malt România, sectorul berii este motorul care dă valoare muncii a sute de fermieri români, transformând materia primă brută într-un produs industrial de înaltă precizie. Pentru noi, acest sector reprezintă un flux continuu de inovație și rigoare, unde malțul produs în unitățile noastre devine „corpul” și culoarea berilor preferate de români. Apartenența la acest ecosistem ne permite să dezvoltăm programe agricole solide în România, oferind cultivatorilor de orz semințe selecționate și consultanță tehnică, asigurându-ne astfel că drumul de la bobul de cereală până la paharul de bere este unul al excelenței. Sectorul berii ne oferă predictibilitatea de care orice mare procesator are nevoie pentru a menține un business sustenabil, „la alb”, protejând mii de locuri de muncă pe întreg lanțul de producție. Pentru noi, acest parteneriat este dovada clară că industria românească poate atinge standarde globale atunci când există o colaborare strânsă între agricultură și unitățile de procesare.



Laurențiu Bănescu
Co-Fondator Zăganu

Pentru noi, fondatorii Zăganu, faptul că suntem în industria berii este mai mult decât un business, este o misiune, un mod de a construi sens în jurul unui brand, dar și a unor lucruri simple, făcute bine, cum ar fi berea bună, artizanală.

Din perspectiva Zăganu, berea artizanală înseamnă răbdare, autenticitate și respect pentru origini. Faptul că producem bere artizanală ne-a influențat atât stilurile de bere, cât și filosofia noastră: fără grabă, fără compromisuri, cu focus pe echilibrul gustului și caracter, pentru a oferi o experiență completă consumatorilor noștri. Industria berii artizanale are astăzi rolul de a aduce diversitate și de a educa gusturile tot mai exigente ale consumatorilor, dar și de a păstra o legătură reală între ingrediente, produs și oamenii din spatele lui.

Berea artizanală Zăganu nu este doar despre ce este în pahar, ci despre experiența completă, de la originea ingredientelor până la momentul în care cineva alege, conștient, să o savureze, fără grabă.

21 de voci din
industrie





Marius Mircea
General Manager Berarium

Industria berii, privită din perspectiva unei microfabrici, înseamnă mai mult decât producție – este o combinație de pasiune, identitate locală și relație directă cu consumatorul. Pentru o microfabrică, industria berii nu este doar un sector economic dominat de volume mari și distribuție extinsă, ci un spațiu al creativității, al autenticității și al conexiunii directe cu consumatorii. În acest context, berea devine un produs artizanal, în care accentul cade pe calitate, ingrediente atent selecționate și rețete originale.

Din această perspectivă, industria berii este o oportunitate de diferențiere. Microfabricile aduc diversitate pe piață, experimentează stiluri noi și reinterpretează tradițiile, contribuind la educarea gusturilor și la dezvoltarea culturii berii. Relația cu consumatorii este mai personală, bazată pe transparență și feedback direct, ceea ce permite adaptarea rapidă la preferințele acestora.

Provocările sunt reale – de la costuri ridicate și distribuție limitată, până la competiția cu branduri mari – însă ele sunt echilibrate de flexibilitate și capacitatea de a crea produse unice.

Astfel, pentru o microfabrică, industria berii reprezintă un echilibru între pasiune și business, între tradiție și inovație, fiind un domeniu în care fiecare produs reflectă viziunea și valorile celor care îl creează.

Pentru noi, sectorul berii înseamnă mai mult decât o afacere – este o poveste despre pasiune, identitate locală și spirit de familie. Fabrica noastră, aflată la poalele Munților Țarcu, s-a născut din dorința de a crea o bere artizanală autentică, care să reflecte caracterul locului și valorile în care credem. Ne inspiră legenda regelui dac Scorilo, care spune că în prima zi de primăvară, atunci când soarele luminează pietrele Scorile, norocosul poate descoperi comoara regelui dac. Pentru noi, această comoară nu înseamnă aur sau bogății, ci darul naturii din aceste locuri – apa pură din Poiana Mărului și grija cu care transformăm ingredientele simple într-o bere de calitate. Astăzi producem trei tipuri de bere artizanală, fiecare cu personalitatea sa, dar toate unite de aceeași atenție pentru calitate. În prezent avem trei angajați, o echipă mică, unită, care funcționează asemenea unei familii. Fiecare pas pe care îl facem este ghidat de dorința de a construi ceva durabil, cu responsabilitate și respect pentru consumator.

