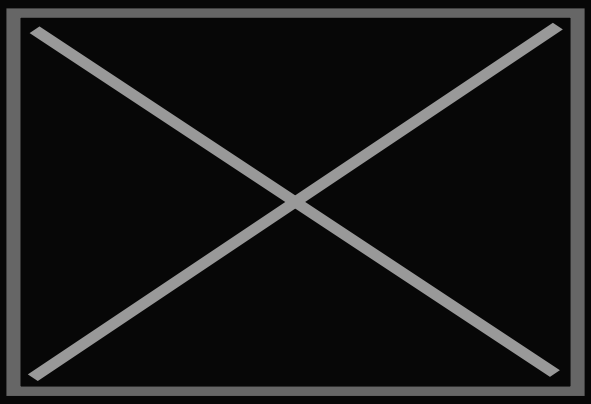
“Datemi una birra alla spina e contribuirò a salvare il mondo”

carlsbergitalia-responsibeerity-copertinabilancio-aa6a2cc5

La sfida di **Carlsberg Italia** è coniugare qualità, innovazione e sostenibilità con un approccio basato su **numeri, trasparenza, correttezza e coinvolgimento**. Le sue prestazioni, anno dopo anno, vengono comunicate e condivise attraverso il **Bilancio di Sostenibilità**, arrivato nel 2017 alla sua 6° edizione: “**ResponsiBEERity2016: il coraggio… di dare i numeri**” (disponibile sul sito www.carlsbergitalia.it). Una presentazione corale quella di ieri, avvenuta al “**7 Luppoli, Birra & Cucina di Milano**”: **Alberto Frausin**, AD di Carlsberg Italia, ha introdotto il racconto di “ResponsiBEERity 2016” e ha poi lasciato la parola al CSR Team dell’Azienda (composto dai rappresentanti delle diverse funzioni aziendali) per raccontare i principali highlights del 2016.

Il **documento di rendicontazione 2016** di Carlsberg Italia – redatto secondo gli standard internazionali previsti dal GRI G4 - testimonia il percorso dell’azienda verso **l’adozione della sostenibilità come modello di gestione basato sul dialogo e sul coinvolgimento degli interlocutori**. Un percorso che si realizza attraverso la misurazione oggettiva della relazione con gli stakeholder, l’analisi di materialità e la nuova strategia di sostenibilità “**Together Towards ZERO**” di Carlsberg Group che ha come obiettivo quello di **“contribuire a una società migliore” entro il 2030**, agendo in particolare nelle 4 aree di priorità che hanno un maggiore impatto sull’attività aziendale: **acqua** (l'ingrediente principale della birra), **energia ed emissioni** (la priorità che riguarda in particolare il processo produttivo nel suo complesso), **salute e sicurezza** (l'attenzione alle persone che producono e commercializzano la birra), **consumo responsabile** (il rispetto nei confronti dei consumatori).

Carlsberg Italia: i principali numeri della sostenibilità 2016 - In linea con gli impegni del Gruppo e le istanze dei suoi diversi interlocutori, Carlsberg Italia ha seguito le 4 aree di priorità per rendicontare l’andamento 2016 nel nuovo Bilancio di Sostenibilità. **Questi i principali risultati**:



ACQUA: - 18% di consumo complessivo (vs. 2015), pari all’acqua contenuta in 39 piscine olimpioniche. Il consumo specifico di acqua impiegato per la produzione di 1hl. di birra è stato di 3,5 hl, ben -20% vs. 2015 (4,3 hl). Una maggior efficienza dovuta all’aumento di sensibilità e coinvolgimento delle persone dell’Azienda che ha portato all’incremento dei monitoraggi ordinari degli impianti (da mensili a settimanali). I 52 monitoraggi totali hanno consentito d’individuare con più tempestività perdite, malfunzionamenti e possibili migliorie.

PACKAGING: l’utilizzo dei fusti in PET ha compiuto un altro importante passo verso l’obiettivo del 100% di copertura, sfiorando quota 90% (7 punti in più rispetto al 2015), a conferma dello spostamento nel mix di formati verso il sistema di spillatura senza CO2 aggiunta DraughtMaster™. Questo ha permesso nel 2016 di risparmiare all’ambiente 10.607.300 kg. di CO2 (il 468% in più rispetto al 2011) che equivalgono all’anidride carbonica che assorbirebbero circa 424.300 alberi. Questi alberi occuperebbero una superficie pari a 1.443 campi di calcio o anche 624 Piazza Duomo, come rendicontato dall’”Orologio degli Alberi”. Nel 2016, inoltre, l’Azienda ha approfondito ulteriormente alcuni aspetti relativi al miglioramento del “fine vita” di DraughtMasterTM che, sebbene produca impatti modesti in confronto alle altre fasi del ciclo vita del prodotto (come dimostrato dall’LCA – Life Cycle Assessment), offre interessanti stimoli nell'ottica dell'economia circolare. In particolare sono in fase di verifica studi specifici sulla possibilità di granulare i fusti in PET al fine di creare da essi materia prima seconda.

