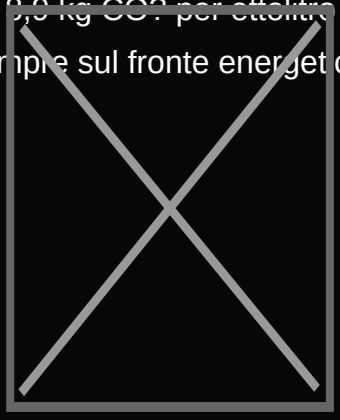
La sostenibilità secondo Heineken

heineken-f38f5e40

Risparmio energetico e riduzione delle emissioni di CO?, tutela delle risorse idriche, sicurezza sul lavoro e approvvigionamento sostenibile i temi principali del Bilancio di sostenibilità 2012 presentato nel corso di un incontro con stampa e stakeholder a Milano.
Grande importanza è data ai miglioramenti ottenuti in termini di risparmio energetico: i consumi totali di energia di Heineken Italia sono diminuiti da 151,7 MJ per ettolitro di birra prodotta del 2011 a 150,5 MJ/hl del 2012, numeri raggiunti in particolare grazie alla riduzione dei consumi di energia termica, scesi in un anno da 73,5 MJ/h a 72 MJ/hl.
Questi risultati hanno permesso anche un'ulteriore riduzione delle emissioni totali di CO? derivanti dai processi di produzione dei birrifici, che in due anni sono diminuite del 3,6%, passando dai 9,2 kg CO? per ettolitro del 2010 agli 8,9 kg CO? per ettolitro del 2012.
A questo si aggiunge, sempre sul fronte energetico, che nel 2012 Heineken ha introdotto l'energia solare all'interno del suo  mix energetico, installando due impianti fotovoltaici sui tetti dei birrifici di Comun Nuovo (BG) e Massafra (TA), per un totale di 8.136 pannelli solari (pari a 4 campi da calcio).
Inoltre tutte le frigo vetrine e i pozzetti acquistati e distribuiti dall'azienda nei bar e nei punti vendita, sono modelli green a basso impatto ambientale. Sono anche stati introdotti 598 nuovi Draught Beer Cooler e 300 David Green (uno è stato utilizzato durante l'evento), impianti per la spillatura 100% ecologici che usano refrigeranti a idrocarburi in grado di consumare il 15% in meno di energia rispetto ai modelli precedenti.

Per ridurre ulteriormente le emissioni di CO? derivanti anche dai processi logistici, sono stati incrementati sensibilmente il numero di trasporti su treno, a discapito di quelli su gomma: nel 2012 i viaggi su rotaia sono stati il 30,7% del totale dei trasporti, rispetto al 13,81% del 2011.



Per quanto riguarda l’acqua, l’azienda è riuscita ad ottenere una forte riduzione dei consumi (-14,7%), passando dai 6,7 ettolitri per ettolitro di birra del 2011 a 5,7 hl/hl: un importante risultato raggiunto anche grazie alla realizzazione, presso lo stabilimento di Comun Nuovo, di un nuovo impianto di raffreddamento che, con un investimento di 2,4 milioni di Euro, permette di arrivare ad abbattere di oltre il 40% l’utilizzo della risorsa idrica del birrificio.

Responsabilità sociale

Ovviamente molto importante il capitolo relativo alla sostenibilità sociale. In particolare per quanto riguarda la salute e la sicurezza dei dipendenti, a partire dal 2011, nei 4 birrifici italiani, è stata introdotta la Behavior-Based Safety, un protocollo scientifico volto all’individuazione dei comportamenti più sicuri e alla misurazione degli stessi direttamente da parte dei lavoratori, che ha anche previsto 1.500 ore di formazione per ogni unità produttiva, che ha portato alla diminuzione delle medicazioni del 40% nel 2012.

Sempre sul fronte della responsabilità sociale, Heineken, per offrire ai propri consumatori prodotti di qualità e allo stesso tempo rispettosi dell’ambiente, ha scelto di acquistare le materie prime prevalentemente da fornitori locali: nel 2012 il 100% del mais (15.800 ton.) e il 31,4% del malto d’orzo (22.000 ton.) impiegati in produzione derivano da colture italiane.

Anche il 2012 ha visto l'impegno per il consumo responsabile attraverso lo sviluppo di progetti come Good Morning Milano, con la distribuzione di 100 mila mappe delle linee notturne di bus della città, “Non me la bevo” rivolta a studenti di 12 atenei, la distribuzione di oltre 12mila etilometri, e la campagna tv “Sunrise belongs to moderate drinkers”, uno short movie in cui il protagonista per la prima volta rifiuta di bere una birra Heineken preferendo l’acqua. Un comportamento, quello del bere responsabilmente, che viene presentato come un modello aspirazionale e positivo, secondo il quale è possibile divertirsi senza eccedere.

Nel 2014 il 10% del budget per la pubblicità di Heineken Italia sarà destinato al consumo responsabile.