Nu urmărim doar să producem bere, ci să construim o tradiție care să dăinuie. Pentru noi, industria berii înseamnă comunitate, tradiție și bucuria de a aduce oamenii împreună. Iar ca afacere de familie, înseamnă responsabilitatea de a duce mai departe această poveste, cu respect pentru locul din care am pornit acest proiect.



Valeria Schelean
Asociat Scorilo



Marian Anghel
Director Fabrică
URBB/Tuborg România

Producția berii nu trebuie să fie spectaculoasă, însă este obligatoriu să fie profund exigentă. Înseamnă procese care trebuie respectate zilnic, fără compromisuri, indiferent de context. Pentru mine, satisfacția vine din consistență, din faptul că ceea ce producem astăzi este la fel de bun ca ieri și va fi la fel și mâine. În același timp, viitorul înseamnă să îmbini această rigoare cu tehnologia și eficiența, fără să pierzi esența calității. Este un echilibru care definește performanța pe termen lung.

Sectorul berii înseamnă pentru mine un domeniu în care tradiția, creativitatea și relevanța pentru consumator se întâlnesc în mod firesc. Este un sector cu o puternică dimensiune emoțională, legată de socializare, de ritualuri de consum și de momente autentice de conectare. Din perspectiva de brand, berea înseamnă construcție consecventă, inovație și capacitatea de a rămâne aproape de oameni, înțelegând permanent cum se schimbă nevoile, preferințele și așteptările lor.



Alexandra Arba
Senior Brand Manager
Ursus Breweries



Vlad Doicaru
Regional Sales Manager
Bergenbier S.A.

După 17 ani în vânzări, industria berii reprezintă pentru mine spațiul în care cifrele se transformă în parteneriate de cursă lungă. Înseamnă rigoarea de a construi, zi de zi, direct pe teren, dar și satisfacția de a vedea cum munca mea contribuie la crearea unor momente de conexiune autentică între oameni. Este un domeniu dinamic, care m-a format profesional și mi-a demonstrat că succesul durabil se construiește pe încredere, consecvență și prezență constantă.

Totul începe din câmp, unde soarele și precipitațiile influențează creșterea orzului și a hameiului și caracterul viitoarei beri. Peste 70% din ingredientele folosite în berile noastre provin din surse locale, susținând calitatea, trasabilitatea și comunitățile din care facem parte. Prin măiestria și grija berarilor noștri, transformăm variabilitatea naturii în consistență și calitate, pentru ca fiecare bere să ofere consumatorilor o experiență completă și bucuria autentică a gustului preferat.



Ion Gore
Brewing Manager
HEINEKEN România

21 de voci din industrie



Corina Hopulele
End-to-end Quality Manager
Ursus Breweries

Pentru mine, sectorul berii înseamnă responsabilitatea de a transforma tradiția și pasiunea într-un produs sigur, constant și de cea mai bună calitate. Din perspectiva de Quality Manager, privesc fiecare etapă a procesului de producție cu atenție, pentru că în spatele fiecărei beri stau rigoare, grijă pentru consumator și respect pentru standarde. Este un rol esențial într-o industrie care trebuie să livreze încredere, zi de zi.



Elena Ion-Bălescu
Senior Brand Manager
Bergembier S.A.

Pentru mine, industria berii înseamnă, în primul rând, oameni și momente. Înseamnă echipe care pun pasiune și grijă în fiecare produs, dar și capacitatea berii de a aduce oamenii împreună, în contexte simple și autentice. Este cea mai frumoasă industrie în care am lucrat până acum, una care se potrivește perfect cu stilul meu de a fi și în care simt că pot crea lucruri cu sens, care aduc bucurie și conexiuni reale.

