



Carlsberg
Italia



BILANCIO DI
SOSTENIBILITÀ
2017

INTRODUZIONE

IL MESSAGGIO DEL CSR TEAM

Siamo lieti di presentare il nostro settimo Bilancio di Sostenibilità la cui cifra quest'anno è il consolidamento della sostenibilità nel nostro modo di lavorare e nei nostri processi aziendali.

Oggi continuiamo a testimoniare come la sostenibilità rafforzi la nostra capacità di migliorare le nostre prestazioni ambientali, sociali ed economiche. In questi anni, il nostro impegno è stato solido e trasparente. Il nostro impatto ambientale è stato un elemento che abbiamo gestito con determinazione e trasparenza. Infatti, per esempio, abbiamo sempre dichiarato l'obiettivo di distribuire il 100% delle nostre birre alla spina con *DraughtMaster™*, il rivoluzionario sistema di spillatura della birra senza CO₂ aggiunta e con i fusti in PET che abbiamo introdotto nel 2011. Quest'anno abbiamo toccato quota 94%. Sempre grazie a *DraughtMaster™*, abbiamo superato 11.000.000 di kg di CO₂ non immessi nell'atmosfera pari a quelli assorbiti da oltre 440.000 alberi, che ricoprono una superficie corrispondente a 1.500 campi da calcio. Raggiungiamo questi risultati anche grazie al contributo di energie e di idee dei nostri portatori di interessi, che ascoltiamo regolarmente.

Quest'anno, oltre ai tradizionali Focus Group con le nostre persone, abbiamo incontrato direttamente un gruppo di fornitori e un gruppo di clienti del canale Ho.Re.Ca., confrontandoci in modo serrato e costruttivo su come evolvere il nostro percorso di sostenibilità.

In questo Bilancio di Sostenibilità narriamo di come l'impegno delle persone di Carlsberg Italia si trasformi in risultati sociali e ambientali e di come abbiamo contribuito alla strategia di sostenibilità di Carlsberg Group, "Together Towards Zero", che ha l'obiettivo di azzerare le emissioni di gas serra, lo spreco d'acqua, il consumo irresponsabile e gli incidenti sul lavoro entro il 2030. Buona lettura.

Il CSR Team di Carlsberg Italia



ALESSANDRA ZONI
SALES ADMINISTRATION &
CREDIT COORDINATOR



GUALTIERO ZILIO
CUSTOMER SERVICE OPERATOR



SERENA SAVOCA
MARKETING MANAGER



MANUELA MANTOVANI
ENVIRONMENTAL &
SAFETY SPECIALIST - RSPP



DAVIDE PIZZAGALLI
CORPORATE AFFAIRS MANAGER,
LEGAL AFFAIRS MANAGER



VIVIANA SARTEANETTI
HR BUSINESS PARTNER - SALES



MAURIZIO DE CESARE
A.T.C. MANAGER



SIMONA PERDON
PROCUREMENT BUSINESS PARTNER,
SUPPLY MANAGER



LORENZO COLOMBO
TRADE MARKETING MANAGER ON TRADE
& SALES DEVELOPMENT MANAGER



ANNA D'APICE
SOLUTION EXPERT

STEFANO LANDINI
JUNIOR WAREHOUSE AND DISTRIBUTION
SUPERVISOR



RICCARDO TAVERNA
DIRETTORE SOSTENIBILITÀ
AIDA PARTNERS



VERONICA LORINI
TRADE MARKETING MANAGER OFF TRADE

LUCIA CROCI
COUNTRY ACCOUNTING & REPORTING
MANAGER

SOMMARIO

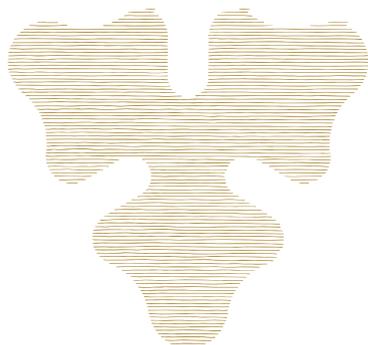
INTRODUZIONE

IN BREVE

Introduzione del CEO Carlsberg Group.....	5
Carlsberg Italia 2017 in sintesi.....	6
Introduzione del CEO Carlsberg Italia.....	7
Scenario.....	8
Scopo e Strategia.....	9

IL NUOVO PROGRAMMA DI SOSTENIBILITÀ

Together Towards Zero.....	11
Sfide e Target del Gruppo Carlsberg Towards Zero.....	12
Insieme verso gli SDGs.....	13



LE NOSTRE SFIDE



ZERO EMISSIONI DI CO₂

Presentiamo la nostra sfida.....	15
Eliminare le emissioni nei nostri birrifici.....	18
Riduzione delle emissioni Birra-alla-mano.....	22
La qualità di <i>DraughtMaster™</i>	24



ZERO SPRECO D'ACQUA

Presentiamo la nostra sfida.....	33
Ridurre gli sprechi d'acqua.....	35



ZERO CONSUMO IRRESPONSABILE

Presentiamo la nostra sfida.....	39
Prevenire il Consumo Irresponsabile.....	41
Incoraggiare il consumo responsabile.....	45



CULTURA ZERO INCIDENTI

Presentiamo la nostra sfida.....	48
Verso la cultura Zero Incidenti.....	49
Verso un ambiente di lavoro più sicuro.....	51

SUPPLEMENTO

BUSINESS RESPONSABILE

Seguire la nostra rotta.....	54
Le nostre persone.....	57
Le nostre Birre.....	59
Stakeholder engagement.....	61
Territorio.....	62

CONTRIBUTO ECONOMICO ALLA SOCIETÀ

Fare birra per far crescere l'economia.....	65
La dimensione economica.....	68
Tabelle performance.....	70

INTRODUZIONE DEL CEO CARLSBERG GROUP

PRODURRE BIRRA CON UNO SCOPO



La sostenibilità è un pilastro della mission del Gruppo Carlsberg: produrre birra per un presente e un futuro migliori. Ora più che mai. Ecco perché nel 2017 abbiamo lanciato un nuovo programma di sostenibilità, Together Towards ZERO, “Insieme Verso lo ZERO”, che fissa nuovi standard per il settore, per una sostenibilità fondata sulla scienza e sulle partnership.

Il programma fissa gli obiettivi del Gruppo Carlsberg nelle 4 aree di sostenibilità più rilevanti per il nostro business: ZERO emissioni di CO₂, ZERO spreco d'acqua, ZERO consumo irresponsabile e cultura ZERO incidenti. Ogni area è definita da target misurabili, da raggiungere entro il 2022 ed il 2030.

Per arrivare a questi traguardi, le partnership hanno un ruolo cruciale. Oltre ad aver stretto numerose alleanze locali, nel 2017 abbiamo aderito alla RE100, alla coalizione “We Mean Business” ed all’iniziativa “Climate Leaders” guidata dal World Economic Forum. Ma il 2017 non è stato solo un anno di pianificazione. Abbiamo fatto dei progressi concreti. Per esempio, il Birrificio Falkenberg in Svezia

ora utilizza solo energia a impatto zero, una pietra miliare sulla strada per il raggiungimento del nostro target nel 2030.

A livello globale abbiamo ridotto le emissioni del 16% (rispetto al 2015) ed il 46% della nostra elettricità proviene da fonti rinnovabili. Abbiamo inoltre raggiunto più di 70 milioni di consumatori con le nostre campagne in tema di “bevi responsabilmente” e continuiamo a ridurre il consumo di acqua nei nostri birrifici. Per quanto riguarda la salute & sicurezza, abbiamo ridotto significativamente il numero di incidenti.

Siamo determinati a dimostrare il ruolo cruciale delle attività economiche nel risolvere le sfide globali di sostenibilità e siamo impegnati a diventare un esempio da seguire. Crediamo che il nostro approccio non giovi solo al pianeta, ma anche all'economia ed all'intera società. Solo obiettivi audaci possono stimolare un'innovazione in grado di cambiare il paradigma, che è ciò di cui il mondo ha bisogno.

Cees 't Hart
CEO, Carlsberg Group



This is our Communication on Progress in implementing the principles of the United Nations Global Compact and supporting broader UN goals.

We welcome feedback on its contents.

CARLSBERG ITALIA 2017 IN SINTESI



OLTRE 11 MLN kg di CO₂ non immessi nell'atmosfera grazie a **DraughtMaster™ +4%** (VS 2016)
100% ENERGIA RINNOVABILE
A partire dal 2017 la nostra energia è al 100% rinnovabile



-11,3% consumo specifico di acqua* (VS 2016)
(*quantità di acqua necessaria per produrre un ettolitro di birra)



5.500 +120% (VS 2016) persone sensibilizzate dai dipendenti *Carlsberg Italia* durante gli Open day in Birrificio



ZERO SINISTRI STRADALI risultato raggiunto anche grazie alle iniziative intraprese per sensibilizzare coloro che percorrono molti chilometri con l'auto aziendale

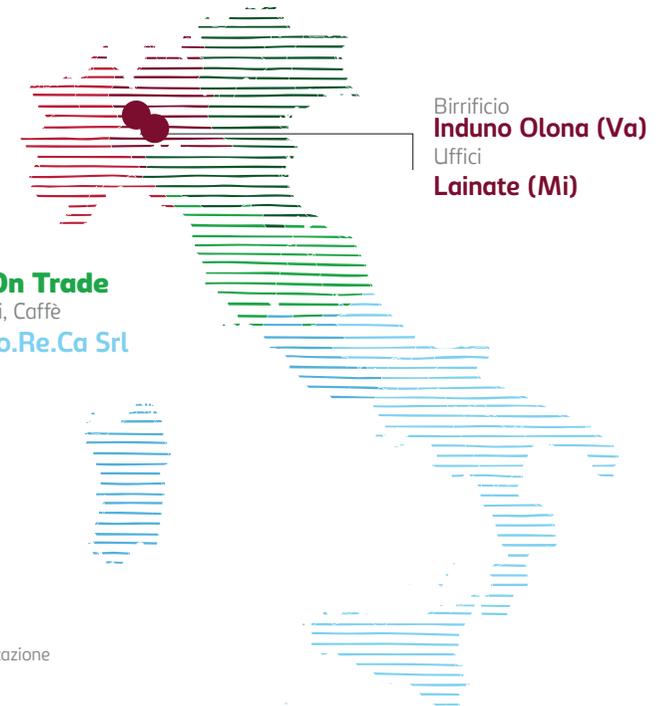


Ho.Re.Ca/On Trade
Hotel, Ristoranti, Caffè
Carlsberg Ho.Re.Ca Srl

GD/DO Clienti Speciali
OFF Trade Catering, Horeca, Organizzato e Duty Free
Navi da Crociera, Export

Carlsberg Italia S.p.A

I colori della mappa corrispondono all'organizzazione territoriale di Carlsberg Ho.Re.Ca Srl



258
NUMERO DI DIPENDENTI



36,5
MLN VALORE AGGIUNTO LORDO GLOBALE IN EURO

36
BIRRE IN PORTAFOGLIO



1,4
MLN HL DI BIRRA PRODOTTA (+6% VS 2016)



INTRODUZIONE DEL CEO CARLSBERG ITALIA

INNOVAZIONE E SOSTENIBILITÀ

Nel 2010, quando abbiamo cominciato a rendicontare ai nostri interlocutori, potevo solo intuire la traiettoria della nostra sostenibilità.

Ripercorrendo sette anni di bilanci, ho riconosciuto con chiarezza il senso che in Carlsberg Italia diamo alla sostenibilità: concretezza e solidità. Il nostro imprinting viene da J.C. Jacobsen che costituì la sua impresa nel 1847 sotto le architravi del rispetto per l'ambiente e le persone. Impresa che pose sotto il controllo della Fondazione Carlsberg nel 1876.

Qualità del prodotto e innovazione sono la base della sostenibilità di Carlsberg Italia che ci ha fatto intuire le potenzialità di *DraughtMaster™* spingendoci a farlo diventare lo standard di riferimento della birra alla spina. Nel 2017 il 94% dei volumi di birra che distribuiamo in fusti è spillata dai fusti verdi in PET che hanno uno spiccato profilo sostenibile, misurato con l'analisi LCA. Dal 2011 le emissioni di CO₂ non immesse nell'atmosfera sono circa 50.000.000 di kg, un risparmio sensibilmente maggiore rispetto ai formati tradizionali. Qualità e sostenibilità hanno contribuito a rilanciare Carlsberg Italia divenendo stabili nella cultura aziendale, facendoci prendere coscienza anche del ruolo nel territorio e rispetto ai nostri interlocutori.

Essere sostenibili non è più una necessità ma una missione. Anche se apparentemente i nostri sforzi non fanno la differenza. Gli SDGs e l'agenda 2030 delle Nazioni Unite indicano la strada. L'SDG 6 (tutela della risorsa idrica) è quello più significativo. I dati appaiono scoraggianti: 2/3 del pianeta sono coperti da acqua di cui il 2,5% è dolce e lo 0,9% a disposizione della popolazione mondiale. Carlsberg Italia nel 2017 ha consumato "solo" 433.000 m³ (-11,3% vs 2016)*. Una quantità irrisoria rispetto al contesto globale, ma sono proprio questi numeri a convincerci quanto sia importante agire a prescindere dall'utilità immediata.

L'impresa deve avere nei confronti dell'ambiente che si evolve un approccio sostenibile, ed evolversi e rinnovarsi con esso, e con i propri stakeholder lungo tutta la filiera, integrando le catene del valore sulla base di valori condivisi.

Sono orgoglioso di far parte di un Gruppo che fa della sostenibilità il suo vessillo e delle persone di Carlsberg Italia, dei partner e di tutti i nostri interlocutori che con noi si sono avvicinati alla sostenibilità e proseguono questo percorso.

A tutti loro dedico a nome di Carlsberg Italia il nostro settimo Bilancio di Sostenibilità.

Alberto Frausin
CEO, Carlsberg Italia

*consumo specifico di acqua

SCENARIO

IL PAESE RIPARTE, LA BIRRA CRESCE GRAZIE A QUALITÀ E SOSTENIBILITÀ

Nel 2017 l'identikit macroeconomico fotografa un'Italia che ancora non corre come i suoi principali partner. Ma, almeno, ha ripreso a camminare: l'ISTAT ha calcolato un PIL in crescita dell'1,4%, il dato più alto dal 2010.

Una "ripresina" trainata in particolare dai fattori internazionali. Lo scorso anno – certifica l'Istituto – il nostro Paese ha esportato beni per un valore di 448,1 miliardi di euro, con un saldo positivo pari a 47,5 miliardi. E il Food & Drink ha giocato un ruolo chiave: secondo Federalimentare, il settore ha battuto ogni record sia per fatturato (137 miliardi di euro, +3,8% sul 2016) sia per valore delle esportazioni (31,9 miliardi, +6,3% sul 2016, che salgono a 41 con la componente agricola).

Meno dinamici, ma pur sempre positivi, i fattori interni. Sempre l'ISTAT rileva che i consumi sono cresciuti dell'1,5%: a fronte di un'inflazione all'1,4%, un incremento del 2,2% nel reddito disponibile lordo si è tradotto in un più 0,8% nel potere d'acquisto delle famiglie. Lo conferma anche l'indice di fiducia dei consumatori misurato da Nielsen che, nel quarto trimestre 2017, ha toccato quota 68. Tre punti al di sopra

del trimestre precedente e ben 10 rispetto al periodo corrispondente del 2016.

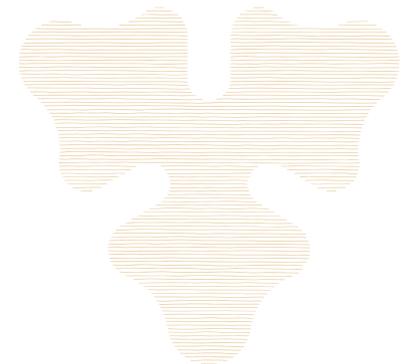
In questo scenario, come si è mosso il settore birrario? Secondo l'analista di mercato Iri, nel 2017 in Italia i consumi sono aumentati del 10,6% e rappresentano ormai il 6,3% in volume e il 16,3% in valore del mercato beverage. Un consumo piuttosto selettivo: beviamo meno birra pro capite rispetto ad altri Paesi europei, ma siamo molto attenti alle birre speciali, che crescono del 19,8%. A questo proposito, l'aggiornamento a novembre 2017 del Report AssoBirra registra che il numero di birrifici artigianali si è più che sestuplicato tra il 2008 e il 2016, da 113 a 718 (dato di luglio 2017), cui

si aggiungono 225 brew pub. L'aggiornamento stima inoltre che, nella prima metà del 2017, la produzione birraria italiana abbia confermato il trend di crescita del 2016, quando aveva superato per la prima volta la soglia dei 14,5 milioni di ettolitri.

