Heineken, avanti con il piano di sostenibilità Brewing a Better World

sede-heineken-italia-afeaae24

Il **piano di sostenibilità Brewing a Better World** entra nel secondo quinquennio di attività e con il **Rapporto di Sostenibilità 2015 Heineken Italia** pubblica i risultati raggiunti all'interno del percorso. Migliorare l'impatto ambientale e sociale delle proprie attività, puntare sull'utilizzo delle energie rinnovabili, un'attenzione costante per le persone e la promozione del bere responsabile sono i punti fondamentali del piano.

I principali risultati raggiunti da Heineken Italia: dimezzate le emissioni di CO? in produzione (-55% rispetto al 2010); ridotti di oltre un terzo i consumi d'acqua nei birrifici (-36% rispetto al 2010); utilizzato il 100% di energia elettrica da fonti rinnovabili certificate; diminuito del 30% il numero di infortuni in un anno; investito il 10% del budget advertising del brand Heineken® in campagne dedicate alla promozione del consumo responsabile; nasce la **Fondazione Birra Moretti** per diffondere la cultura della birra a tavola in Italia e contribuire alla creazione di occupazione nel settore birrario e nell'indotto. I risultati ottenuti nel corso di questi anni di attività rispecchiano il forte impegno e i continui investimenti messi in atto dal Gruppo per implementare un business rispettoso dell'ambiente, delle persone e delle comunità in cui opera.

"La sostenibilità è per noi una priorità e tutti i nostri investimenti sono rivolti nella direzione di implementare un modello di business virtuoso" afferma **Soren Hagh**, amministratore delegato Heineken Italia. "Utilizzare le risorse in modo sempre più efficiente e responsabile, ottimizzando i processi legati alla produzione e distribuzione della birra è per noi fondamentale. L'attenzione alle energie rinnovabili, in particolare, riveste un ruolo strategico e ha portato l'Italia a essere un caso di eccellenza all'interno del Gruppo e alla produzione di una birra fatta interamente con energia solare".

[caption id="attachment_104701" align="alignleft" width="206"] heineken,iov headoffice,zonnepanelen,heinelken brouwerij oss,,model jeroen weenink, heineken,iov headoffice,zonnepanelen,heinelken brouwerij oss,,model jeroen weenink,[/caption]

Heineken Italia **utilizza il 100% di energia elettrica proveniente da fonti energetiche fotovoltaiche certificate**. Presentata in anteprima a Expo Milano 2015, **Birra Moretti Baffo d'Oro** è stata una delle prime birre del Gruppo, a livello globale, a essere prodotta con energia rinnovabile equivalente derivante dai pannelli solari e la prima in Italia. A partire da settembre 2016 Birra Moretti Baffo d'Oro comunicherà il suo impegno nei confronti dell'ambiente attraverso un nuovo packaging studiato appositamente e in autunno è previsto il lancio di altre due referenze a marchio Birra Moretti, interamente prodotte con energia solare.

Considerando il totale dell'energia elettrica equivalente associata alla produzione di Birra Moretti Baffo d'Oro, Certiquality, Istituto di Certificazione della Qualità, ha ufficialmente sancito che il prodotto risulta **conforme alle prescrizioni relative al Documento Tecnico 78** (che certifica il fabbisogno energetico connesso alla realizzazione di un prodotto e sua compensazione con pari quantitativo di energia elettrica fotovoltaica). Tra gli altri brand del Gruppo prodotti con energia solare ci sono l'olandese **Wieckse Witte**, la **Tiger** di Singapore e la **Gösser**, prodotta in Austria, nel più grande birrificio "green" del mondo, 100% zero emissioni.

Sostenibilità per Heineken non significa solo rispetto dell'ambiente, ma un impegno costante e focalizzato sulle persone, la risorsa più importante per l'azienda. La sicurezza e la salute dei propri collaboratori sono al centro degli investimenti, con oltre 23.000 ore di formazione erogate nel 2015, di cui l'84% dedicate alla sicurezza. Attività di prevenzione che hanno permesso di ridurre in un anno il numero di infortuni del 30% e del 22% la loro gravità.

Nella specificità del nostro business determinare cambiamenti positivi nella società attraverso la promozione del consumo responsabile è uno degli elementi centrali del piano di sostenibilità. Heineken è stata pioniera nella realizzazione di **campagne per la promozione del bere responsabile**, oltre dieci anni fa, e ogni anno in Italia investe il 10% del budget advertising del brand Heineken. L'impegno prosegue anche sul territorio con **iniziative specifiche di sensibilizzazione**, dedicate prevalentemente ai giovani, che dal 2011 ad oggi hanno raggiunto direttamente oltre 200mila persone.

"Abbiamo adottato un approccio strutturato al tema della Sostenibilità che ha cambiato il nostro modo di pensare, diventando parte integrante della cultura aziendale e del nostro modo di fare business: produrre birra di qualità, salvaguardando l'ambiente, ricercando materie prime locali, con un'elevata attenzione per la sicurezza e il bere responsabile", commenta **Alfredo Pratolongo**, direttore Comunicazione e Affari Istituzionali di Heineken Italia. "Il consumo responsabile è un pilastro del nostro piano di sostenibilità e siamo continuamente impegnati in attività di sensibilizzazione e informazione perché, in qualità di leader nel mondo birrario, crediamo di avere un ruolo importante e

una responsabilità nel determinare cambiamenti positivi all’interno delle comunità. Il nostro obiettivo è di rendere il consumo responsabile un comportamento aspirazionale e nella nostra ultima campagna, **Moderate Drinkers Wanted**, ci rivolgiamo alle donne per incoraggiare gli uomini a moderarsi nel bere”.