Industria berii reprezintă dinamism și oportunitate. Este un mediu în continuă transformare, unde inovația și adaptabilitatea sunt esențiale.

Pentru mine, înseamnă să identifici noi direcții de creștere și să contribui la dezvoltarea unui portofoliu care răspunde unor nevoi tot mai diverse ale consumatorilor, mai ales în contextul actual, în care piața devine mai competitivă și mai atentă la valoare.



Mihaela Ilie
Business Development Director
URBB/ Tuborg România

Am fost atras de industria berii încă de la primele interacțiuni, din anii facultății la Galați, atât în cadrul cursurilor, cât și în stagiile de practică. La peste 21 de ani distanță, mă regăsesc în continuare la fel de motivat să rămân în acest domeniu și să învăț constant. În tot acest timp, industria a cunoscut o evoluție remarcabilă: am reușit să reducem semnificativ impactul asupra mediului, iar rezultatele care păreau de neatins în urmă cu câțiva ani au devenit astăzi standarde. Îmi place cu adevărat ceea ce fac și mă bucur de fiecare ocazie în care pot savura, alături de prieteni, rodul muncii noastre.



Edvin Moldovan
Plant Manager
Bergenbier S.A.

Pentru mine, industria berii este un exercițiu continuu de relevanță. Într-un context în care consumatorii devin mai selectivi și mai atenți la valoare, marketingul nu mai este despre vizibilitate, ci despre sens. Provocarea este să construiești branduri care rămân relevante nu doar azi, ci și într-un viitor în care așteptările vor continua să evolueze și în care diferența o face capacitatea de a crea conexiuni reale, nu doar prezență.



Simona Potecu
Vicepresedinte Marketing
URBB/Tuborg România

21 de voci din industrie



Cristian Pencea
Head of Key
Account Management
HEINEKEN România

Industria berii din România este un ecosistem dinamic, unde succesul depinde de colaborarea strânsă între departamente și de parteneriatele strategice cu clienții, precum și de legătura directă dintre cele trei fabrici de bere din România și consumator. Integrarea vânzărilor, marketingului și supply chain-ului asigură o execuție eficientă, astfel încât ceea ce se produce în fabrici ajunge consecvent și relevant în experiența de consum. Adaptarea rapidă la tendințe susține relevanța în categorie, iar în centrul tuturor acțiunilor se află consumatorul, a cărui satisfacție este determinată de experiența la raft, diversitatea ofertei și inovație. Calitatea constantă rămâne fundamentul loialității și al creșterii sustenabile.



Dragoș Simonescu
Modern Trade Director
Ursus Breweries

Pentru mine, industria berii este una dintre cele mai vii și competitive categorii din FMCG. Este locul în care strategia se vede imediat în execuție, iar fiecare decizie influențează direct experiența consumatorului. Berea generează trafic, energie și relevanță mai ales atunci când este susținută corect. Este un domeniu în care câștigă cei care reușesc să combine disciplina comercială cu înțelegerea reală a consumatorului și cu parteneriate solide. Dincolo de cifre, este o industrie despre ritm, adaptare și despre capacitatea de a construi împreună, zi de zi.

Pentru mine, sectorul berii înseamnă un echilibru între tradiție și inovație, un mediu de lucru sigur și dinamic, care pune oamenii pe primul loc, dar și bucuria de a crea produse de calitate.

Avem grijă de angajații noștri printr-un mediu de lucru sănătos, care încurajează dezvoltarea, colaborarea și diversitatea. Din doar patru ingrediente – apă, malt, hamei și drojdie – iau naștere beri care nu doar oferă gust, ci creează momente de conectare și îi aduc pe oameni împreună.



Alina Țâru
Brewery Manager
HEINEKEN România

21 de voci din
industrie





prieteniresponsabili.ro



Corona Cero în portofoliul Bergenbier S.A.