Anche in materia di sostenibilità ambientale il settore birrario italiano è all'avanguardia in Europa. AssoBirra rileva che in vent'anni il comparto ha abbattuto di circa due terzi la quantità di acqua consumata per produrre la birra e di oltre un quarto il consumo di energia per hl di birra prodotto, da 177 a 128 MJ. In misura ancora maggiore (-40% circa, pari a 62 mila tonnellate) sono diminuite le emissioni di

CO₂. Dal 1990, malgrado l'aumento dei volumi e della percentuale di birra in bottiglia, il quantitativo di vetro è diminuito del 20% (da 522 mila a 404 mila tonnellate annue).

Qualità e sostenibilità sono dunque le parole chiave di un settore che incontra sempre più il favore dei consumatori, rappresentando al contempo un importante contributo socio-economico al sistema Paese, con circa 7,8 miliardi di euro di valore condiviso generato, e nel quale Carlsberg Italia riveste un ruolo da protagonista.



SCOPO E STRATEGIA

PRODURRE BIRRA PER UN OGGI ED UN DOMANI MIGLIORI

I nostri fondatori erano guidati dall'ambizione di produrre birra per un oggi e un domani migliori. Dopo 170 anni, il Gruppo Carlsberg continua a perseguire lo stesso obiettivo.

Continuiamo ad essere una guida in ambito sostenibilità, in quanto è centrale per i nostri obiettivi e crediamo sia la cosa giusta da fare per portare benefici tangibili al nostro business e alla società nel suo insieme.

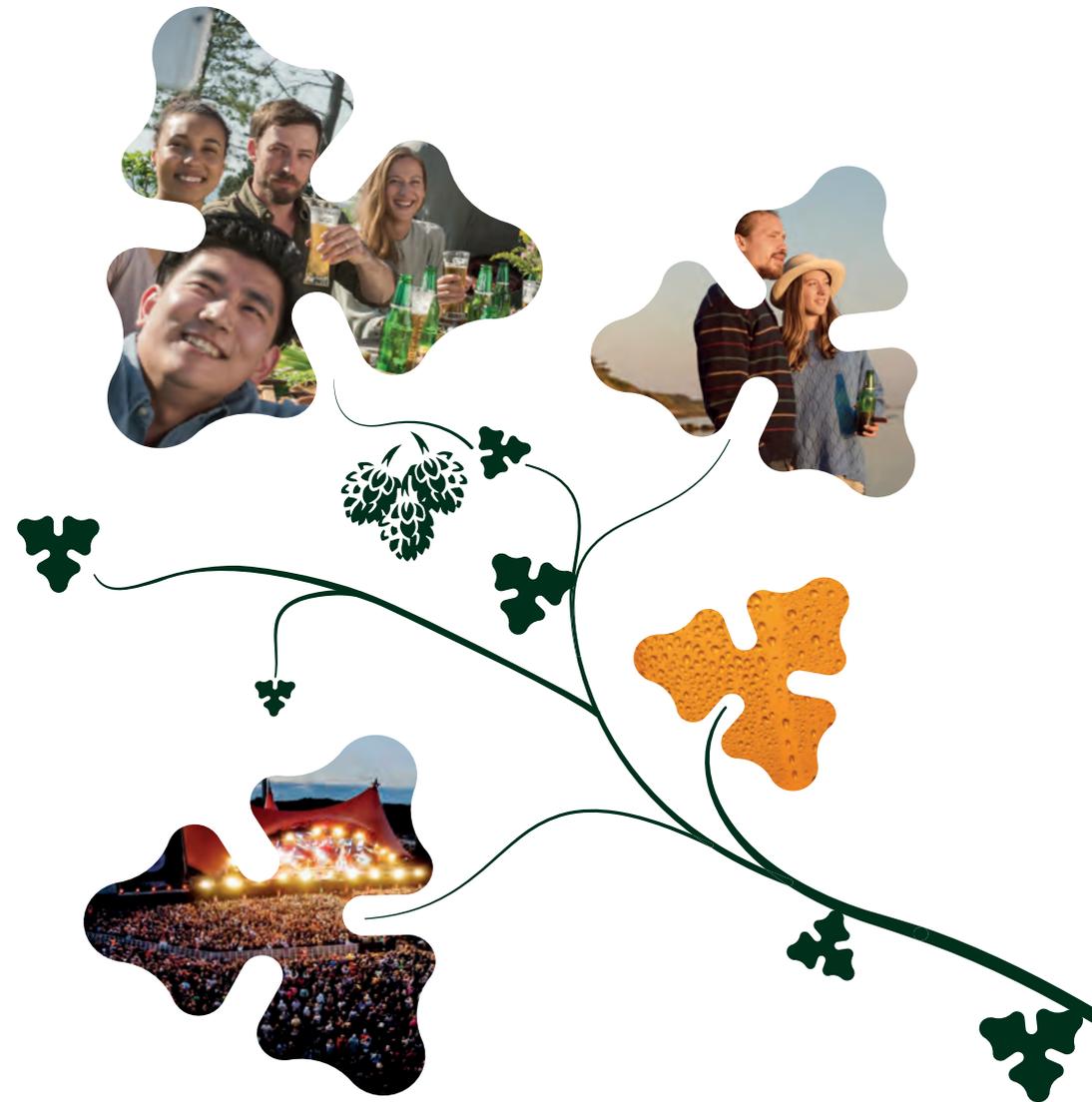
L'ELEMENTO PRINCIPALE DELLA NOSTRA STRATEGIA

La sostenibilità è integrata nella nostra strategia, SAIL' 22, come parte del nostro obiettivo di creare una cultura vincente in tutto il Gruppo. È nostra volontà contribuire ad una società migliore, ovunque le nostre birre siano prodotte e vendute. Nel 2017 abbiamo ridefinito le nostre priorità in tema di sostenibilità e ricalibrato i nostri impegni a lungo termine.

CONCENTRATI SULLE AREE CHE CONTANO

Nel 2016 il Gruppo Carlsberg ha compiuto un'analisi di materialità, con l'aiuto di *Business for Social Responsibility* (BSR), per identificare le principali sfide gestionali, di sostenibilità ed i rischi e gli impatti delle nostre attività.

I risultati di questa valutazione, insieme ai megatrend globali come il cambiamento climatico e la scarsità d'acqua, sono al centro nel nostro nuovo programma di sostenibilità, Together Towards ZERO (vedi pag 11). Le nostre priorità acquistano senso in relazione alla natura della nostra attività, che si concentra sulla produzione, distribuzione e vendita di birra, bibite ed altre bevande.



METODOLOGIA DI RENDICONTAZIONE

Il Bilancio di Sostenibilità 2017 di Carlsberg Italia è il settimo documento di rendicontazione da quando l'azienda ha avviato il processo nel 2011. È il principale strumento di gestione e rendicontazione della sostenibilità ambientale, sociale ed economica e il mezzo di comunicazione e dialogo trasparente con gli interlocutori (Stakeholder).

Perimetro del Bilancio di Sostenibilità 2017

Il perimetro di rendicontazione:

- Periodicità: annuale
- Periodo di rendicontazione:
1 gennaio 2017 - 31 dicembre 2017
- Pubblicazione del Bilancio di Sostenibilità precedente: luglio 2017 (anno 2016)
- Linee guida di riferimento: Global Reporting Initiative (GRI) e AA1000 per il dialogo con gli interlocutori (Stakeholder engagement)
- Società comprese nel perimetro di rendicontazione: Carlsberg Italia e Carlsberg Ho.Re.Ca. Srl (nel bilancio, con i termini "Carlsberg Italia" e "l'azienda" si farà sempre riferimento a entrambe, salvo diversamente indicato)
- Limitazioni: nessuna
- Cambiamenti significativi durante il periodo di rendicontazione: nessuno.

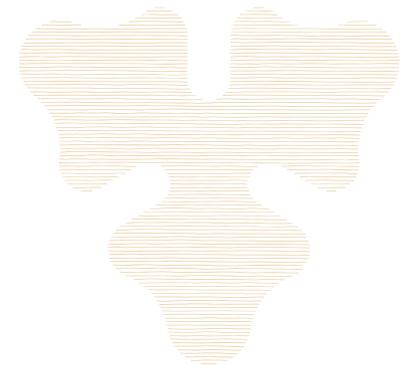
NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio di Sostenibilità 2017 prosegue il percorso di miglioramento continuo dello sviluppo della sostenibilità dell'azienda. In termini di risposta alle aspettative degli interlocutori il documento è in linea con l'edizione precedente. Partendo dai dati presenti in Enablon, il software di reporting della sostenibilità del Gruppo Carlsberg, il CSR Team di Carlsberg Italia, costituito da rappresentanti di tutte le funzioni aziendali, ha raccolto i dati con il contributo di Aida Partners ed eseguito le opportune verifiche. Il processo di redazione ha seguito le linee guida definite dal Gruppo e la procedura di realizzazione del Bilancio di Sostenibilità elaborata dal CSR Team nel mese di ottobre 2014. I KPI si fondano sulle migliori informazioni disponibili, le linee guida GRI G4 e le relative disposizioni di misurazione sono state applicate ovunque possibile. In termini di rappresentazione delle informazioni la rendicontazione si è allineata alle linee guida del Bilancio di Sostenibilità 2017 di Carlsberg Group pur mantenendo una tendenziale linea di continuità rispetto all'edizione precedente per consentire la confrontabilità. Nella rendicontazione non sono stati descritti approfonditamente processi e procedure laddove non ci siano stati significativi cambiamenti nella loro struttura. Infine, si è ritenuto di pubblicare i dati relativi agli ultimi tre anni, in linea

con le disposizioni del Gruppo Carlsberg. Il Bilancio di Sostenibilità 2017 testimonia il percorso di Carlsberg Italia verso l'adozione della sostenibilità come modello di gestione basato sul dialogo e il coinvolgimento degli interlocutori. In questo contesto, è proseguita l'analisi di materialità. Il bilancio è strutturato in tre sezioni:

- Introduzione, che comprende le lettere dell'Amministratore delegato di Carlsberg Italia e dell'Amministratore delegato di Carlsberg Group, la sintesi dei principali dati del 2017 e lo scenario. Il nuovo programma di sostenibilità "Together towards ZERO" e gli SDGs.
- Sfide, che comprende le quattro sfide del nuovo programma di sostenibilità: ZERO emissioni di CO₂, ZERO spreco d'acqua, ZERO consumo irresponsabile, cultura ZERO incidenti.
- Business responsabile, che comprende la governance, le persone, le birre, il territorio, lo stakeholder engagement e l'analisi di materialità.

Il Bilancio di Sostenibilità 2017 di Carlsberg Italia è consultabile e scaricabile dal sito: www.carlsbergitalia.it
Per chiarimenti e approfondimenti è possibile inviare una e-mail agli indirizzi info@carlsberg.it carlsbergpervoi@carlsberg.it



IL NUOVO PROGRAMMA DI SOSTENIBILITÀ

TOGETHER TOWARDS ZERO

Nel 2017 abbiamo ideato un nuovo programma di sostenibilità: Together Towards ZERO. Questo sottolinea il nostro impegno per lo sviluppo sostenibile.

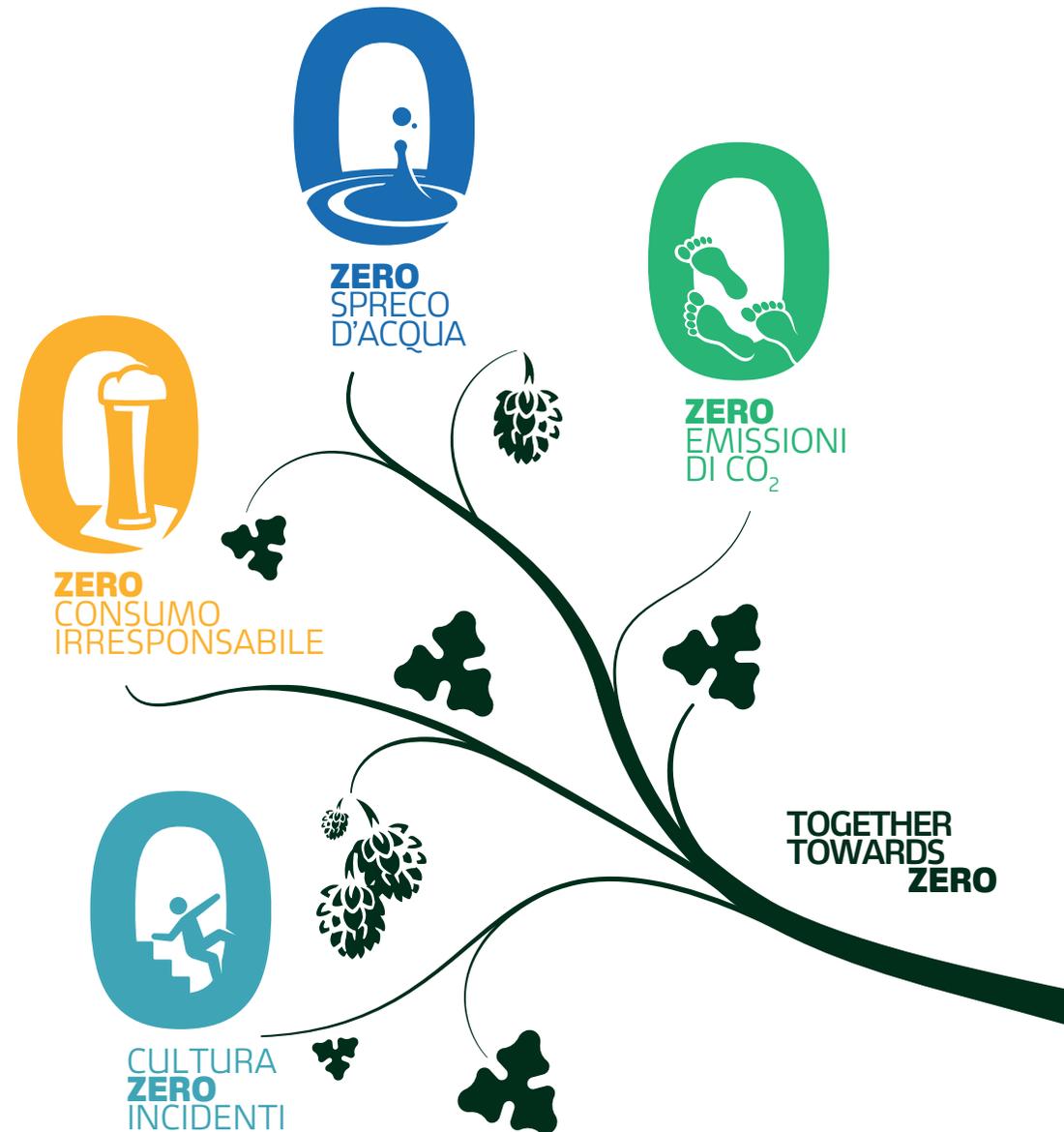
Il nuovo programma consiste in quattro grandi ambizioni: ZERO emissioni di CO₂, ZERO spreco d'acqua, ZERO consumo irresponsabile e cultura ZERO incidenti. Ogni area è sostenuta da target individuali e misurabili, da raggiungere rispettivamente nel 2022 e nel 2030, come dettagliato nelle corrispondenti sezioni di questo bilancio.

Together Towards ZERO è stato sviluppato in collaborazione con i principali esperti globali, utilizzando un approccio scientifico. È un programma molto ambizioso basato sugli SDGs. Sono stati scelti standard di riduzione delle emissioni, in linea con l'obiettivo più alto dell'accordo di Parigi sui cambiamenti climatici, per limitare l'aumento della temperatura globale a 1,5°C, entro la fine di questo secolo. Il programma è atto a garantire una riduzione dei rischi e un rafforzamento del nostro business, contribuendo nel contempo a migliorare la società. Un esempio dei rischi ai quali andiamo incontro è il possibile aumento del costo delle utility, come acqua ed energia. Al

contempo, ci sono anche opportunità, come il calo del costo dell'energia rinnovabile e il sempre maggior interesse dei consumatori per i prodotti sostenibili. Inoltre, un minor numero di incidenti rende Carlsberg un posto di lavoro più attrattivo, mentre prendere una posizione ferma sul bere responsabilmente dimostra che siamo un'azienda responsabile. Questi esempi rivelano come gli investimenti di Together Towards ZERO possano aiutarci a rendere le nostre attività più resilienti in futuro, contribuendo al nostro successo a breve e lungo termine. Ne beneficerà anche la nostra catena del valore, nel suo insieme. Speriamo che obiettivi sfidanti possano creare un circolo virtuoso di miglioramenti tra i nostri fornitori e partner commerciali. Riteniamo che con obiettivi ambiziosi aumenterà il ritmo dell'innovazione nelle industrie a noi collegate, stimolando la creatività lungo la catena del valore e contribuendo a un futuro più sostenibile. Insieme, possiamo farlo accadere.

