Carlsberg, bilancio di sostenibilità 2020: -12% Co2, -7% consumo idrico

carlsberg-9c9c27a2

Il **Bilancio di Sostenibilità 2020 del Gruppo Carlsberg** mostra importanti progressi verso il raggiungimento degli obiettivi fissati da **Together Towards Zero**, la strategia di sostenibilità del gruppo, ribadendo l'impegno costante nell'affrontare le sfide globali del nostro tempo. In un anno dominato dalla pandemia, il Gruppo Carlsberg ha registrato una **diminuzione del 7% delle proprie emissioni specifiche di Co2** lungo tutta la filiera (periodo 2015 - 2019), mentre nei propri birrifici ha **ridotto del 12% le emissioni di Co2 e migliorato del 7% l'efficienza idrica** rispetto al 2019.

Riduzione delle emissioni di Co2 lungo tutta la filiera

Il Gruppo Carlsberg ha collaborato con partner e fornitori lungo tutte le fasi della propria filiera (comprese materie prime, packaging e refrigerazione) per identificare, testare e implementare soluzioni più sostenibili. Questo processo ha permesso al Gruppo di ridurre del 7% le proprie emissioni "birra in mano" - le emissioni totali di Co2 lungo tutta la filiera - nel periodo 2015 - 2019. Un buon risultato in vista degli obiettivi prefissati: riduzione del 15% entro il 2022 e del 30% entro il 2030.

La leadership del Gruppo Carlsberg nella lotta al cambiamento climatico è stata riconosciuta dall'organizzazione no-profit **CDP** (Carbon Disclosure Project), che l'ha inserito nella prestigiosa "A List". Riconoscendo il rischio crescente del cambiamento climatico per le imprese e le comunità nelle aree in cui opera, il Gruppo Carlsberg per la prima volta ha incluso nella relazione annuale 2020 le azioni a riguardo, secondo il quadro di reporting della Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD).

Questo vuole essere un'ulteriore garanzia dell'impegno che il gruppo porta avanti dal 2017, quando è stata avviata la collaborazione con Science Based Targets per diventare una delle prime aziende a fissare target in linea con l'ambizioso obiettivo dell'Accordo di Parigi sul clima, che mira a limitare il riscaldamento globale a 1,5°C.

Protezione delle risorse idriche collettive in aree prioritarie

Nel 2020 il Gruppo Carlsberg ha avviato una partnership con **Desolenator** in India per fornire 20.000 litri di acqua potabile al giorno a una città di 4.000 persone, grazie alla prima tecnologia sostenibile al mondo che purifica l'acqua tramite l'energia solare. In Vietnam, invece, grazie a un accordo con le autorità locali per il miglioramento delle infrastrutture, il gruppo fornirà acqua pulita a circa 20.000 persone.

Produzione di birra con meno emissioni e meno acqua

Nel 2020 altri tre birrifici del gruppo hanno raggiunto la neutralità delle emissioni di Co2, portando il totale a otto. Dal 2019, inoltre, il Gruppo Carlsberg ha ridotto del 12% le emissioni di Co2 per hl di birra prodotta nei propri birrifici e del 7% il consumo di acqua. Le diverse sedi del gruppo condividono e implementano le migliori soluzioni per l'efficientamento e continuano a testare tecnologie innovative come, per esempio, l'impianto di recupero totale dell'acqua nel birrificio Fredericia in Danimarca, che porterà lo stabilimento tra le eccellenze mondiali in termini di efficienza idrica riducendo il consumo di acqua da 2,9 a 1,4 hl di acqua per hl di birra.

Supportare le comunità colpite dalla pandemia

In tutti i mercati in cui è presente nel mondo, il Gruppo Carlsberg ha convertito le linee produttive di alcuni dei suoi birrifici per ottenere l'alcol utilizzato nei gel disinfettanti, ha donato attrezzature e bevande analcoliche agli operatori sanitari e ha condotto delle campagne a supporto del settore dell'ospitalità, duramente colpito dalla pandemia. Oltre ai contributi aziendali per aiutare le persone colpite dal Covid-19, i team del Gruppo Carlsberg di tutto il mondo hanno raccolto fondi per supportare le organizzazioni locali. La Fondazione Carlsberg, la Nuova Fondazione Carlsberg e la Fondazione Tuborg hanno donato un totale di 13 milioni di euro durante la crisi per sostenere ricerca, arte, cultura e società civile.