La finalul anului 2025, Corona Cero a fost lansată pe piața locală, extinzând oferta de alternative fără alcool disponibile consumatorilor din România conturând portofoliul fără alcool al Bergenbier SA. Varianta fără alcool a brandului Corona păstrează spiritul și valorile care au consacrat marca la nivel global, oferind o experiență potrivită pentru o varietate de contexte de consum, pe parcursul întregii zile. Introducerea Corona Cero răspunde interesului tot mai ridicat pentru opțiuni fără alcool și contribuie la dezvoltarea segmentului non alcoolic, aflat într-o continuă evoluție.



Descoperă sufletul Madridului cu Madrí Excepcional

În 2025, Madrí Excepcional a adus în România energia Madridului și a consolidat poziționarea premium a portofoliului Bergenbier S.A. Lager în stil mediteranean, cu gust curat și un final subtil amăru, Madrí Excepcional invită consumatorii la o evadare autentică în atmosfera capitalei spaniole.

Ușor de recunoscut prin eticheta roșie cu Chulapo madrilen și capacul cu model ecosez alb-negru, Madrí Excepcional este rezultatul colaborării dintre Molson Coors și cervecerăia artizanală La Sagra. Brandul a fost premiat internațional în 2021 și este produs în România, la fabrica Bergenbier S.A. din Ploiești.

Lansarea locală a fost susținută de o campanie puternică în digital, outdoor și TV, iar în același an Madrí Excepcional a devenit berea oficială UNTOLD, răspunzând cererii pentru beri premium cu identitate puternică.

O nouă aromă Fresh 0.0

În 2025, Fresh 0.0 și-a extins portofoliul prin lansarea noii arome Cireșe & Lămâie, consolidând poziționarea brandului în segmentul berilor fără alcool. Noul sortiment completează gama Fresh 0.0 și răspunde interesului tot mai mare pentru alternative moderne și versatile. Fresh 0.0 Cireșe & Lămâie este un mix de suc de fructe și bere fără alcool, conceput pentru a fi consumat în orice moment al zilei. Profilul său echilibrat îl face potrivit pentru diverse contexte de consum, de la momente sociale la pauze de prânz sau activități cotidiene.

Lansarea a fost susținută de campania „Gândește Fresh! O să-ți placă!”, marcând o nouă etapă în evoluția brandului și întărind rolul Fresh 0.0 în strategia Molson Coors de dezvoltare a segmentului beyond beer.



Fanii au mai mulți prieteni.





AMSTEL ROMÂNIA LANSAREA DE BERE #1 DIN EUROPA ÎN 2025

Lansarea berii Amstel® în România a devenit, potrivit datelor NielsenIQ, cea mai de succes lansare de marcă în 2025 în categoria berii la nivel european!

Parte din portofoliul HEINEKEN, Amstel® a intrat pe piața locală în martie 2025 și a devenit prima marcă internațională din segmentul de bere mainstream curent lansată de grupul HEINEKEN în România, oferind consumatorilor o alternativă accesibilă, de înaltă calitate și cu reputație globală.

Produsă în România conform standardelor rețetei internaționale, Amstel® este fabricată 100% din malt, oferind un gust echilibrat și lejer, dar plin de savoare. Producția locală permite păstrarea prospețimii și menținerea unui preț accesibil, într-un segment dominat tradițional de branduri locale.

Performanța Amstel® a fost susținută de un portofoliu diversificat, care a adus inovație în ceea ce privește formatele și ambalajele disponibile în segmentul mainstream, precum și de o prezență vizibilă atât în canalul retail, cât și în locațiile de consum.



100% MALT



URBB

UNITED ROMANIAN BREWERIES BEREPROD



URBB recomandă consumul responsabil de bere.

URBB

UNITED ROMANIAN BREWERIES BEREPROD

Diversitate și inovație în portofoliul URBB, pentru a răspunde așteptărilor în schimbare ale consumatorilor

În 2025, URBB | Tuborg România a continuat să își dezvolte portofoliul pornind de la un principiu clar: oferirea unor soluții complete, care să răspundă oricărui context de consum, fie că vorbim despre experiențe în HoReCa sau despre momente petrecute acasă.