➤ **Guarda e trova altre informazioni su Together Towards ZERO**

<https://www.youtube.com/CarlsbergGroup>



IL NUOVO PROGRAMMA DI SOSTENIBILITÀ

SFIDE E TARGET DEL GRUPPO CARLSBERG TOWARDS ZERO



**ZERO
EMISSIONI
DI CO₂**

Elimineremo le emissioni dei nostri impianti produttivi entro il 2030, inoltre utilizzeremo il 100% di energia da fonti rinnovabili entro il 2022. Attraverso Carlsberg Circular Community, stiamo lavorando con i fornitori della nostra catena del valore per ridurre le emissioni birra-alla-mano del 30% entro il 2030.



**ZERO
CONSUMO
IRRESPONSABILE**

Offriremo birre senza alcol su tutti i nostri mercati entro il 2022 per ampliare la scelta dei consumatori. Forniremo inoltre indicazioni di consumo responsabile, le informazioni nutrizionali e gli ingredienti, sul nostro packaging e online, siglando al contempo partnership per incoraggiare il consumo responsabile.



**ZERO
SPRECO
D'ACQUA**

Dimezzeremo il consumo d'acqua nei nostri birrifici entro il 2030, riducendo efficacemente lo spreco durante il processo di produzione. Collaboreremo inoltre con i partner per migliorare la gestione delle risorse idriche al di fuori dei birrifici siti in aree ad alto rischio.



**CULTURA
ZERO
INCIDENTI**

Continueremo a mirare alla riduzione, anno dopo anno, del tasso di incidenti al fine di raggiungere l'obiettivo di ZERO incidenti (LTA lost-time-accidents) entro il 2030.

IL NUOVO PROGRAMMA DI SOSTENIBILITÀ

INSIEME VERSO GLI SDGs

Gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite (*Sustainable Development Goals - SDGs*) sono un appello ai governi, alla società civile, alle imprese e ai consumatori in generale, di agire per combattere la povertà, le disuguaglianze e per affrontare il cambiamento climatico.

Essendo interconnessi, tutti gli obiettivi sono importanti, ma il Gruppo Carlsberg ha scelto di concentrare i propri sforzi dove può sortire l'effetto più positivo. Con il lancio di Together Towards ZERO, il Gruppo ha aggiunto agli obiettivi del 2016 l'SDG 13 - Azioni per il clima, raggiungendo così sette obiettivi.

Cerca tra le pagine del report le icone degli obiettivi globali sui tappi per verificare i nostri progressi.

OBIETTIVI DI SVILUPPO SOSTENIBILE COMUNI ALLE NOSTRE OPERAZIONI



***12.2** Entro il 2030 raggiungere la gestione sostenibile e l'uso efficiente delle risorse naturali.
12.5 Entro il 2030 ridurre sensibilmente la produzione di rifiuti attraverso la prevenzione, la riduzione, il riciclaggio e il riutilizzo.



***12.9** Sostenere i Paesi in via di sviluppo per rafforzare la loro capacità scientifica e tecnologica per sviluppare modelli di consumo e produzione più sostenibili.

17.16 Migliorare la partnership globale per lo sviluppo sostenibile, integrandola con partnership multi-stakeholder.
17.17 Incoraggiare e promuovere efficaci partnership pubbliche, pubblico-private e della società civile.

SDGs E TARGET PIÙ IMPORTANTI PER IL GRUPPO CARLSBERG



***7.2** Entro il 2030 aumentare sostanzialmente la quota di energie rinnovabili nel mix energetico globale.
7.3 Entro il 2030 raddoppiare il tasso mondiale di miglioramento dell'efficienza energetica.



***13.1** Rafforzare la resilienza e la capacità di adattamento ai pericoli legati al clima e alle catastrofi naturali.
***13.3** Migliorare l'educazione, la sensibilizzazione e la capacità di mitigare i cambiamenti climatici, l'adattamento, la riduzione dell'impatto e il preallarme.



6.4 Entro il 2030 aumentare in modo sostanziale l'efficienza nell'uso dell'acqua e garantire prelievi sostenibili e approvvigionamento di acqua dolce per far fronte alla carenza idrica.



***6.5** Entro il 2030, attuare la gestione integrata delle risorse idriche, a tutti i livelli.



3.5 Rafforzare la prevenzione e il trattamento dell'abuso di sostanze, compreso il consumo dannoso di alcol.



***3.6** Entro il 2020, dimezzare il numero di morti e feriti a livello globale provocati dagli incidenti automobilistici.



8.8 Tutelare i diritti dei lavoratori e promuovere ambienti di lavoro sicuri per tutti i lavoratori.

* Nuovi target.



ZERO
EMISSIONI
DI CO₂





ZERO EMISSIONI DI CO₂

TARGET 2030

**ZERO
30%**

**EMISSIONI
DI CO₂ NEI NOSTRI
BIRRIFICI**

**RIDUZIONE DELLE
EMISSIONI DI CO₂
BIRRA-ALLA-MANO**

TARGET 2022

50%

**RIDUZIONE DELLE
EMISSIONI DI CO₂ NEI
NOSTRI BIRRIFICI**

100%

**ENERGIA ELETTRICA
DA FONTI RINNOVABILI
NEI NOSTRI BIRRIFICI**

ZERO

**CARBONE NEI
NOSTRI BIRRIFICI**

15%

**RIDUZIONE DELLE
EMISSIONI DI CO₂
BIRRA-ALLA-MANO**

100%

**RAFFREDDAMENTO A
BASSO IMPATTO
SUL CLIMA**

30

**PARTNERSHIP PER
RIDURRE LE
EMISSIONI DI CO₂**



ZERO EMISSIONI DI CO₂

PRESENTIAMO LA NOSTRA SFIDA

Il cambiamento climatico è una delle tematiche più urgenti del nostro tempo. Affrontarla richiede il passaggio ad un'economia a basse emissioni di CO₂. Come sottolineato nell'Accordo di Parigi sui cambiamenti climatici, le imprese giocano un ruolo chiave.

La nostra ambizione "ZERO emissioni di CO₂" è in linea con l'obiettivo più sfidante dell'Accordo di Parigi, quello di limitare il riscaldamento globale a 1,5° C rispetto ai livelli dell'epoca preindustriale.

I NOSTRI OBIETTIVI

Lavorando con gli esperti di clima del Carbon Trust - organizzazione indipendente senza scopo di lucro - il Gruppo Carlsberg ha misurato l'impronta ambientale di base e identificato, su solide basi scientifiche, una serie di target di riduzione dell'impatto.

Vogliamo arrivare nei nostri birrifici a ZERO emissioni di CO₂ entro il 2030. Questa è una grande sfida, raggiungibile solo con azioni mirate e innovazioni. Inoltre, abbiamo fissato un obiettivo che va oltre i nostri birrifici e include l'intera catena del valore, ovvero puntiamo a ridurre del 30%, rispetto al dato 2015, le emissioni "birra-alla-mano" entro il 2030.

Per delineare il nostro percorso verso lo ZERO

emissioni di CO₂ abbiamo fissato degli obiettivi intermedi per il 2022. Tra questi una riduzione del 50% delle emissioni, il passaggio al 100% di energia elettrica da fonti rinnovabili e l'eliminazione del carbone presso i nostri birrifici che attualmente lo utilizzano come fonte energetica.

Entro il 2022, inoltre, il Gruppo Carlsberg punta a ridurre del 15% le emissioni "birra-alla-mano", al 100% di raffreddamento a basso impatto sul clima e a stabilire 30 partnership con i fornitori.

CONTRIBUIAMO AGLI OBIETTIVI GLOBALI

I nostri obiettivi contribuiscono all'SDG 7 "Energia pulita e accessibile"; in particolare ci concentriamo sul target 7.2 aumentando la quota di energie rinnovabili e sul target 7.3 migliorando la nostra efficienza energetica. Contribuiamo inoltre all'SDG 12 rendendo sempre più sostenibile il nostro modello di business attraverso ricerca e innovazioni tecnologiche. Fissando target specifici e definiti su basi scientifiche portiamo il nostro apporto all'SDG 13 "Lotta al cambiamento climatico", in particolare al target 13.1 che comporta rafforzare la resilienza, cioè la capacità di adattamento ai cambiamenti climatici, al target 13.3 che ci invita a migliorare la conoscenza, la consapevolezza e la capacità di mitigare gli impatti e ci incoraggia a sviluppare un piano di adattamento ai cambiamenti climatici.

Inoltre siamo sempre pronti a sviluppare, in collaborazione con tutti gli stakeholder della nostra catena del valore e con settori industriali a noi vicini, progetti finalizzati alla riduzione delle emissioni.

IL NOSTRO APPROCCIO VERSO LO ZERO

La Politica Ambientale di Gruppo, aggiornata nel 2017, stabilisce standard e linee guida per ridurre i livelli di CO₂ e migliorare l'efficienza attraverso un mix di iniziative a livello globale supervisionate dalla Direzione Supply Chain e dai manager locali. La comunità dei Giovani Scienziati di Carlsberg, di recente formazione, collaborerà allo sviluppo di soluzioni che permettano di arrivare a ZERO emissioni di CO₂ nei nostri birrifici. Mentre i nostri obiettivi "birra-alla-mano" si concentrano su tre leve principali: partnership innovative, miglioramenti delle performance e leadership influente.

EMISSIONI DI CO₂ DI RIFERIMENTO

Nel 2016, sulla base dei dati di Gruppo del 2015, sono state misurate le emissioni di CO₂ di tutti i processi ed è emerso che il 40% delle nostre emissioni è rappresentato dai materiali di imballaggio, il 17% dall'agricoltura e il 14% dagli stabilimenti produttivi.

A queste aree di impatto si aggiungono la distribuzione per il 14%, la refrigerazione commerciale per il 9% e il processo di maltazione e lavorazione dei cereali per il 6%.

Come Carlsberg Italia ci siamo impegnati, fin dal 2010, a misurare le nostre emissioni di CO₂ con una solida base scientifica. Per ognuno dei formati con cui distribuiamo i nostri prodotti abbiamo un'analisi LCA (Life Cycle Assessment) grazie alla quale siamo stati il primo produttore di birra al mondo ad ottenere la certificazione EPD (Environmental Product Declaration, www.environdec.com). La LCA (nell'immagine la LCA dei fusti in PET, il principale formato con il quale contribuiamo alla

riduzione delle emissioni di CO₂) ci permette di conoscere l'impatto ambientale dei nostri prodotti lungo tutto il ciclo di vita. Grazie ad essa nel corso degli anni abbiamo individuato le fasi del ciclo di vita più impattanti e indirizzato le nostre azioni di miglioramento, oltre ad aver rafforzato la collaborazione con i nostri partner per una maggiore efficienza nelle aree di loro competenza.

COMUNITÀ DEI GIOVANI SCIENZIATI DI CARLSBERG

La Comunità dei Giovani Scienziati di Carlsberg, coordinata dal Laboratorio di Ricerca Carlsberg, ci sarà di supporto nel nostro percorso verso lo ZERO, coinvolgendo istituzioni, università e fornitori nello sviluppo di soluzioni innovative, attualmente non ancora disponibili, per consentirci di raggiungere i nostri target per il 2030.

Cosa sono i target scientifici

I nostri target si basano sulla scienza del cambiamento climatico. Sono stati calcolati per raggiungere il livello di decarbonizzazione necessario a mantenere l'aumento medio della temperatura globale ben al di sotto dei 2° C rispetto ai livelli preindustriali.

I nostri obiettivi sono allineati con l'ambizioso target di limitare l'aumento a 1,5° C proposto dall'Accordo di Parigi.

Ulteriori informazioni sull'iniziativa Science Based Targets su: sciencebasedtargets.org

LE EMISSIONI DI CO₂ NELLE FASI DEL CICLO DI VITA DEI NOSTRI PRODOTTI



*dati 2016

Fonte: elaborazione IEFÉ sulla base dello studio LCA 2015

PUNTANDO A 1,5°C

Gli obiettivi Together Towards ZERO ci guidano nel ridurre le nostre emissioni al fine di raggiungere l'ambizioso obiettivo dell'accordo di Parigi: limitare l'aumento medio della temperatura globale a 1,5°C.

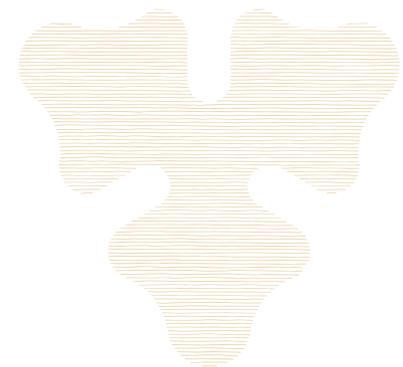
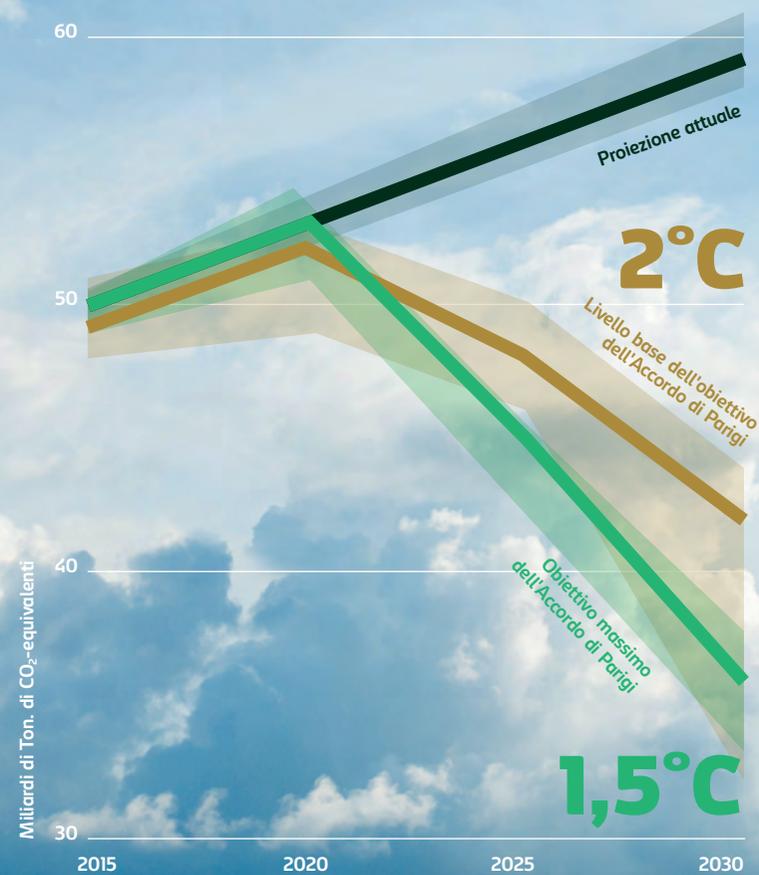
Secondo le ultime stime dell'ONU, gli impegni odierni riportati nei Nationally Determined Contributions (NDCs) dell'Accordo di Parigi sui cambiamenti climatici comporterebbero un riscaldamento globale superiore ai 3°C entro la fine di questo secolo.

L'Accordo di Parigi richiedeva di mantenere l'aumento della temperatura globale ben al di sotto dei 2°C rispetto ai livelli preindustriali e di proseguire gli sforzi per limitare l'aumento della temperatura a 1,5°C.

Con il programma Together Towards ZERO, vogliamo dimostrare che le aziende possono portare avanti questo obiettivo e al contempo continuare a far crescere il proprio business.

EMISSIONI ANNUALI GLOBALI TOTALI DI GAS SERRA

Fonte:
Report 2017 delle Nazioni Unite sul differenziale di emissioni



ZERO EMISSIONI DI CO₂

ELIMINARE LE EMISSIONI NEI NOSTRI BIRRIFICI

Le attività che si svolgono all'interno del nostro Birrificio hanno un impatto ambientale importante in termini di emissioni. Fin dal 2005 Carlsberg Italia è in regime ETS (Emission Trading Scheme), un sistema internazionale che stabilisce quote massime di emissioni complessive e premia le aziende virtuose, consentendo loro di "scambiare" le quote di emissioni risparmiate.