Aumentare la disponibilità di birre senza alcol

Offrire una più ampia gamma di prodotti analcolici è il primo passo per dare al consumatore la possibilità di scegliere un'alternativa all'alcol. Per questo, il 100% dei marchi premium internazionali e un terzo di tutti i marchi del gruppo offrono delle opzioni analcoliche. **Nel 2020 i volumi di vendita delle birre analcoliche sono cresciuti dell'11%** (+83% dal 2015).

Migliorare le informazioni e coinvolgere i consumatori

Fornire la giusta informazione al consumatore lo aiuta a prendere decisioni consapevoli. Per questo, il Gruppo Carlsberg si è assicurato che oltre il 90% delle attività di comunicazione e marketing fossero conformi ai Digital Guiding Principles (DGPs). Inoltre, ha coinvolto 22,5 milioni di consumatori durante il Global Beer Responsibility Day con delle campagne di sensibilizzazione.

Creare una cultura della sicurezza

In un anno impegnativo, il Gruppo Carlsberg ha adottato misure rigorose per garantire la sicurezza e il benessere dei dipendenti dei propri birrifici e uffici in tutto il mondo. Attraverso un’attenzione continua alla cultura della sicurezza, il gruppo ha ridotto del 19% il proprio tasso di incidenti e oltre 11.000 conducenti (il 95% di quelli aziendali) hanno svolto un corso online sulla sicurezza stradale.

Contribuire alle economie

L’attività e i prodotti del Gruppo Carlsberg svolgono un ruolo importante nelle economie, nelle filiere e nelle comunità di tutto il mondo. **Nel 2020 il gruppo ha dato impiego a oltre 40.000 persone**, con un indotto lungo tutta la filiera di circa 1,09 milioni di persone, incluse quelle del settore dell'ospitalità duramente colpito dalla pandemia.

A livello mondiale, il Gruppo Carlsberg ha **generato un valore economico di circa 3,3 miliardi di euro, l'11% in meno rispetto al 2019**. Questo sottolinea la necessità, da parte dei governi, di prevedere un sostegno per il settore birrario e tutti quelli ad esso connessi, per fare in modo che esso possa continuare a garantire il proprio ruolo all’interno della comunità.

[caption id="attachment_183301" align="alignright" width="300"]



Cees t'Hart[/caption]

“Il 2020 è stato un anno impegnativo per la nostra attività, i nostri clienti e le nostre persone in tutto il mondo. In Carlsberg, abbiamo continuato ad impegnarci per supportare le comunità in questo momento difficile, lavorando al tempo stesso per raggiungere i nostri ambiziosi target di riduzione delle emissioni e dello spreco idrico. Non permetteremo al Covid-19 di portarci fuori rotta”, spiega **Cees t’Hart**, Ceo del Gruppo Carlsberg. “Siamo sulla buona strada per raggiungere i nostri obiettivi per il 2022. Dal 2015 abbiamo già ridotto le emissioni dei nostri birrifici del 39%, le emissioni lungo tutta la filiera del 7% e il nostro consumo di acqua per ogni ettolitro di birra prodotta del 18%".

Highlights verso lo Zero

Verso zero emissioni Co2
• Riduzione del 12% delle emissioni di Co2 per hl di birra dal 2019 (39% dal 2015), in linea con l’obiettivo 2030 di produzione a zero emissioni.
• Riduzione delle emissioni “birra in mano" (lungo tutta la filiera) del 7% dal 2015 in linea con l’obiettivo 2030 di una riduzione del 30%.
• 64% dell'energia elettrica ottenuta da fonti rinnovabili, in linea con l’obiettivo 2022 del 100%.
• 8 siti a emissioni zero.

Verso zero spreco di acqua
• Miglioramento dell’efficienza idrica del 7% dal 2019 (18% dal 2015) in linea con l’obiettivo 2030 del 50%.
• Partnership per proteggere le risorse idriche collettive in India e Nepal, in linea con gli obiettivi in tutti i Birrifici situati in aree ad alto rischio.

Verso zero consumo irresponsabile
• Crescita della vendita di birre analcoliche dell'11% (83% dal 2015), migliorando la scelta per i consumatori e incoraggiando il consumo responsabile.
• 22,5 milioni di persone raggiunte attraverso campagne di consumo responsabile durante il Global Beer Responsibility Day.

Verso zero incidenti
• Riduzione del tasso di incidenti del 19% dal 2019 (55% dal 2015).
• Più di 11.000 conducenti (il 95% di quelli aziendali) hanno svolto un corso online sulla sicurezza stradale.