Direcția companiei a vizat consolidarea unui portofoliu potrivit pentru orice ocazie și preferință de consum, indiferent de tipul de experiență.

Fiecare brand din portofoliul URBB este construit având consumatorul în centrul atenției, răspunzând unor gusturi, ocazii și moduri diferite de a savura berea.

În cadrul extinderii portofoliului premium, **1664 BLANC**, berea franțuzească super-premium cunoscută pentru gustul său rafinat și stilul distinctiv, a fost relansată pentru a-și consolida atractivitatea și pentru a se alinia tendințelor actuale. Introducerea variantei la doză oferă mai multă flexibilitate și comoditate, fiind ușor de integrat atât în momente de relaxare alături de prieteni, cât și în contexte urbane dinamice.

Extinderea portofoliului a continuat prin aducerea pe piața locală a unor branduri internaționale cu identitate puternică. **KIRIN ICHIBAN**, berea japoneză recunoscută pentru procesul său unic de producție, oferă o experiență autentică și rafinată, adresându-se consumatorilor care caută noutate și calitate superioară. Cu o tradiție de peste un secol, brandul reflectă măiestria japoneză și atenția pentru detalii, oferind în fiecare pahar expresia unei perfecțiuni cultivate în timp.

În același timp, **Angelo Poretti**, un brand italian cu tradiție, completează portofoliul printr-o abordare sofisticată a gustului, fiind o alegere potrivită pentru asocieri culinare diverse și experiențe gastronomice elevate.

Împreună, aceste branduri conturează un portofoliu echilibrat, în care diversitatea stilurilor, originilor și profilurilor de gust permite integrarea naturală în multiple ocazii de consum. De la întâlniri sociale și evenimente în afara casei, la momente informale, mese împărtășite cu prietenii sau ocazii de celebrare, portofoliul URBB este conceput pentru a completa fiecare context de consum.

Această abordare asigură faptul că URBB își consolidează relevanța în diferite momente de consum, întărind conexiunea cu consumatorii printr-un portofoliu divers și atent construit. ■

OH LÀ LÀ!



DISCOVER
1664
BLANC

GOOD TASTE
WITH A TWIST

CONSUMĂ BLANC ÎN MOD RESPONSABIL. 18+ 🚗 🚫 🍷



18+ 🚗 🚫 🍷



18+ 🚗 🚫 🍷

URSUS *Breweries*



18+   www.desprealcool.ro



URSUS Breweries

În 2025, Ursus Breweries și-a consolidat poziția de lider pe piața berii din România prin investiții în inovație, sustenabilitate și implicare în comunitate. Acest an a marcat finalizarea unor proiecte majore: între 2020 și 2025, compania a investit aproximativ 70 de milioane de euro în România pentru modernizarea facilităților de producție, extinderea capacității, implementarea unor proiecte de sustenabilitate, tranziția către echipamente electrice și îmbunătățirea mediului de lucru.

Portofoliu

La nivel de portofoliu, compania a extins segmentul super-premium prin lansarea a două noi variante aromatizate fără alcool Peroni Nastro Azzurro 0.0%: Peroni Limone di Sicilia și Peroni Arancia Rossa. Inspirată de stilul italian, noile produse oferă note rafinate, fructate, de lămâie siciliană și portocală roșie, oferind o experiență răcoritoare și sofisticată de bere fără alcool. Dezvoltarea portofoliului a adus compania cu un pas mai aproape de obiectivul său de a crește ponderea produselor fără alcool la 20%.



Inițiative CSR

În 2025, brandurile au continuat să se implice în proiecte pentru comunitățile locale. Kozel a lansat un proiect de responsabilitate socială care vizează iluminarea aleilor din parcuri urbane din cinci orașe din România: București, Constanța, Brașov, Timișoara și Suceava. Dezvoltat în parteneriat cu Asociația Act for Tomorrow, proiectul transformă campania de brand „Meereu împreună” într-un beneficiu concret pentru comunitate. Fiecare kilometru pedalat și înregistrat pe platforma Kozel, în magazinele Kaufland sau la evenimentele Kozel, contribuie la finanțarea iluminatului urban care face parcurile mai sigure și mai primitoare.