Carlsberg Italia, come tutto il Gruppo, è da anni impegnata in azioni volte a migliorare l'efficienza, soprattutto energetica, collaborando con partner autorevoli e implementando tecnologie innovative. I nostri obiettivi per il 2022 e per il 2030 delineano con chiarezza la strada che dobbiamo ancora percorrere e i risultati finora raggiunti ci incoraggiano a continuare nella direzione tracciata.

LE NOSTRE PERFORMANCE 2017

Nel 2017 le emissioni complessive dell'impianto sono diminuite dell'1,8% rispetto al 2016.

Abbiamo ridotto le emissioni specifiche di CO₂ dell'8,6% raggiungendo il valore di 3,2 kg di CO₂/hl rispetto ai 3,5 del 2016.

Il consumo energetico totale è lievemente cresciuto rispetto al 2016 (0,4%), un aumento dovuto all'incremento degli ettolitri di birra prodotta ma che dal punto di vista dei consumi specifici ha fatto registrare risultati positivi. Abbiamo ridotto i nostri consumi specifici di gas metano del 7,6% e quello di elettricità dell'1,2% rispetto al 2016.

PROGRAMMI DI EFFICIENZA

Il nostro obiettivo è ottimizzare i processi produttivi attraverso accurati programmi di efficienza sviluppati condividendo le migliori pratiche a livello di Gruppo e di settore. Alla riduzione dei consumi specifici di gas metano hanno contribuito i maggiori controlli e le migliori analisi dei dati raccolti dagli impianti, le ottimizzazioni sulle torri di riciclo delle acque di alimentazione del pastorizzatore bottiglie e la riduzione dei volumi dei fusti in acciaio. Per quanto riguarda i miglioramenti nei consumi specifici di energia elettrica essi sono stati inferiori rispetto alle aspettative poiché abbiamo dovuto posticipare l'avvio del nostro impianto di depurazione e poiché il nuovo impianto cooling non ha ancora dato i risultati attesi in termini di riduzione del consumo di elettricità per la refrigerazione.

Ci aspettiamo per il 2018 un miglioramento dei risultati grazie anche alla riduzione del consumo di energia durante la fase di pastorizzazione prevista dall'utilizzo di un Pastorizzatore Flash.

IMPIANTI DI REFRIGERAZIONE

Per raffreddare la birra utilizziamo i sistemi di refrigerazione. Questi sistemi causano problemi ambientali. Negli anni '80, i clorofluorocarburi (CFC) utilizzati nelle bombole e nei radiatori hanno danneggiato lo strato di ozono. Ecco perché, nel 1987, 200 Paesi hanno firmato il Protocollo di Montreal, impegnandosi a eliminare gradualmente i CFC. Sono stati sostituiti da idrofluorocarburi (HFC). Mentre gli HFC non impattano sull'ozono, ora sappiamo però che hanno un impatto significativo sul riscaldamento globale. Un'unità di HFC è significativamente più dannosa di un'unità di CO₂. Nel 2016 il protocollo di Montreal è stato aggiornato attraverso l'emendamento Kigali. Gli HFC saranno eliminati gradualmente e sostituiti con alternative come gli idrocarburi a basso impatto climatico.

Collaborando con il nostro fornitore Celli, azienda italiana punto di riferimento mondiale nella progettazione e produzione d'impianti per la spillatura di bevande e di sistemi di refrigerazione, abbiamo anticipato i tempi acquistando

TARGET 2022

50%

RIDUZIONE DELLE EMISSIONI DI CO₂ NEI NOSTRI BIRRIFICI

TARGET 2030

ZERO

EMISSIONI DI CO₂ NEI NOSTRI BIRRIFICI

EMISSIONI TOTALI DI CO₂ DELLO STABILIMENTO DI INDUNO OLONA (t)



do solo dispositivi di raffreddamento ad alta efficienza energetica con refrigeranti naturali.

LE CERTIFICAZIONI

Carlsberg Italia è certificata ISO 50001 dal 2011. Lo standard ISO 50001 è globalmente riconosciuto come riferimento dell'ottimizzazione della gestione energetica perché fornisce informazioni rilevanti per la gestione integrata ed efficiente delle risorse. Nel 2017 è stata rinnovata la certificazione del sistema di gestione integrato e l'audit dell'Ente certificatore ha dato parere positivo.

ENERGIA RINNOVABILE AL 100%

Per molto tempo abbiamo ricercato soluzioni tecnologiche innovative che ci permettessero, nonostante la conformazione del territorio in cui è collocato il nostro stabilimento, di produrre birra utilizzando energia da fonti rinnovabili. Dallo scorso anno aderiamo come Gruppo a RE100, una coalizione di imprese impegnate ad aumentare la domanda e la fornitura di

energia rinnovabile e, grazie all'accordo per l'approvvigionamento di energia stipulato a fine 2016, a partire dal 2017 la nostra energia è al 100% rinnovabile.

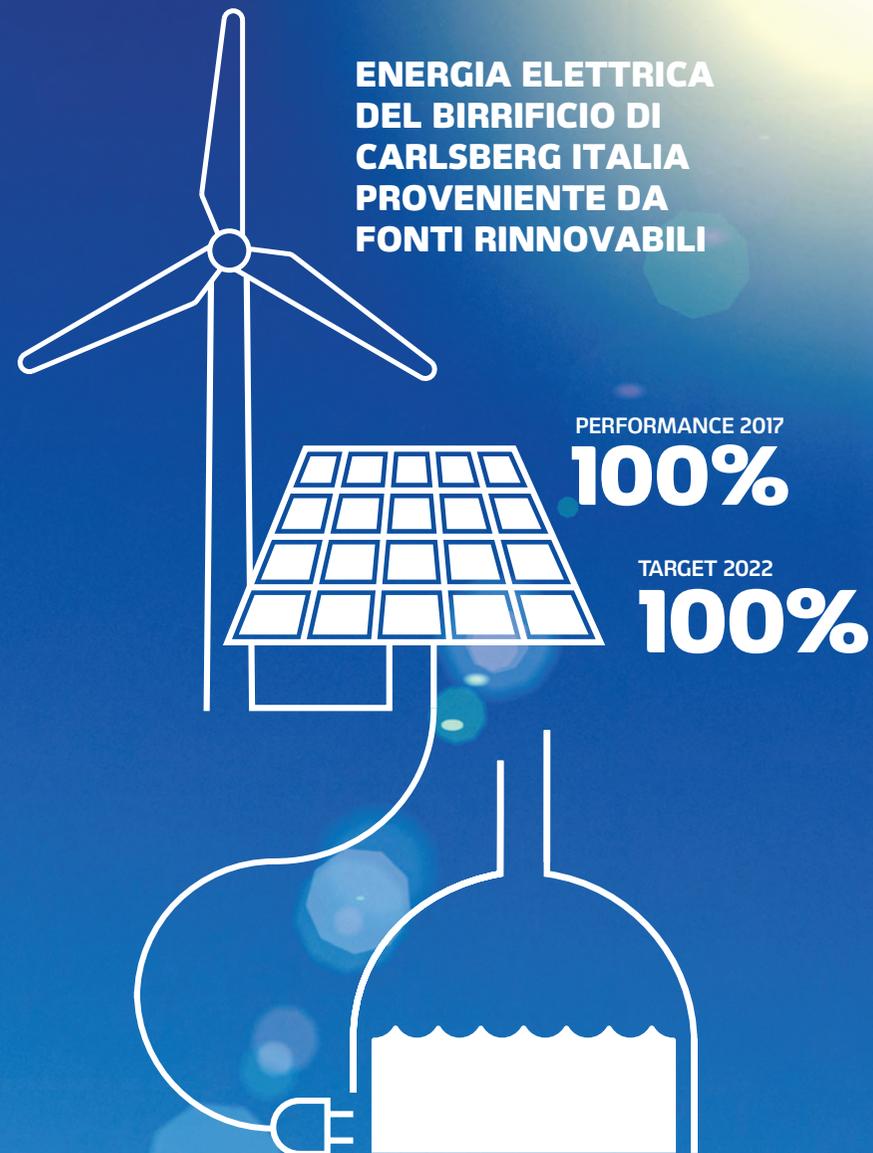
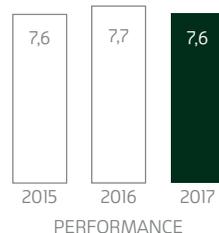
GUARDANDO AL 2018

Nel corso del 2018 continueremo nella ricerca dell'efficienza energetica monitorando e ottimizzando i processi, collaborando con la Capogruppo per la riduzione delle emissioni, implementando i nuovi impianti per la riduzione degli sprechi di calore e di energia elettrica e coinvolgeremo i nostri partner nello sviluppo di strategie e tecnologie innovative idonee al raggiungimento dei target da noi fissati per il 2022 e il 2030.

EMISSIONI SPECIFICHE DI CO₂ (kg CO₂/hl)



CONSUMO SPECIFICO DI ELETTRICITÀ (kWh/hl)



PROGETTO LIFE IRIS

Il progetto LIFE IRIS per migliorare la resilienza ai cambiamenti climatici

I cambiamenti climatici hanno un forte impatto sull'industria birraria, sia sull'approvvigionamento delle materie che sui consumi.

Per reagire ai cambiamenti climatici, Carlsberg Italia - unica azienda tra gli aderenti del settore agroalimentare - ha deciso di prendere parte al progetto quadriennale LIFE IRIS (*Improve Resilience of Industry Sector*), nato nel 2015 dalla collaborazione tra aziende, università e istituzioni italiane con l'obiettivo di sviluppare la consapevolezza delle conseguenze dei cambiamenti tra gli operatori del mondo industriale e finanziario.

Attraverso il progetto, che prevede la definizione e l'attuazione di un Piano di Adattamento ai Cambiamenti Climatici, vogliamo portare il nostro contributo alla riduzione delle emissioni di gas

serra e gestire il rischio dei cambiamenti climatici nella nostra filiera insieme ai nostri partner.

Grazie all'attenta valutazione del rischio climatico (*Climate Risk Assessment*) condotta nell'ambito del progetto Life IRIS, la nostra consapevolezza dell'influenza che i cambiamenti climatici hanno su tutte le nostre attività e sulla nostra reputazione è aumentata nel corso degli anni.

Questo ci ha portato, a partire dal 2017, ad aggiornare il nostro Piano di Adattamento ai Cambiamenti Climatici individuando una serie di attività future emerse a seguito dei risultati ottenuti nella prima fase del progetto.

Maggiori dettagli sul progetto sul sito www.lifeiris.eu



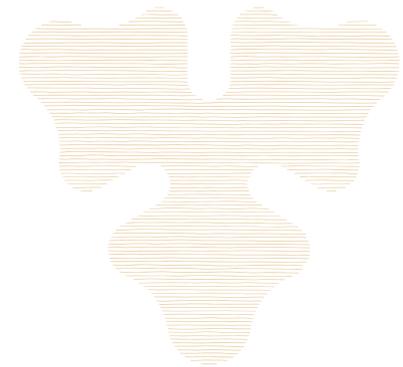
* Cambiamento climatico: idee fresche per un tema caldo.



LIFE14CCA/IT/000683



info@lifeiris.eu / www.lifeiris.eu



STATO DI AVANZAMENTO DEL PIANO DI ADATTAMENTO AI CAMBIAMENTI CLIMATICI

AZIONE

Studio di fattibilità per la sostituzione del pastorizzatore

Progetto "Open Air Job": realizzare aree di lavoro all'aperto all'interno del parco dello stabilimento di Induno Olona

Studio idrogeologico per approfondire i possibili impatti dei cambiamenti climatici sulle fonti di approvvigionamento idrico e identificazione di eventuali misure di adattamento per migliorare la resilienza dell'azienda

Studio sullo stato di salute e salvaguardia delle piante del parco dello stabilimento ed individuazione di eventuali interventi di manutenzione

Misure di coinvolgimento dei fornitori a seguito del verificarsi di eventi estremi e per garantire la business continuity

EFFETTO

- Riduzione dei consumi energetici
- Riduzione di umidità e temperatura nei locali
- Riduzione dei rischi per la salute dei lavoratori e minori assenze

- Mitigare l'effetto dell'aumento delle temperature sulla salute dei lavoratori
- Prevenire le malattie legate a temperature troppo elevate in ambienti non condizionati e le malattie legate alla contaminazione del microclima derivante dagli impianti di condizionamento
- Benessere dei lavoratori

- Valutare la sicurezza e la continuità dell'approvvigionamento idrico dello stabilimento
- Individuare misure e accorgimenti necessari per ridurre al minimo i danni di un eventuale alluvione lampo e le azioni da mettere in campo in caso di emergenza siccità

- Salvaguardia del servizio eco sistemico di regolazione del suolo, prevenzione dell'erosione e di fenomeni franosi, salvaguardia del sistema idrogeologico
- Evitare rischi per l'incolumità di persone, mezzi e strutture presenti all'interno dello stabilimento dovuti a eventuali cadute di alberature o parti di esse
Lo studio sarà di interesse anche per il Parco Regionale del Campo dei Fiori di cui fa parte l'area boschiva

- Coinvolgimento diretto ed attivo dei fornitori nel *recovery plan*
- Migliorare la consapevolezza dei nostri fornitori in merito agli interventi da effettuarsi con tempestività ed efficacia in caso di eventi estremi

STATO DI AVANZAMENTO

Concluso lo studio di fattibilità per la sostituzione del pastorizzatore, si è stabilito di procedere alla realizzazione di un Pastorizzatore Flash, la cui implementazione avverrà prima dell'estate 2018

Realizzazione della copertura wireless nell'area del parco e verifiche della ricezione
Con il supporto di Casa Madre abbiamo acquistato le attrezzature necessarie e definito policies atte a garantire l'operatività dei lavoratori e allo stesso tempo la sicurezza dei dati aziendali

Lo studio idrogeologico ha consentito l'individuazione di misure in grado di ridurre al minimo i danni provocati da eventi estremi quali siccità o alluvioni.
Interventi per far fronte a emergenza siccità:

- prevedere le portate di acqua: realizzazione di un sistema di monitoraggio in continuo delle portate, della temperatura e conducibilità elettrica e analisi dei dati pluviometrici per la definizione delle curve di esaurimento delle sorgenti (entro 2019)
- evitare di restare senza acqua: valutazione della possibilità tecnica di un allacciamento temporaneo in caso di siccità all'acquedotto pubblico (entro fine 2018)

Interventi per far fronte a emergenza alluvioni:

- per aumentare la sezione idraulica utile al deflusso delle

Lo studio ha individuato alcuni interventi prioritari di manutenzione delle alberature che sono stati realizzati nel 2017 consentendo la messa in sicurezza del parco

Oltre a questi sono stati indicati una serie di interventi dilazionabili al massimo in 2 anni in base al livello di urgenza

Le esperienze passate, ad esempio l'ultima alluvione avvenuta nel 2009 (che ha costretto l'azienda a interrompere la produzione per giorni), ci hanno insegnato quanto l'immediato intervento di tutti gli stakeholder sia fondamentale per lo svolgimento di interventi manutentivi mirati al ripristino dello status quo da svolgersi in condizioni di massima sicurezza.
Per questo abbiamo ideato nel corso del 2017 un progetto che prevede il coinvolgimento di varie tipologie di fornitori: i fornitori direttamente coinvolti dalle attività di ripristino,

L'area adeguatamente attrezzata e regolata negli accessi sarà usufruibile dai lavoratori a partire dall'estate 2018

acque: rimozione di tutte le tubazioni obsolete e non più attive presenti nello stabilimento (entro primi mesi 2018)

- per individuare il livello idrico di allerta: posizionamento di un'asta idrometrica in prossimità della diga a monte dello stabilimento (entro primi mesi 2018)
- per fermare i detriti e consentire lo scorrimento delle acque: realizzazione di una briglia per il trattenimento dei detriti a monte in alveo (entro primi mesi 2018)

Lo studio ha inoltre preso in considerazione un altro fondamentale aspetto che riguarda la qualità delle acque prelevate, qualità attualmente garantita dalla quasi totale assenza di centri di potenziale pericolo e dalla presenza del Parco del Campo dei fiori che, con la sua normativa, tutela il territorio dove risiedono le Fontane di approvvigionamento.

tutti i fornitori che normalmente svolgono la loro attività in stabilimento e quelli che anche se saltuariamente accedono al sito potrebbero essere presenti e coinvolti in caso di eventi estremi.
Entro fine 2018 verrà realizzata una mappatura delle aree più sensibili, saranno organizzati incontri e sopralluoghi con tutti i fornitori e sessioni formative rivolte coloro che esercitano stabilmente la loro attività in stabilimento, coinvolgendo anche il personale tecnico di fabbrica

ZERO EMISSIONI DI CO₂

RIDUZIONE DELLE EMISSIONI BIRRA-ALLA-MANO

Non ci basta eliminare le emissioni in Birrificio, vogliamo ridurre anche l'impatto dei nostri prodotti. Per questo la nostra priorità è diminuire costantemente le emissioni "birra-alla-mano" e questo ci porta a considerare l'intero ciclo di vita dei prodotti, "dalla culla alla tomba".