RIFIUTI: si è confermato un dato fondamentale, ovvero che il 100% dei rifiuti prodotti in stabilimento è stato destinato al recupero. Nel 2016, sono state rimesse in esercizio parti del vecchio impianto di depurazione delle acque dismesso nel 2006 (il resto dell'impianto è stato rimesso in funzione nel 2017 dopo interventi di manutenzione e modifica). Grazie a questo investimento, l’Azienda restituisce all’ambiente acqua di qualità molto vicina a quella prelevata.

SALUTE E SICUREZZA: spicca il coinvolgimento sempre più diretto dei dipendenti, in particolare dello stabilimento, in tutte le fasi della prevenzione. Per perseguire questo obiettivo sono aumentati gli audit nei diversi reparti (+29%) ed è stata amplificata la procedura NearMiss, che punta a diminuire i

rischi d’incidente, con l’introduzione del Tag Rosso, un cartellino che i dipendenti posizionano ben in vista nel punto in cui è presente un potenziale pericolo incrementando il livello d’attenzione. Grazie a questa novità le segnalazioni sono aumentate del 46% (vs. 2015) a testimonianza di maggior attenzione e coinvolgimento.

CONSUMO RESPONSABILE: contribuire a sensibilizzare le persone ad un consumo moderato e corretto di birra, compatibile con uno stile di vita sano, è una priorità per Carlsberg Group e per Carlsberg Italia. Per concretizzare questo impegno l’Azienda: Promuove la filosofia alla base del progetto DraughtMasterTM, riassumibile con il termine “RisPETtiamoci”: rispetto per il prodotto, rispetto per se stessi, rispetto per l’ambiente e rispetto per la società. Coinvolge i visitatori del Birrificio durante gli Open Day (2.500 nel 2016) in attività di consumo responsabile guidate dai dipendenti dell’Azienda. Ha aderito al Global Beer Responsibility Day (GBRD), Giornata Mondiale della Birra Responsabile, con attività dedicate ai dipendenti della sede di Lainate e ai visitatori del Birrificio di Induno Olona (VA) in occasione dell’Open Day di settembre. Ha inserito il simbolo Don’t Drink & Drive sulle etichette delle diverse birre per aiutare ulteriormente i consumatori a compiere scelte consapevoli. Questa attività contribuisce all’impegno di Carlsberg Group di riportare queste informazioni sull’80% dei volumi di birra prodotti in Europa Occidentale entro la fine del 2017.

[caption id="attachment_127744" align="alignright" width="300"]



Alberto Frausin[/caption]

“Dieci sono gli anni passati da quando ho iniziato a guidare Carlsberg Italia”, ha spiegato Alberto Frausin, amministratore delegato di Carlsberg Italia. “Un’azienda allora in difficoltà economico-finanziaria, in un settore che non conoscevo, dove però ho trovato persone con grande passione e voglia di riscatto, nonostante i problemi. E insieme ci siamo impegnati a cambiare le sorti dell’azienda. **Oggi con 259 dipendenti, Carlsberg Italia ha chiuso nel 2016 l’esercizio in utile con un valore aggiunto lordo globale di 33,7 mln di euro**. Un traguardo possibile perché alla qualità di prodotto, caratteristica che ci è riconosciuta con sempre maggior convinzione dai nostri consumatori, abbiamo

saputo legare **l’eccellenza di prodotto e l’innovazione tecnologica** che ci ha permesso di rivoluzionare il mondo della birra (DraughtMaster) senza mai perdere di vista la cultura di sostenibilità che è diventata parte integrante dei nostri comportamenti quotidiani, permettendoci di diminuire il nostro impatto ambientale. Tra i risultati raggiunti nel corso dell’anno, sono particolarmente orgoglioso del **drastico calo della nostra impronta idrica** (-20% per hl). La scarsità di acqua, come ci ha dimostrato il progetto di adattamento ai cambiamenti climatici Life IRIS di cui siamo unico partner agroalimentare, è una delle sfide globali a cui dovremo prestare maggiore attenzione nel prossimo futuro. Sono sicuro che se ognuno farà la sua parte, nel privato come a livello aziendale, insieme potremo avere un ruolo centrale come agente di cambiamento nell’affrontare questa enorme sfida”.

Chi ha detto che la sostenibilità è noiosa? Informare, conoscere, coinvolgere, confrontarsi fanno davvero la differenza in tutti gli ambiti, soprattutto nella sostenibilità. Per questo Carlsberg Italia ha sempre cercato di “tradurre” la sua sostenibilità in modo semplice e comprensibile. È così che, anche per l’edizione 2016, l’azienda ha scelto di affidare ai **Giornalisti nell’Erba**, la più giovane redazione ambientale italiana, la realizzazione di un originale **abstract in formato tovaglietta per il pranzo** in grado di riassumere in modo semplice e immediato i numeri del Bilancio. Un percorso simile al Gioco dell’Oca che accompagna i giocatori, tramite i numeri della sostenibilità 2016 di Carlsberg Italia, a scoprire i comportamenti virtuosi da attuare ogni giorno anche nel quotidiano.