Brandul Ciucaș și-a continuat angajamentul de lungă durată față de mediu prin programul „Natură curată, relaxare adevărată”. În 2025, au fost adăugate patru noi poieni Ciucaș și au fost reamenajate alte 16 existente, rețeaua ajungând la 28 de spații de relaxare în aer liber, în 24 de județe din România. Brandul a sprijinit, de asemenea, reabilitarea traseului montan Valea Berii - Vârful Ciucaș - Muntele Roșu, îmbunătățind infrastructura și siguranța, astfel încât vizitatorii să se poată bucura de natură într-un mod mai responsabil.

Lansarea primului Raport de Sustenabilitate aliniat la standardele ESRS

Întrucât sustenabilitatea rămâne centrală în strategia companiei, una dintre realizările anului 2025 a fost publicarea primului raport aliniat la Standardele Europene de Raportare privind Sustenabilitatea (ESRS), realizat împreună cu Deloitte România. Printre rezultatele aferente anului 2024, compania a redus cu 28% cantitatea de plastic pusă pe piață, depășind ținta pentru 2030 de 25%, și a redus emisiile directe de carbon cu 37% față de nivelul de referință din 2019. Toate fabricile din Timișoara, Brașov și Buzău funcționează acum utilizând 100% energie electrică din surse regenerabile.

Lansarea podcastului despre istoria berii

Ursus Breweries și-a consolidat, de asemenea, conexiunea cu consumatorii printr-o experiență aprofundată dedicată culturii berii. În 2025, compania a lansat un podcast în trei episoade dedicat istoriei fascinante a berii, realizat împreună cu istoricul Damian Anfile și personalitatea media Gojira. Podcastul explorează evoluția berii, de la rețetele antice și tradițiile medievale până la inovațiile moderne din producție, prezentând berea atât din perspectiva meșteșugului, cât și din rolul de liant social care îi aduce pe oameni împreună.



Meșteșugul Berii Sibiu

Suntem o micro-berărie locală din Mărginimea Sibiului și ne revendicăm această apartenență prin identitatea vizuală a sticlelor de bere cu motive și culori împrumutate din portul tradițional popular.

Plămădim după rețete proprii berile noastre SB Blondă, SB Platinată, SB Brunetă, SB Roșcată și SB Lejeră din ingrediente naturale, fără filtrare sau pasteurizare. Avem dorința de a integra cât mai mult ingredientele autohtone, fapt pe care îl reușim în cazul berii SB Blondă cu malț de orz și patru tipuri de hamei produse exclusiv în România.

Suntem printre puținele berării din România care produc o bere cu certificare ecologică. Suntem dedicați implicării în comunitate prin parteneriate cu evenimentele culturale, sportive și gastronomice, iar atunci când suntem solicitați să reprezentăm prin produsele noastre gustul României la evenimente internaționale, o facem cu mândrie.







”

Noi, un grup de șase prieteni, obișnuim să ne întâlnim și să bem împreună bere de calitate. Pentru că în Timișoara, până prin 2011, nu găseam specialitățile de bere pe care ni le doream, le importam direct de la microproducătorii preferați din Germania”, spune Marius Mircea, Directorul General al Berarium.

În timp, această plăcere de a consuma specialități de bere s-a transformat în dorința de a produce bere de cea mai înaltă calitate - proaspătă, naturală, plină de savoare, nefiltrată și nepasteurizată.

”Am adăugat și motivația de a salva și de a crea noi tradiții și valori locale”, mai spune Marius.

Dorința celor șase prieteni s-a materializat în 2011, când au înființat prima microfabrică din Timișoara, „Clinica de Bere”, din respect față de această băutură complexă.



KORILO

KORILO
BREWERY
POIANA MARELUI

KORILO
BREWERY
POIANA MARELUI



SCORILO

BERE DIN POIANA MĂRULUI.