Come Gruppo, riteniamo fondamentale raggiungere questo obiettivo facendo leva su tre pilastri: partnership per l'innovazione, miglioramenti nelle prestazioni e una leadership influente.

PARTNERSHIP PER L'INNOVAZIONE

La Carlsberg Circular Community (CCC) composta da aziende che vogliono diffondere la sostenibilità lungo tutta la supply chain è stata costituita nel 2014. Grazie ad essa si sono portati avanti importanti progetti, come ad esempio quello della Green Fiber Bottle, sviluppata in collaborazione con diversi partner tra cui BillerudKorsnäs, ecoXpac e l'Università Tecnica della Danimarca.

Carlsberg attraverso la CCC può attingere a conoscenze e competenze da tutto il mondo e stabilire partnership per obiettivi comuni (come richiesto dall'SDG 17).

Nel 2017 un nuovo partner è entrato a far par-

te della community (KHS, un fornitore di macchinari ad alta tecnologia per la produzione di birra) e il nostro obiettivo è includere nella CCC tutti i partner della nostra supply chain. Dal momento che l'86% del totale delle nostre emissioni è al di fuori dai nostri birrifici, per Carlsberg Group è fondamentale cooperare con i propri fornitori per ridurre l'impatto lungo tutta la catena del valore. Carlsberg Italia si è impegnata a coinvolgere i propri fornitori nella lotta contro il cambiamento climatico all'interno del Progetto LIFE IRIS.

Miglioramento delle performance

È difficile garantire un miglioramento continuo e progressivo delle performance, vi sono contingenze su cui non abbiamo un diretto controllo, tuttavia riteniamo che una pianificazione sempre più attenta, un costante monitoraggio, una misurazione scientifica dei risultati e la formazione del nostro personale siano gli strumenti che ci permettono di mantenere alte prestazioni e intervenire in modo efficace e tempestivo anche nei casi in cui entrano in gioco fattori al di fuori del nostro controllo.

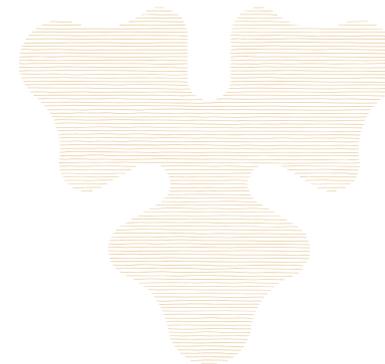
L'impatto del packaging

Carlsberg Italia agisce per ridurre costantemente il packaging e promuove il suo riutilizzo e riciclo per minimizzarne l'impatto ambientale. Il packaging ha infatti un impatto rilevante

nel ciclo di vita dei nostri prodotti. A livello di Gruppo esso rappresenta il 40% delle emissioni di gas effetto serra.

Esso protegge la qualità delle nostre birre garantendo ai nostri consumatori un prodotto di qualità.

Ottimizzare l'utilizzo del packaging è molto importante in un'ottica di riduzione nell'utilizzo delle risorse e dei materiali, nella produzione di rifiuti oltre che nel contenimento dei costi, purché il prodotto conservi condizioni ottimali di sicurezza.



Dal 2016, sia come Gruppo che come Carlsberg Italia, siamo coinvolti in un progetto pilota, finalizzato ad uniformare gli approcci all'Impronta Ambientale di Prodotto (PEF - Product Environmental Footprint).

Il progetto, coordinato da The Brewers of Europe, unisce diversi partner, fornitori di packaging, istituzioni, università, altre aziende del settore con l'obiettivo di sviluppare standard industriali basati sulla LCA per la misurazione dell'impatto dei prodotti.

Carlsberg Italia infatti già dal 2010 analizza tutti i suoi pack attraverso l'LCA e nel 2011 ha ottenuto, primo produttore di birra al mondo, la convalida della Dichiarazione Ambientale di Prodotto (EPD - Environmental Product Declaration) per i suoi principali prodotti.

La certificazione viene rinnovata ogni anno e tutta la documentazione è disponibile su www.environdec.com.

Il nostro approccio al packaging si fonda su una mentalità circolare: il modello delle 4R – Riduci, Riusa, Ricicla, Ripensa. Nel 2017 i volumi complessivi di imballaggi sono aumentati dell'8% a fronte di una maggiore produzione. A livello internazionale, l'approccio di Carlsberg, in particolare nell'ottica del ripensare il packaging, è ben esemplificato dalla Green Fiber Bottle, la rivoluzionaria ecobottiglia bio e a basso impatto ambientale che verrà sperimentata nel 2018.

L'innovazione nell'area del packaging ci ha portato nel 2011 a realizzare DraughtMaster™, il rivoluzionario sistema di spillatura della birra senza CO₂ aggiunta.

Molte delle innovazioni sostenibili negli imballaggi sono state sviluppate dopo averne valutato l'impatto con gli strumenti dell'analisi del Ciclo di Vita del Prodotto (LCA).

Grazie all'LCA abbiamo scoperto per esempio la straordinaria sostenibilità di DraughtMaster™ che con i suoi fusti in PET rappresenta oggi il formato di riferimento del segmento birra alla spina. Rispetto ad altre tipologie di packaging, DraughtMaster™ mostra una serie di vantaggi in tutte le fasi del ciclo di vita del prodotto. Decisamente meno impattante rispetto ai fusti in acciaio ma anche più sostenibile rispetto alle bottiglie in vetro in termini di qualità del prodotto, impatto ambientale e rispetto del decoro urbano.

DRAUGHTMASTER™ LA RIVOLUZIONE DELLA SPILLATURA

La ricerca della qualità della birra e la cultura dell'innovazione ci hanno portato a DraughtMaster™, un sistema di spillatura unico nell'industria birraria.

DraughtMaster™ è il sistema di spillatura della birra senza CO₂ aggiunta che sostituisce i tradizionali fusti in acciaio con fusti in PET riciclabile. In assenza di CO₂ la qualità della birra si mantiene inalterata per 31 giorni dall'apertura del fusto (rispetto ai circa 5 giorni dei fusti in acciaio).

L'impatto ambientale di tutto il ciclo di vita dei fusti in PET, inoltre, è più basso. Grazie all'analisi LCA abbiamo compreso lo straordinario livello di sostenibilità di DraughtMaster™ rispetto ai fusti in acciaio, alle lattine in alluminio e alle bottiglie in vetro.

Ogni 60 litri di birra spillata (3 fusti in PET) non vengono immessi in atmosfera 25 kg di CO₂, quanti ne assorbirebbe un albero in un anno. Grazie a questa equivalenza possiamo calcolare in ogni momento la nostra capacità di ridurre l'impatto ambientale.

Oggi il fusto in PET è considerato il formato di riferimento di tutto il segmento della birra alla spina.

DraughtMaster™ vince la sfida dell'impatto ambientale contro tutti i formati.

I vantaggi sono consolidati rispetto ai fusti in acciaio e anche sulle bottiglie in vetro, il fusto in PET dimostra la sua superiorità per quanto riguarda qualità del prodotto, minore impatto e rispetto del decoro urbano.

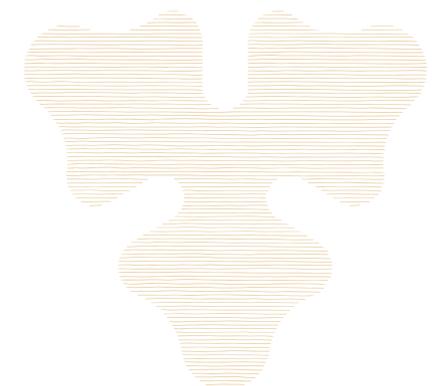
Oggi continuiamo a ricercare, all'interno dell'economia circolare, soluzioni che ci consentano di ridurre ulteriormente l'impronta ambientale del prodotto: stiamo valutando diverse opzioni di design per rendere più facilmente recuperabile il fusto, verificando la possibilità di granulare i fusti in PET al fine di creare da essi materia prima seconda e definendo possibili riutilizzi come input produttivo.



60 litri di birra spillati da fusti in PET contribuiscono alla riduzione dell'effetto serra quanto un albero in un anno di vita*

Formula per il calcolo dell'#Orologi degli Alberi

*Confronto con la stessa quantità di birra in fusti d'acciaio. Elaborazione su dati EPD 2013



ZERO EMISSIONI CO₂

LA QUALITÀ DI DRAUGHTMASTER™

LA SODDISFAZIONE DEI CLIENTI

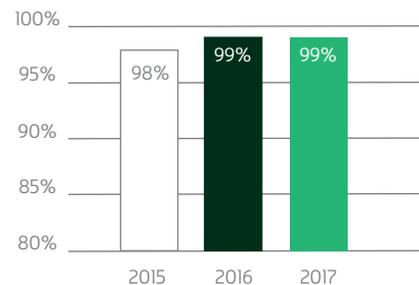
Monitoriamo in tempo reale il corretto funzionamento di DraughtMaster™.

Questo ci permette di intervenire tempestivamente e ridurre al minimo gli sprechi di prodotto e la possibilità di una errata percezione della qualità del nostro prodotto.

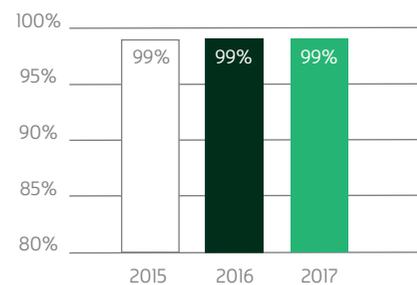
Courtesy Call è il servizio clienti Carlsberg Italia che monitora sia la qualità del prodotto, sia la soddisfazione dei clienti HO.RE.CA. rispetto alla tecnologia DraughtMaster™.

La valutazione della qualità di DraughtMaster™

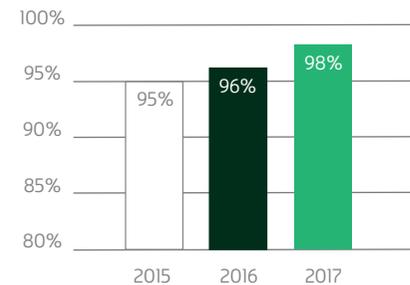
SERVIZIO TECNICO



QUALITÀ DEL PRODOTTO



FUNZIONALITÀ IMPIANTI



Nel 2017 ci sono state 387 telefonate: il servizio ha raggiunto così quota 3.246. La valutazione positiva della qualità del prodotto si è confermata a quota 99%, stabile da 6 anni.

Il servizio tecnico ha confermato la valutazione del 99% raggiunta per la prima volta nel 2015, mentre la funzionalità dell'impianto ha continuato il suo trend di crescita raggiungendo quota 98%.

DRAUGHTMASTER™ E I SUOI VANTAGGI

CARATTERISTICHE

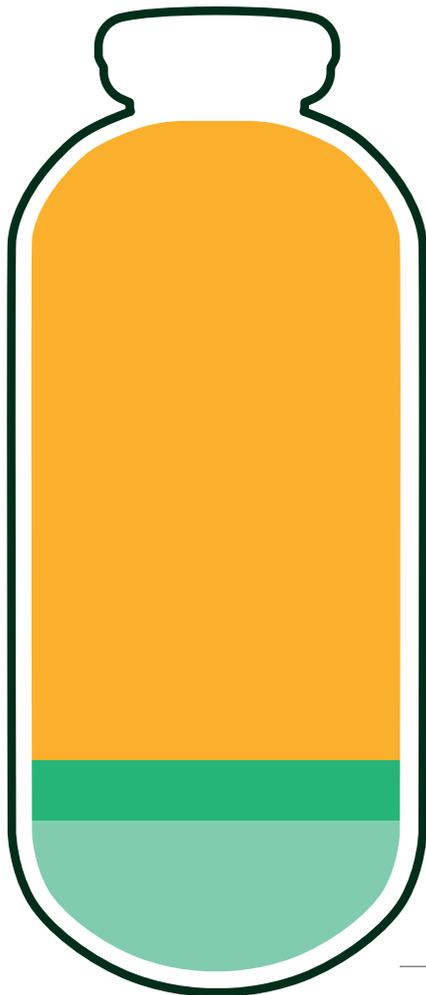
- Fusto in PET usa e getta, pratico e leggero
- Birra spillata tramite aria compressa
- Prodotto 100% naturale senza CO₂ aggiunta
- Ridotta sensazione di gonfiore grazie all'assenza di CO₂ aggiunta
- Birra fresca come appena prodotta
- Schiuma perfetta e compatta
- Impatto ambientale drasticamente inferiore (LCA)
- Lavaggio automatico
- Ampia gamma di birre
 - aperto: 31 giorni
 - chiuso: 9 mesi

VANTAGGI

- La birra senza CO₂ aggiunta non gonfia
- Maggior fidelizzazione
- Maggior redditività
- Fusti meno ingombranti e facilmente stoccabili
- Non è più necessario avere spazio per fusti e bombole vuoti
- Non c'è il rischio di restare senza CO₂
- Non occorre gestire il livello di saturazione
- Eliminazione di alcune fonti di rischio di infezioni dell'impianto
- No acquisto bombole di CO₂
- No cauzione sui fusti e sulle bombole di CO₂
- Nessuno spreco di birra (es. cambio fusto o lavaggio)
- No sprechi di birra per prodotto avariato/vecchio

ZERO EMISSIONI DI CO₂

NEL 2017 DRAUGHTMASTER™ SUPERA IL 90%



TOTALE NUMERO FUSTI 2017 ACT

1.503.657

TOTALE NUMERO HL 2017 ACT

282.083

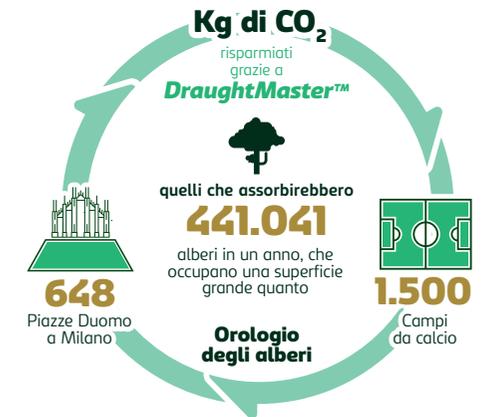
	NR FUSTI 2017 ACT	HL 2017 ACT
75%	MODULAR20 1.060.015	212.03
7%	SELECT 186.486	18.649
18%	FLEX 257.156	51.431

In Carlsberg Italia nel 2017 i fusti in PET hanno rappresentato il 94% della birra distribuita in fusti.

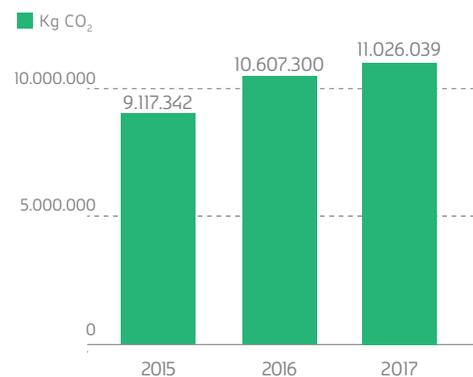
6 punti percentuali in più rispetto al 2016. Un importante passo verso l'obiettivo del 100% di copertura.

In soli 6 anni il peso di DraughtMaster™ è cresciuto di quasi 5 volte dal 21% del 2011. Nel corso dell'anno sono stati quindi risparmiati più di 11 milioni di kg di CO₂, il 491% rispetto al 2011.

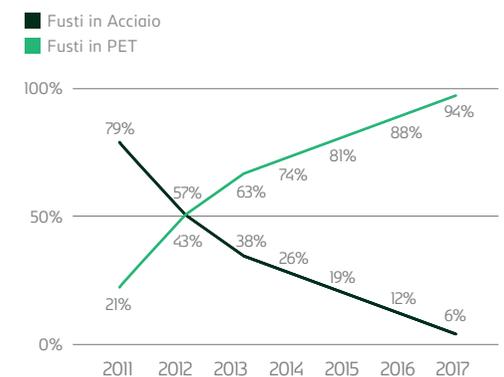
-11.026.039



Kg di CO₂ risparmiati grazie a Draughtmaster™



HL di birra distribuiti per tipologia di fusto



ZERO EMISSIONI DI CO₂

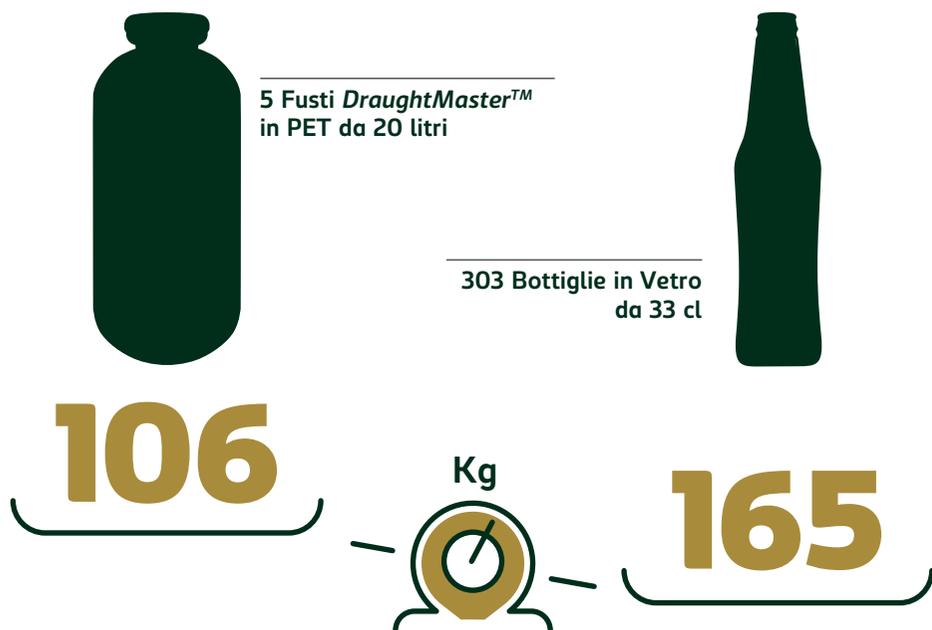
PET BATTE BOTTIGLIA DI VETRO

Sono i dati relativi alla logistica ad evidenziare in modo inequivocabile l'importanza di aver creduto per primi ad un'innovazione così rivoluzionaria: per movimentare 100 litri

di birra con i fusti in PET si trasporta un peso complessivo di 106 kg contro i 165 kg delle bottiglie in vetro da 33 cl.

Fusto in Pet VS Bottiglia di Vetro

Quanto pesa trasportare 100 litri di birra



Fonte: elaborazione IEFE sulle basi dello studio Ica 2015

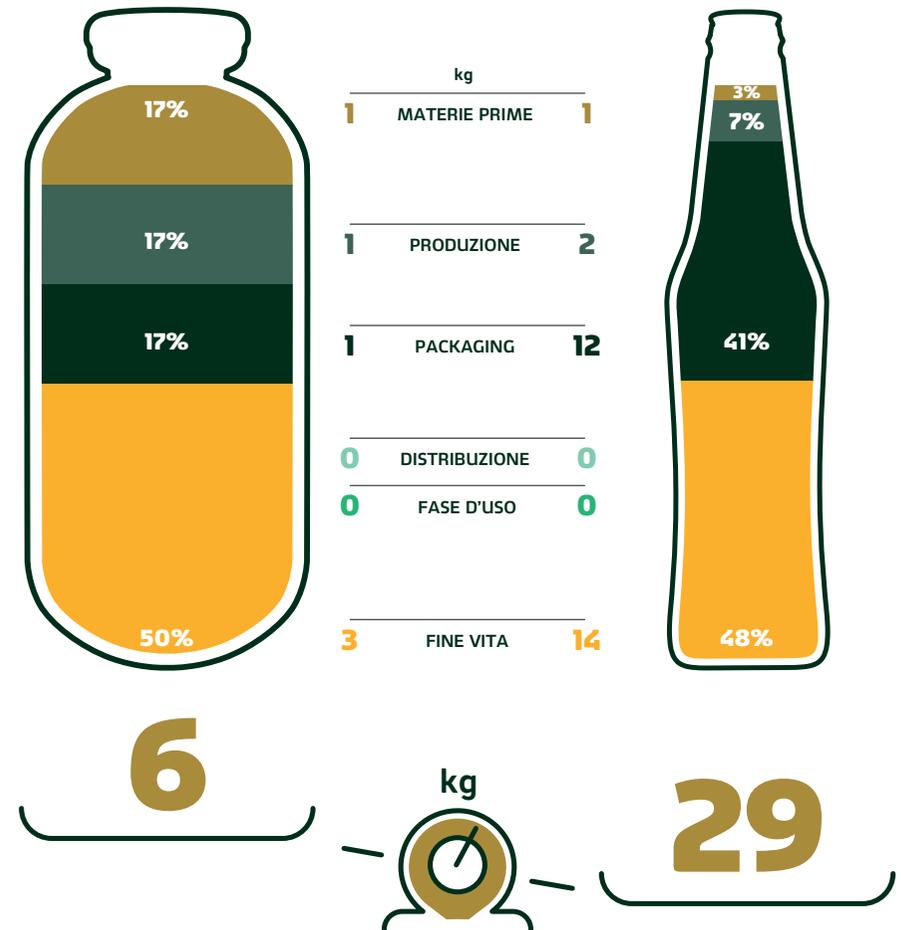
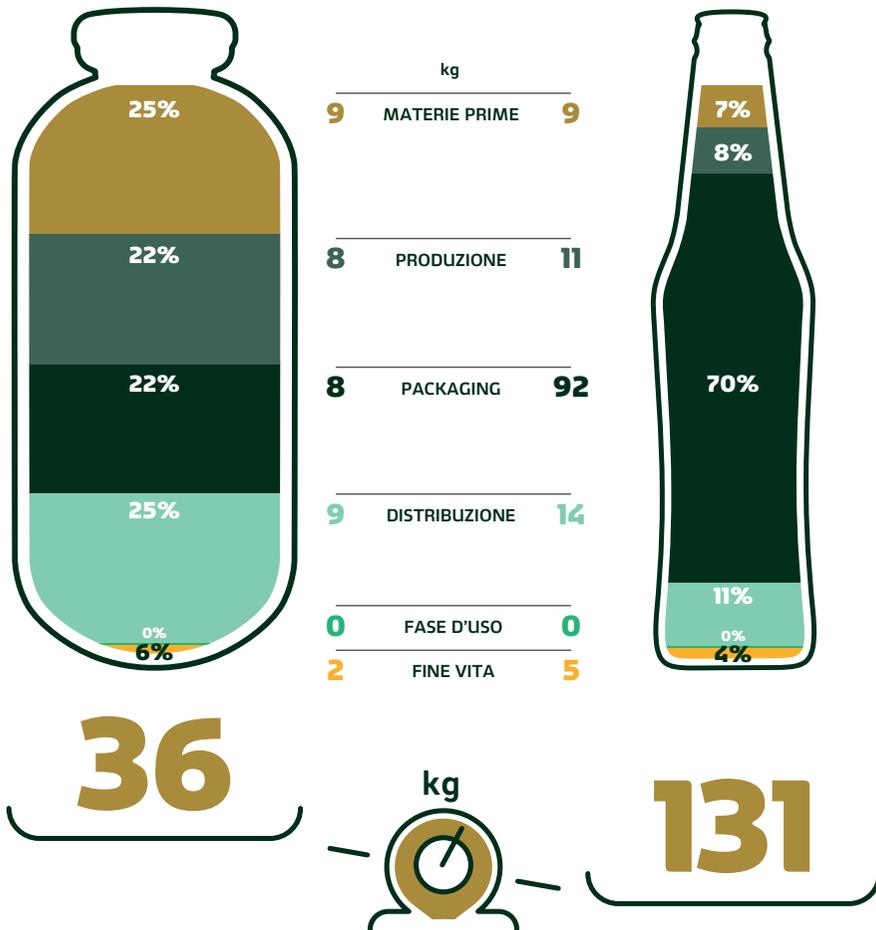


ZERO EMISSIONI DI CO₂

FUSTO IN PET VS BOTTIGLIA DI VETRO

I kg di CO₂ prodotti in ogni fase del ciclo di vita della birra
(Base = 100 litri di birra)

I kg di rifiuti prodotti in ogni fase del ciclo di vita della birra
(Base = 100 litri di birra)



Fonte: elaborazione IEFE sulle basi dello studio LCA 2015

Fonte: elaborazione IEFE sulle basi dello studio LCA 2015

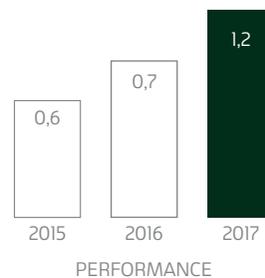
LA GESTIONE DEI RIFIUTI

Nel 2017 i rifiuti prodotti sono aumentati del 23,3%. La produzione specifica di rifiuti è stata di 1,19 kg/hl di birra (0,73 nel 2016). L'incremento, dovuto in parte all'aumento della quantità di birra prodotta, è principalmente legato ai fanghi prodotti dall'entrata in funzione del depuratore aziendale e allo smaltimento di imballaggi misti.

Un nostro obiettivo futuro è migliorare la separazione dei materiali di packaging. Nonostante il considerevole aumento dei rifiuti prodotti, siamo riusciti a destinare il 100% dei rifiuti prodotti al recupero.

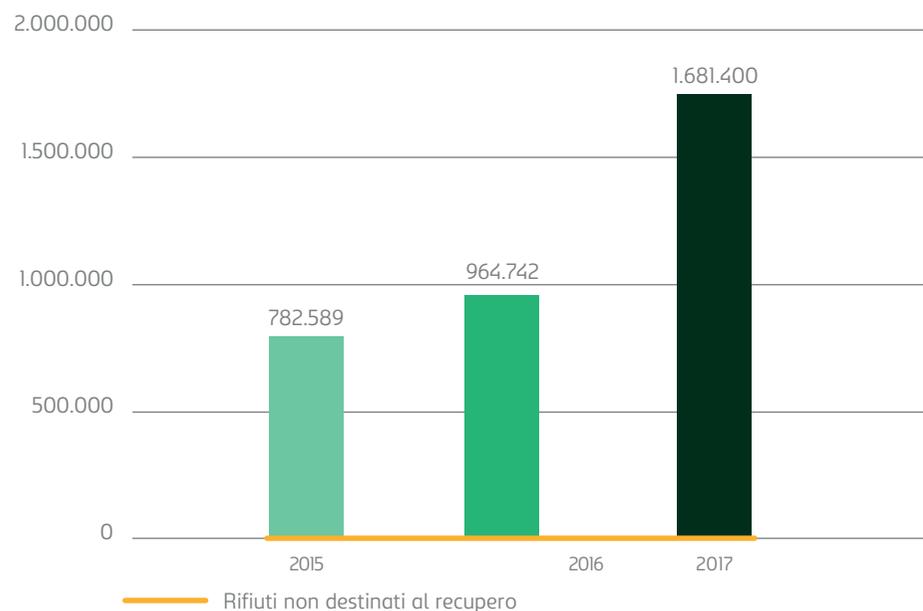
PRODUZIONE SPECIFICA DI RIFIUTI

(kg/hl)



QUANTITÀ DI RIFIUTI DESTINATI E NON DESTINATI AL RECUPERO

(kg)



ZERO EMISSIONI DI CO₂

UN'ATTENZIONE PARTICOLARE ALLA LOGISTICA

Cercare di far arrivare in modo ottimale ed efficiente i nostri prodotti ai consumatori è per noi una priorità.

La distribuzione dei nostri prodotti ha un impatto che ci impegniamo a gestire collaborando con i partner a cui affidiamo le nostre attività logistiche, scelti, sempre più, guardando alla loro attenzione alla sostenibilità. Chiediamo ai nostri partner - Number 1, Geodis e Gruppo Beverete - soluzioni in grado di ridurre le emissioni del trasporto dei prodotti e collaboriamo con loro alla realizzazione di progetti per migliorare continuamente le nostre performance.

Nel 2017 abbiamo continuato a ottimizzare la saturazione dei mezzi e la razionalizzazione dei carichi, abbiamo operato per una pianificazione efficiente dei percorsi e migliorato la logistica urbana attraverso l'utilizzo di mezzi ibridi a Milano ed elettrici a Roma.

Inoltre, attraverso il *DespatchAdvise* (invio di tutte le informazioni contenute nella bolla di consegna prima della consegna della merce) abbiamo ga-

rantito ai nostri clienti la possibilità di organizzare preventivamente gli spazi del magazzino e rendere le operazioni di scarico più rapide e, attraverso il progetto *Syncro*, abbiamo creato maggiore efficienza all'interno della filiera produttore-punto di consegna grazie ad un processo di sincronizzazione degli ordini e delle consegne alla Grande Distribuzione Organizzata.

Nel corso dell'anno sono stati condotti audit sui mezzi di trasporto per verificarne sicurezza, affidabilità e valutarne gli impatti ambientali e sono stati introdotti sui carrelli e nei magazzini dispositivi per migliorare la sicurezza sul lavoro (*anticollision system, blue light, spotme...*).

Nel 2018 i partner logistici che operano stabilmente in fabbrica saranno coinvolti in attività formative legate al nostro Piano di Adattamento ai Cambiamenti Climatici.

Nel contesto dell'ampliamento dell'utilizzo di mezzi green stiamo sviluppando un piano di rinnovamento del parco mezzi che prevede la



progressiva introduzione di mezzi full electric nella distribuzione dell'ultimo miglio, e di mezzi LNG nella distribuzione industriale.

ESSERE LEADER

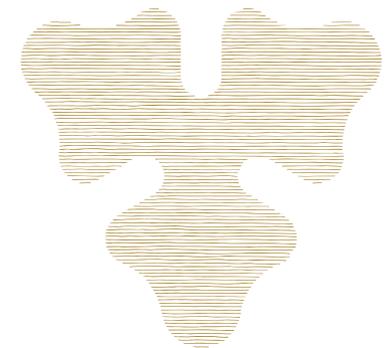
Come Gruppo, dopo l'annuncio dei Together Towards ZERO, ci siamo uniti ad altre organizzazioni per condividere conoscenze e best practice e abbiamo portato avanti il nostro impegno in diversi ambiti.



PARTNER CERCASI!

Non possiamo raggiungere i nostri obiettivi da soli. Se hai idee, proposte innovative o progetti contattaci!

www.carlsbergitalia.it
info@carlsbergitalia.it



We Mean Business: organizzazione senza scopo di lucro che collabora con le imprese per agire sui cambiamenti climatici e favorire il passaggio ad un'economia a basso impatto ambientale.

RE100: iniziativa guidata dal Climate Group in collaborazione con CDP e lavora per aumentare in modo massiccio la domanda e l'offerta di energia rinnovabile.

Corporate Sourcing of Renewables: guidata dal Clean Energy Ministerial (CEM) promuove la collaborazione internazionale per accelerare l'adozione di politiche e pratiche atte a favorire l'utilizzo di energia pulita a livello globale.

Alliance of CEO Climate Leaders: rete che raccoglie i CEO più impegnati in azioni sul clima. Promuove l'attenzione del settore privato alle tematiche ambientali, la collaborazione inter-settoriale e pubblico-privata e ricerca soluzioni in linea con le aspettative dell'Accordo di Parigi e gli Obiettivi di sviluppo sostenibile (SDGs).

The Brewers of Europe e Beverage Industry Environmental Roundtable (BIER): con loro operiamo al fine di migliorare la sostenibilità e la reputazione dell'intero settore. Partecipiamo a un progetto pilota coordinato

da The Brewers of Europe per armonizzare gli approcci all'Impronta Ambientale del Prodotto (PEF) e fornire input alla legislazione europea su questo tema.

Inoltre, collaboriamo attivamente con altre imprese, organizzazioni non governative e con la società civile, promuovendo dibattiti sulla necessità di un'azione sul clima attraverso conferenze, canali di social media e appoggio ad organizzazioni che promuovono l'azione per

il clima. Siamo fiduciosi che il nostro impegno aumenterà il numero di aziende impegnate nella lotta per il clima, che stimolerà la crescita del mercato delle soluzioni rispettose dell'ambiente.