SCORILO, BERE ARTIZANALĂ DIN POIANA MĂRULUI

Scorilo este o afacere de familie izvorâtă din pasiunea pentru bere, istorie și legende. Fabrica de bere Scorilo se află în localitatea Poiana Mărului, Caraș - Severin, în inima Munților Țarcu, la 600 de metri altitudine. Localitatea în care este construită fabrica este asociată cu legenda regelui dac Scorilo.

Aceasta spune că Scorilo, tatăl lui Decebal, ar fi ascuns comoara sa într-o peșteră aflată în Poiana Mărului, iar cel norocos o poate găsi acolo atunci când cade prima rază de soare, ce vine de pe creasta muntelui Nedeia, în ziua de 21 iunie a fiecărui an.

Familia Schelean, care deține afacerea Scorilo, produce beri artizanale, tip Lager (blondă), IPA (arămie) și Weizen („wheat”), realizate după rețete dezvoltate în colaborare cu maeștrii berari din Austria.

Capacitatea de producție a instalațiilor fabricii de la Poiana Mărului este de 300.000 de litri de bere anual, cu posibilitatea de a crește producția până la o capacitate maximă de 900.000 de litri pe an.

Scorilo este o bere naturală, de calitate superioară, care iese pe ușa fabricii după o perioadă de fermentație de 30 de zile. Materia primă este importată din Austria, Slovenia și Germania.



ZĂGANU

BERE ARTIZANALĂ ROMÂNEASCĂ.
NEGRĂBITĂ. DIN 2013.





În 2025 ne-am concentrat pe a oferi beri pline de caracter și varietate consumatorilor noștri. Am lansat Bundles sezoniere în magazinul nostru online: www.bere-zaganu.ro. Îl menționăm aici pe cel mai apreciat: Zăganu Tasting pack, care conține câte 2 sticle din 12 sortimente diferite de bere craft.

Am lansat o bere artizanală aniversară în colaborare cu Radio Guerrilla.

Am îmbogățit rețeta ediției limitate Zăganu Winter Red Ale cu noi condimente care i-au dat un plus de arome pentru un gust festiv autentic.

Am pregătit lansarea mult așteptatei Zăganu Fără Alcool, o bere cu arome distincte de hamei, ușoară, răcoritoare, care chiar are gust de bere.

La finalul anului 2025, pe lângă barul nostru Zăganu din Calea Victoriei 91-93, ne-am alăturat și celui mai mare centru gastronomic din București: GustObor, cu un bar unde servim atât bere artizanală românească, cât și mâncare delicioasă.



**ASOCIAȚIA PRODUCĂTORILOR DE HAMEI
DIN ROMÂNIA**



HAMEIUL DĂ CARACTER BERII

Suntem onorați să fim parte din Asociația Berarii României încă din 2011 și să contribuim cu principalul ingredient natural la crearea celei mai apreciate băuturi - berea. Dorim ca hameiul să fie cât mai bine reprezentat în mintea consumatorului. Să le arătăm planta, fructul, lupulina. Să simtă aroma. Să testeze gustul puternic amar. Să le oferim o bere în care să vadă culoarea, spuma, perlarea. Să îi învățăm să iubească berea. Astfel, consumatorii vor avea încredere în naturalețea berii, vor căuta și vor regăsi în bere caracteristicile testate.



Hameiul cultivat în România este folosit de către producătorii de bere locali. Cultivarea hameiului reprezintă o tradiție pentru România.

Asociația Producătorilor de Hamei din România a fost fondată în anul 2004, iar în prezent se compune din patru societăți private din județele Mureș, Alba și Sibiu. Suprafața actuală cultivată este de 240 Ha, cu posibilitatea dezvoltării până la 650 Ha. Asociația deține o secție de ultimă generație de peletizare a hameiului de tip 90 - de o capacitate de 500 kg/oră. Cu această instalație se prelucrează și se împachetează hameiul, astfel încât toate caracteristicile dobândite în natură - acizii (α , β , γ), aromele specifice soiurilor și microclimatului de unde provin - să fie păstrate fără intervenție prin procesare.