COSA ABBIAMO DETTO **2016**

Ridurre consumi energetici ed elettrici nello stabilimento di Induno Olona

Ridurre consumi elettrici della fase di raffreddamento nello stabilimento di Induno Olona

Recuperare gas che si sviluppa dall'impianto di depurazione

Riduzione e recupero CO₂ in fase di produzione

COSA ABBIAMO FATTO **2017**

Costante monitoraggio dei consumi e implementazione settimanale degli interventi di correzione e miglioramento (aggiunta coibentazione, sostituzione guarnizioni, interventi manutentivi immediati in caso di perdite energetiche) 

Efficientamento impianto con installazione del nuovo compressore a vite. Gestione ammoniacca con livello elettronico, migliore sequenza compressori e profili temperatura 

Avviamento impianto di depurazione a settembre 2017. Verifica quantità di biogas prodotte per dimensionamento impianto di recupero 

Continuo monitoraggio del sistema per garantire l'efficienza del recupero 

AZIONI VERSO ZERO **2018**

Programmi di efficienza energetica
Monitorare costantemente i consumi e continuare a migliorare la nostra efficienza energetica
Installazione pastorizzatore Flash Linea bottiglie

Innovazione
Continua ricerca di innovazioni nei processi, negli imballaggi e nei servizi

Coinvolgimento dei fornitori
Attivare azioni con i principali fornitori per ridurre le emissioni

Consapevolezza del consumatore
Aumentare la comunicazione e il coinvolgimento dei consumatori sui temi ambientali e in particolare sugli impatti dei cambiamenti climatici



INSIEME A NUMBER 1 PER LA LOGISTICA SOSTENIBILE

Nel 2017 è stato firmato il nuovo contratto di servizi logistici tra Carlsberg Italia e Number 1, operatore logistico leader in Italia nel settore del grocery secco, scelto per le attività di warehousing e distribuzione in tutta Italia.

Che significato ha per Number 1 il nuovo contratto siglato con Carlsberg Italia?

Questo rinnovo sigla la partnership tra Carlsberg e Number 1, due aziende che credono nella sostenibilità e si impegnano concretamente in un percorso in grado di coniugare business e rispetto per l'ambiente. Il rinnovo del contratto prevede un approccio per il quale non siamo un puro elemento di commodity ma un partner con cui Carlsberg può condividere e portare avanti politiche volte al miglioramento continuo e allo sviluppo di best practices in tema di innovazione e sostenibilità.

Quali sono le iniziative e i progetti di sostenibilità sviluppati con Carlsberg Italia?

Tra le principali vi sono sicuramente le

nuove tecnologie applicate ai carrelli per la movimentazione di magazzino introdotte nello stabilimento di Induno Olona e nell'hub Number 1 di Settala (MI), in cui vengono gestite tutte le spedizioni di Carlsberg in Italia e lo stoccaggio di tutti i prodotti. Nel dettaglio, si tratta di tre innovative soluzioni che coniugano sicurezza degli operatori, rispetto per l'ambiente e riduzione dei costi:

Blue Light: un sistema di segnalazione installato sui carrelli elevatori che, attraverso una luce blu proiettata a terra, avvisa i pedoni del sopraggiungere dei mezzi. Un dispositivo pensato per garantire la sicurezza degli operatori, in particolare modo quando le strutture architettoniche, gli arredi o le scaffalature impediscono la visibilità dei veicoli in movimento.

SpotMe: una tecnologia che, grazie a sensori a infrarossi sensibili alla direzione di marcia, consente di rilevare la presenza di carrelli elevatori e di operatori agli incroci segnalando in tempo utile potenziali pericoli di collisione attraverso un segnale led lampeggiante. Il sistema, oltre a prevenire infortuni, consente di ridurre i costi per danni alla merce, per manutenzione o riparazione dei carrelli e il consumo di energia.

I-Site: uno strumento innovativo che permette di ottimizzare la gestione della flotta mezzi utilizzati per la movimentazione. Un dispositivo posizionato sui carrelli invia dati via UMTS ad un server TMH che li trasmette agli operatori che

vi possono accedere tramite pc, tablet e smartphone. Ciascun operatore, tramite smart access abbinata al badge di lavoro, accede solo ai mezzi a lui assegnati e grazie alle informazioni disponibili può bloccare in automatico il carrello in caso di urti rilevanti. Il dispositivo inoltre permette di escludere la possibilità di un utilizzo dei mezzi da parte di operatori senza adeguati requisiti.

Ma non ci fermiamo qui...

Usciti dai magazzini centrali, i prodotti Carlsberg transitano negli altri hub di stoccaggio Number 1. L'attenzione ad una logistica green ci ha portato a costruire e attrezzare anche queste strutture in modo sostenibile: impianti di illuminazione a led resi più efficaci dai sensori di movimento che regolano l'intensità della luce, pannelli fotovoltaici che coprono una buona parte del fabbisogno di energia, l'applicazione della telegestione all'impiantistica di magazzino, la presenza di colonne per la ricarica di mezzi elettrici. Per portare un esempio concreto, l'hub del Triveneto inaugurato a luglio 2017 è stato costruito seguendo queste linee guida.

Da diversi anni inoltre Carlsberg aderisce al nostro progetto distributivo Syncro, attraverso il quale allineiamo le date di consegna richieste alle agende di ricevimento settimanali di circa cinquanta Centri di Distribuzione (Ce.Di) della GDO: in questo modo ai vantaggi economici derivanti dalla direttizzazione dei flussi si aggiungono, grazie all'ottimizzazione nella

saturazione dei mezzi, indiscussi benefici per l'ambiente in termini di riduzione delle emissioni di CO₂.

Quali progetti avete per il futuro?

Nel 2017 abbiamo fatto un importante investimento nella green logistics legata al trasporto: 10 milioni di euro che ci consentiranno entro il 2019 di rinnovare la nostra flotta diretta costituita attualmente da 130 mezzi di proprietà con veicoli Euro 6 e LNG di seconda generazione. Con Carlsberg abbiamo già programmato l'utilizzo dei mezzi a Gas Metano Liquido per coprire una parte delle tratte di rifornimento tra lo stabilimento di Induno Olona (VA) e il magazzino centrale Number 1 di Settala (MI): oltre ad un risparmio di carburante ridurremo di circa il 15% le emissioni di CO₂.

Amministratore Delegato, **Number 1**

Gianpaolo Calanchi



Supply Chain Innovation





ZERO
SPRECO
D'ACQUA





TARGET 2030

50%

**RIDUZIONE DEL
CONSUMO DI ACQUA
IN BIRRIFICIO**

TARGET 2022

25%

**RIDUZIONE DEL
CONSUMO DI ACQUA
IN BIRRIFICIO**



ZERO SPRECO D'ACQUA

PRESENTIAMO LA NOSTRA SFIDA

Le nostre attività dipendono dalla disponibilità di acqua pulita. Niente acqua, niente birra.

Dobbiamo quindi trattare l'acqua con il massimo rispetto. La nostra prospettiva per un domani migliore è un mondo in cui non si spreca acqua.

I NOSTRI OBIETTIVI

A livello di Gruppo, i nostri obiettivi includono la riduzione del consumo di acqua nei birrifici e la creazione di partnership per tutelare l'acqua come bene comune nelle aree ad alto rischio. L'obiettivo principale è dimezzare l'utilizzo di acqua nei birrifici entro il 2030, con un obiettivo intermedio, per il 2022, del 25%. Prendendo come anno di riferimento il 2015, che ha visto un consumo di acqua pari a 4,3 hl/hl, miriamo a conseguire il risultato di 1,7 hl/hl entro il 2030: una posizione da leader del settore. Il processo di produzione necessita di un volume d'acqua maggiore rispetto al volume di birra prodotta in parte a causa dell'evaporazione e dei sottoprodotti umidi e in parte perché abbiamo bisogno di acqua per le sanificazioni degli impianti.

L'acqua sarà sempre essenziale, ma dimezzando il suo utilizzo siamo certi che non verrà sprecata. Tuttavia possiamo fare di più per avere un

impatto tangibile: ci impegniamo, infatti, anche a salvaguardare le risorse idriche nelle aree vicine ai nostri birrifici. Ciò significa costruire con le comunità locali partnership finalizzate a garantire la disponibilità di acqua nel lungo periodo. Per questo collaboreremo con tutti i partner disposti a lavorare con noi per raggiungere questi obiettivi.

Il Gruppo Carlsberg pone particolare attenzione alle aree classificate ad alto rischio per quanto riguarda la scarsità d'acqua. Nel 2016, con il supporto di esperti del WWF e grazie allo strumento *Water Risk Filter*, sono stati identificati 15 birrifici ubicati in zone ad alto rischio e ora si sta lavorando per ridurre il consumo di acqua in questi luoghi.

CONTRIBUIAMO AGLI OBIETTIVI GLOBALI

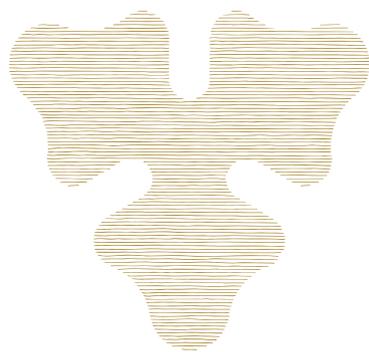
La scarsità d'acqua è una delle sfide globali e una priorità a livello di Gruppo. Con l'obiettivo "ZERO spreco d'acqua" contribuiamo al raggiungimento dell'SDG 6 "Acqua pulita e servizi igienico-sanitari". In particolare ci concentriamo sui target 6.4 e 6.5 che spingono a incrementare l'efficienza nell'utilizzo dell'acqua e a implementare una gestione integrata delle risorse idriche. Il nostro Birrificio di Induno Olona non si trova in un'area a rischio tuttavia riteniamo fondamentale tutelare l'acqua come bene comune.

IL NOSTRO APPROCCIO VERSO LO ZERO

La politica Ambientale, aggiornata a livello di Gruppo nel 2017, ci fornisce indicazioni precise su come gestire le risorse idriche per poter raggiungere gli obiettivi fissati per il sito di Induno Olona. Nel percorso siamo supportati dal Gruppo: un team di esperti lavora per trovare nuovi sistemi e sviluppare tecnologie innovative, in particolare per il riutilizzo dell'acqua nella pulizia degli impianti, la fase della produzione in cui si verifica il maggior spreco.

Sempre a livello di Gruppo la neo-costituita Comunità di Giovani Scienziati di Carlsberg avrà un ruolo importante nell'affrontare la sfida dell'acqua; lavorerò a fianco di esperti interni ed esterni per sviluppare soluzioni che permettano di raggiungere lo ZERO spreco d'acqua. Inoltre, è per noi importante collaborare con tutti i soggetti interessati a proteggere le risorse idriche.

Per produrre birra d'eccellenza infatti occorre per prima cosa una buona acqua. Il Birrificio Angelo Poretti è sorto proprio a Induno Olona perché qui si trovano due fonti d'acqua sorgiva di ottima qualità: la Fontana degli Ammalati e la Fontana Mulini Grassi.



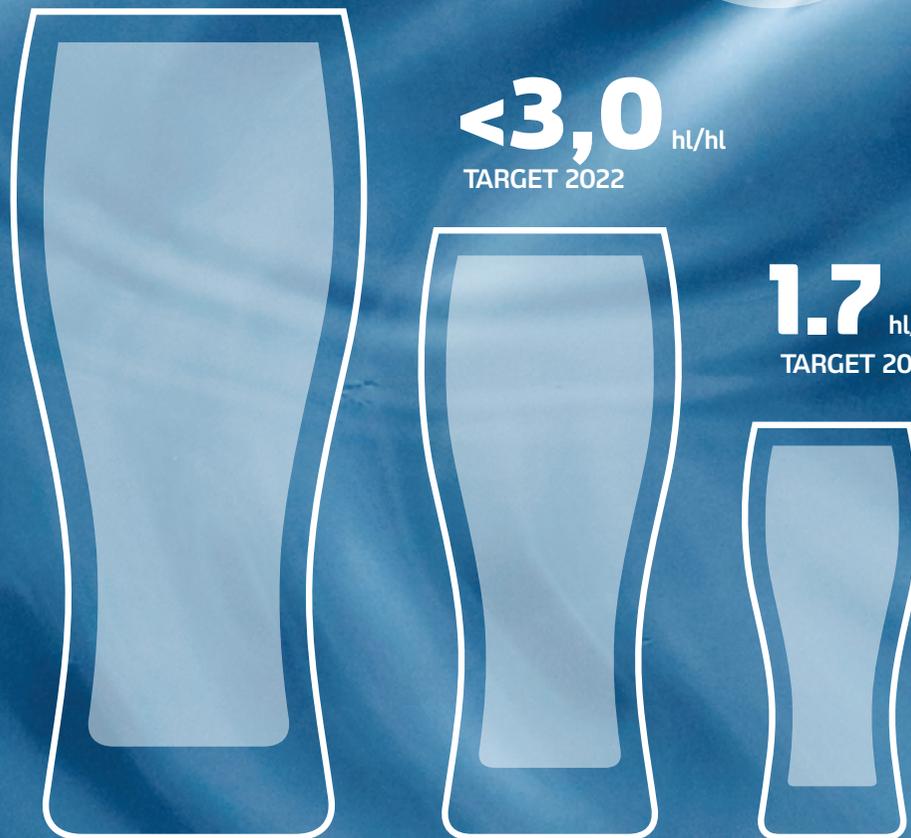
CONSUMO SPECIFICO DI ACQUA IN BIRRIFICIO

4,3 hl/hl
BASE 2015

3.1 hl/hl
2017 PERFORMANCE

<3,0 hl/hl
TARGET 2022

1.7 hl/hl
TARGET 2030



ZERO SPRECO D'ACQUA

RIDURRE GLI SPRECHI D'ACQUA

La gestione responsabile delle risorse idriche è cruciale per la nostra attività e dimezzare il consumo d'acqua in Birrificio ha un grande impatto sulla tutela di questo bene comune.

Gli obiettivi ambiziosi che ci siamo dati ci forniscono una direzione chiara e a lungo termine. Abbiamo già compiuto i primi passi verso una migliore efficienza idrica e cerchiamo di fare sempre meglio applicando le tecnologie più innovative per far fronte al problema globale della scarsità d'acqua.

La scarsità di acqua è, infatti, una delle sfide globali e una delle priorità di Carlsberg Group. È per questi motivi che da anni ce ne prendiamo

cura con un utilizzo sempre più responsabile: conteniamo il più possibile i consumi, incrementiamo il riutilizzo e preveniamo gli sprechi. In concreto, innoviamo costantemente i processi, intensifichiamo il monitoraggio dei consumi e della qualità e stocchiamo l'acqua riscaldata nel processo produttivo per riutilizzarla nel lavaggio.

LE NOSTRE PERFORMANCE 2017

Nel 2017 il consumo specifico di acqua, cioè la quantità di acqua necessaria per produrre un ettolitro di birra, è passato da 3,5 hl/hl del 2016 a 3,1 hl/hl, perfettamente in linea con il risultato raggiunto a livello di Gruppo. La nostra efficienza idrica è quindi migliorata dell'11,3% rispetto allo scorso anno.

Questo rappresenta un'ottima performance rispetto a tutto il settore.

Riempire 11 piscine olimpioniche. È quanto avremmo potuto fare con l'acqua risparmiata nel 2017, complessivamente il 5,8% in meno rispetto al 2016.