Asociația Producătorilor de Hamei din România produce în condiții microclimatice normale circa 20.000 kg alfa pe an, ceea ce reprezintă cca. 15% din consumul anual al României.

Totodată, aceasta susține utilizarea ca materie primă pentru bere a hameiului românesc, care are aceeași calitate ca și cel importat.







**SOUFFLET
MALT ROMANIA**

SATISFACEREA CERINȚELOR CLIEȚILOR, OBIECTIVUL PRIMORDIAL AL COMPANIEI

Soufflet Malt este cel mai mare producător de malț din România, aflându-se chiar în centrul lanțului de producție de bere: orz - malț - bere. Orzul este utilizat ca materie primă pentru fabricarea malțului, fiind ingredientul principal în procesul de fabricare a berii.

Ca parte a Asociației Berarii României, Grupul Soufflet este implicat în promovarea industriei berii în România și susține producția de varietăți performante de orz pentru bere, permițând ca berea să fie fabricată din ingrediente naturale, produse în România.

Fabrica din Buzău este amplasată în inima regiunii cu cel mai bun sol pentru producția de cereale din România.

Sinergia dintre Soufflet Malt și Soufflet Agriculture oferă control deplin asupra procesului, de la selecția varietăților de semințe și consilierea tehnică a agricultorilor până la selectarea pentru malțificare a orzului cu cei mai buni parametri de calitate.

Situată în cea mai bună zonă din Europa pentru cultivarea orzului, Grupul Soufflet și-a început activitatea în România în 1997.

Obiectivul său primordial îl reprezintă satisfacerea cerințelor producătorilor de bere, furnizându-le permanent produse obținute din materii prime de calitate.

Echipa de agronomi Soufflet are o vastă experiență în toate etapele de cultivare, de la selecția varietăților de semințe, testele tehnice premergătoare producției de orz, la comercializarea de produse ecologice. Cu o capacitatea de producție de 115.000 tone de malț Pilsen pe an, fabrica din Buzău este echipată cu tehnologie de ultimă generație pentru depozitarea și curățarea orzului, pentru fabricarea malțului, de monitorizare a producției și de livrare a malțului către producătorii români de bere.



Curiozități despre bere

Inginerul german Carl von Linde a inventat sistemul modern de refrigerare (frigiderul) la cererea expresă a berăriei Spaten din München. Berarii aveau nevoie de o metodă prin care să poată produce bere de tip Lager și pe timpul verii, nu doar iarna, în peșteri cu gheață.



În Anglia medievală se obișnuia ca la nunți să se prepare o bere specială numită „Bride Ale”. Banii strânși din vânzarea ei mergeau direct la mireasă, pentru a-și începe noua viață.

Deși mulți o evită, spuma (numită „guler”) protejează berea de oxidare. Fără spumă, berea își pierde aroma mult mai repede odată ce intră în contact cu aerul.



Arheologii consideră că berea a apărut acum aproximativ 7.000 - 9.500 de ani. Există teorii care susțin că civilizația umană a trecut de la stilul nomad la agricultură tocmai pentru a cultiva cerealele necesare berii.

Cea mai veche reclamă la bere (și una dintre primele reclame din lume) a fost găsită pe o tăbliță de lut din Mesopotamia, datând de aproximativ 3.000 î.Hr. Aceasta arăta o femeie cu două cupe de bere și sloganul: „Bea berea cu inima leului!”.





**BERARII
ROMÂNIEI**

Asociația Berarii României

Boris Miloushev | Președinte
Constantin Bratu | Director General

**Adresă: Strada Ion Ghica 13, sector 3, 030045, București.
Mail: office@berariiromaniei.ro**



www.berariiromaniei.ro



Responsabilitatea este un principiu fundamental al sectorului berii.
Asociația Berarii României promovează un
consum moderat și informat, în deplin respect față de consumatori,
comunitate și cadrul legal.



www.berariiromaniei.ro