TARGET 2022

25%
RIDUZIONE DEL CONSUMO DI ACQUA IN BIRRIFICIO

TARGET 2030

50%
RIDUZIONE DEL CONSUMO DI ACQUA IN BIRRIFICIO

CONSUMO SPECIFICO DI ACQUA (hl/hl)



COSA ABBIAMO DETTO 2016

Ridurre i consumi idrici nello stabilimento di Induno Olona

Realizzare il depuratore entro 2017

COSA ABBIAMO FATTO 2017

Abbiamo ulteriormente ridotto il consumo specifico di acqua: 3,1 hl/hl. La nostra efficienza idrica è migliorata dell'11,3%. Abbiamo risparmiato complessivamente il 5,8% di acqua

Abbiamo adeguato e rimesso in esercizio il vecchio impianto di depurazione, a partire da novembre restituendo direttamente all'ambiente acqua della stessa qualità di quella prelevata

AZIONI VERSO ZERO 2018

Monitoraggio dei processi
Monitoraggio costante e installazione di nuovi contatori su specifiche aree

Innovazione
Installazione di un nuovo Pastorizzatore Flash che ci consentirà di ridurre ulteriormente i consumi di acqua in Birrificio



LE PRINCIPALI ATTIVITÀ DEL 2017

Monitorare e rendere più efficienti i processi

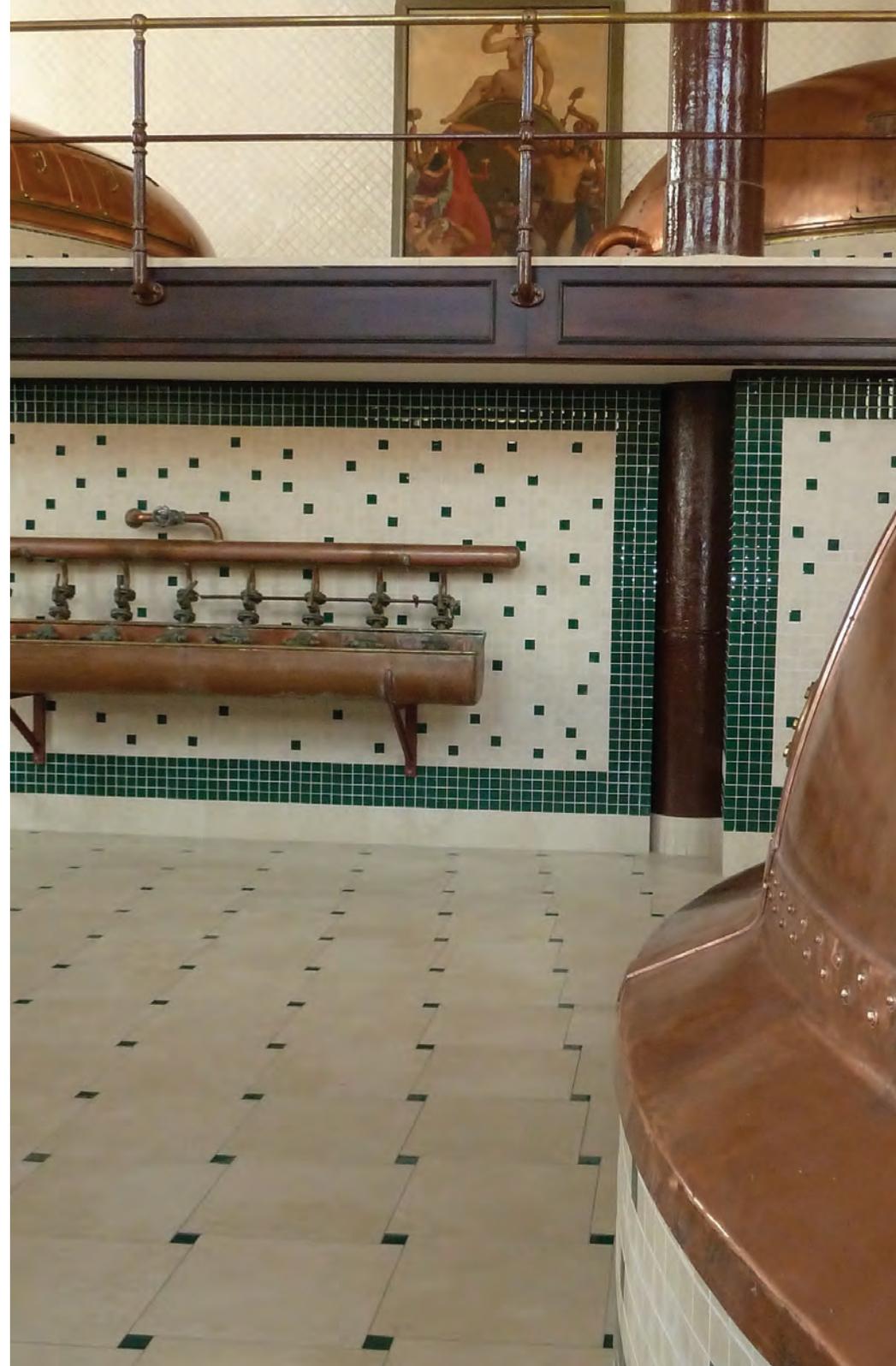
Per valutare l'importanza dei risultati raggiunti e migliorare costantemente le nostre performance dobbiamo essere consapevoli e attenti alla situazione della nostra rete idrica. La rete idrica del nostro Birrificio, risalente ai primi del '900, sebbene sia stata in parte rinnovata durante gli ampliamenti della fabbrica, presenta ancora tratti di tubazioni la cui posa risale a cinquanta-sessanta anni fa. Inoltre, la rete risulta molto complessa a causa della posizione geografica (i fabbricati sono chiusi in una valle con il fiume Olona che scorre sotto lo stabilimento), della dislocazione dei reparti e della natura del processo produttivo.

Per ridurre il nostro consumo d'acqua dobbiamo quindi monitorare costantemente l'infrastruttura idrica: monitoraggi con frequenza settimanale ci hanno consentito di individuare con più tempestività perdite o malfunzionamenti, continuando a migliorare le nostre prestazioni rispetto al 2016.

Fino ad ora sono stati installati 22 contatori fisici i cui dati vengono letti sul posto e trascritti settimanalmente, a cui si aggiungono altri 16 contatori i cui dati arrivano direttamente al server di monitoraggio. I dati vengono analizzati e vengono elaborati i consumi per area; inoltre, grafici di sintesi che permettono l'immediata visualizzazione dei consumi anomali o scostanti vengono inviati ai responsabili di reparto e posti sulle lavagne di linea così che tutti possano essere consapevoli dei consumi. Il costante monitoraggio ci consente di individuare immediatamente eventuali anomalie e porvi rimedio: nel corso dell'anno, ad esempio, ci siamo tempestivamente accorti di un uso

eccessivo di acqua in sala macchine e abbiamo cercato soluzioni efficaci per ridurre i consumi; in particolare, abbiamo intensificato i monitoraggi su una valvola presso le torri evaporative che, grazie a controlli e regolazioni settimanali, ci ha permesso il ricircolo costante dell'acqua all'interno della torre e ha evitato lo scarico e la continua reintegrazione di acqua.

Nel 2017 la maggiore frequenza dei monitoraggi, l'attenzione degli operatori insieme a soluzioni tecniche adeguate ci hanno permesso di intervenire con rapidità rendendo più efficiente la gestione dell'acqua in stabilimento.



Gestire gli scarichi

Nel 2017 sono stati conclusi gli interventi di manutenzione e modifica per la rimessa in esercizio del vecchio impianto di depurazione delle acque, non più funzionante dal 2006. A partire dal mese di novembre lo scarico delle acque avviene direttamente a fiume, consentendoci di restituire all'ambiente acqua di qualità il più possibile vicina a quella prelevata.

Inoltre abbiamo implementato il riutilizzo dell'acqua in uscita dal depuratore per il lavaggio dei teli della nastropressa, evitando così l'uso di acqua di rete pulita.

Proteggere le risorse idriche locali

Il fiume Olona scorre sotto la parte centrale del Birrificio, proprio davanti alla nostra storica sala cottura. È una parte integrante del nostro ambiente, anche se nascosta.

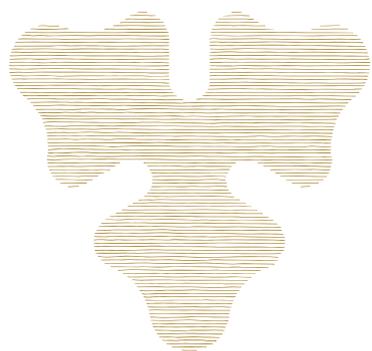
Ogni mese ispezioniamo il suo alveo e, periodicamente, manteniamo la diga a monte dello stabilimento svuotandola dai detriti per prevenire emergenze ambientali.

In questo modo contribuiamo alla salvaguardia del territorio e della nostra comunità, nonché ovviamente anche del nostro business.

GUARDANDO AL 2018

Per il 2018 abbiamo in programma di continuare nella direzione intrapresa intensificando il controllo e la verifica dei contatori e rendendo sempre più puntuale l'elaborazione dei dati. Prevediamo di aggiungere nuovi contatori che ci permettano di avere dati diretti dei consumi di ulteriori aree dello stabilimento (Portineria e Punto Vendita).

Fondamentale sarà l'installazione del nuovo Pastorizzatore Flash che prevediamo porti ad una riduzione del consumo idrico del 4-5% rispetto al totale.



IL CICLO DELL'ACQUA IN BIRRIFICIO



FONTANA DEI MULINI GRASSI
portata 144 m³/h



FONTANA DEGLI AMMALATI
portata 36 m³/h

ACQUE IN ENTRATA (m3)

433.000

29%

DELL'ACQUA UTILIZZATA:

- Per produrre birra
- Reintegrare l'acqua nelle torri evaporative
- Evapora durante la cottura del mosto



LAVAGGIO IMPIANTI E STABILIMENTO



Depuratore Consortile
da gennaio a ottobre



DEPURATORE CARLSBERG ITALIA
da novembre e dicembre

71%

ACQUA IN USCITA

FIUME OLONA
ACQUA RESTITUITA
ALL'AMBIENTE



11x
PISCINE OLIMPIONICHE



ZERO
CONSUMO
IRRESPONSABILE





ZERO CONSUMO IRRESPONSABILE

TARGET 2030

100% DEI NOSTRI MERCATI
MIGLIORANO IL BERE
RESPONSABILE DI ANNO
IN ANNO

TARGET 2022

100% DISPONIBILITÀ
DI BIRRE
ANALCOLICHE

100% MESSAGGIO DEL BERE
RESPONSABILE VEICOLATO
TRAMITE PACKAGING E
BRAND

100% DEI NOSTRI MERCATI
CREANO PARTNERSHIP
PER PROMUOVERE UN
CONSUMO RESPONSABILE



ZERO CONSUMO IRRESPONSABILE

PRESENTIAMO LA NOSTRA SFIDA

Le nostre birre sono spesso al centro di momenti conviviali e di occasioni di incontro, proprio come lo sono state per secoli. Questo è quello che desideriamo. Ma vogliamo anche che vengano consumate responsabilmente.

Quasi sempre le persone consumano i nostri prodotti con moderazione e nel contesto di uno stile di vita equilibrato. Noi li abbiamo pensati per questo tipo di consumo. Tuttavia, in alcune circostanze, le nostre birre non vengono consumate in modo responsabile e ciò causa danni sia ai singoli individui che alla società. Noi non possiamo accettarlo, per questo ci siamo posti l'ambizioso obiettivo di una società con ZERO consumo irresponsabile. La sfida è impegnativa ma crediamo che, lavorando insieme, aziende, istituzioni e società civile possano aiutare la collettività ad andare nella giusta direzione contribuendo ad un vero cambiamento.

I NOSTRI OBIETTIVI

I nostri target in quest'area rispecchiano quelle che riteniamo essere le migliori opportunità che ci vengono offerte per dare un contributo concreto.

La birra può essere considerata una scelta di qualità a basso contenuto di alcol in molte dif-

ferenti situazioni. Tuttavia, in alcune occasioni, i consumatori ricercano prodotti analcolici. Già oggi noi offriamo molte birre di qualità senza alcol, che rappresentano una valida alternativa per coloro che si devono mettere alla guida, per le donne in stato di gravidanza e per tutti coloro che, per qualsiasi altro motivo, non desiderano bere alcolici.

Per fornire una sempre più ampia possibilità di scelta, abbiamo l'obiettivo di distribuire entro il 2022 il 100% di birre analcoliche, il che significa che, ovunque si troveranno le nostre birre analcoliche, ci sarà sempre un'opzione senza alcol.

Per aiutare ulteriormente i consumatori a fare scelte consapevoli, abbiamo deciso di apporre sulle etichette di tutti i nostri prodotti messaggi per favorire il consumo responsabile e tabelle nutrizionali, informazioni reperibili anche online. Inoltre, al fine di coinvolgere tutti i consumatori e contribuire a creare una cultura della birra ancora più salutare, stiamo inserendo messaggi di consumo responsabile in tutte le nostre comunicazioni di marketing.

In presenza di comportamenti non responsabili, collaboreremo con stakeholder rilevanti per effettuare interventi mirati. Il nostro obiettivo è che ogni mercato del Gruppo Carlsberg abbia

stabilito almeno una partnership chiave per promuovere il “bere responsabile” entro il 2022.

CONTRIBUIAMO AGLI OBIETTIVI GLOBALI

Con il nostro impegno a ridurre al minimo l'abuso di alcol, contribuiamo al raggiungimento dell' SDG 3 “Salute e sicurezza”, in particolare ci concentriamo sui target 3.5 e 3.6 - rafforzare la prevenzione e il trattamento dell'abuso di sostanze, tra cui l'uso scorretto dell'alcol e dimezzare il numero di morti e feriti in incidenti stradali - questo in particolare attraverso le nostre campagne “Don't drink & drive”.

IL NOSTRO APPROCCIO VERSO LO ZERO

La nostra Marketing Communication Policy, aggiornata nel 2017, indirizza una comunicazione responsabile di tutte le nostre attività

attraverso i diversi canali disponibili, da quelli digitali alle etichette dei prodotti. In particolare, stabilisce norme rigorose rispetto alla diffusione delle nostre campagne di marketing e indica chiaramente i temi da evitare per non correre il rischio di indurre i minori al consumo di alcol.

Noi desideriamo che le nostre birre vengano gustate responsabilmente; per questo siamo attenti all'impatto dei nostri prodotti sui singoli e sulla collettività e ci impegniamo a sensibilizzare i consumatori affinché assumano decisioni di consumo responsabile che non siano incompatibili con uno stile di vita sano.

Le nostre strategie mirano a incoraggiare un consumo moderato e prevenire l'abuso di alcol

attraverso una comunicazione chiara e corretta dei nostri prodotti e delle conseguenze che l'abuso di alcolici può avere a livello individuale e sociale.

Come Gruppo, per arrivare ai nostri consumatori agiamo su tre livelli:

1. OFFRIRE

Per consentire ai consumatori di scegliere in modo consapevole e responsabile, aumentiamo costantemente la nostra offerta di birre senza alcol. Entro il 2022 le birre analcoliche saranno disponibili per tutte le occasioni di consumo più rilevanti.

2. INFORMARE

Per aiutare i nostri consumatori ad assumere decisioni responsabili rispetto al consumo di

alcolici inseriamo, sia sul packaging dei nostri prodotti che online, i simboli del bere responsabile, le informazioni nutrizionali e l'elenco degli ingredienti.

3. INCORAGGIARE

Attraverso la comunicazione dei nostri brand cerchiamo di coinvolgere i consumatori nel dibattito sul bere responsabile. Agiamo direttamente tramite partnership con i nostri clienti e sponsor, mentre nei casi in cui un coinvolgimento diretto non è possibile affidiamo i nostri messaggi ad organizzazioni riconosciute e affidabili con cui collaboriamo.



OFFRIRE

Offrire un'ampia gamma di birre analcoliche che i consumatori possano scegliere in diverse occasioni di consumo

INFORMARE

Comunicare scelte di consumo positive riportando informazioni sul consumo responsabile sia sul packaging che online

INCORAGGIARE

Promuovere tra i consumatori un consumo responsabile attraverso il dialogo e il coinvolgimento

ZERO CONSUMO IRRESPONSABILE

PREVENIRE LA GUIDA IN STATO DI EBBREZZA E IL CONSUMO MINORILE DI ALCOL

Prevenire la guida in stato di ebbrezza e il consumo minorile di alcol richiede un approccio a 360° che passa soprattutto attraverso le modalità con cui proponiamo e comunichiamo i nostri prodotti.

Pensiamo a *DraughtMaster™*: un progetto nato per far apprezzare al consumatore una birra di qualità, con alla base il rispetto per il prodotto, per se stessi, per l'ambiente, per la società, non certo finalizzato ad incrementare in modo smodato i consumi.

Ricordiamo inoltre le iniziative, in particolare con il brand Birrificio Angelo Poretti, volte a promuovere un consumo a pasto, in abbinamento con cibi sani e di qualità e a diffondere una cultura di consumo moderato dei nostri prodotti.

Accanto a ciò la decisione di apporre sulle etichette delle nostre birre il simbolo Don't Drink & Drive ci consente di sensibilizzare direttamente i consumatori sui rischi connessi al guidare sotto l'effetto dell'alcol.

Inoltre ci impegniamo a prevenire il consumo minorile di alcolici attraverso una comunicazione attenta a livello nazionale e a livello di Gruppo realizziamo infatti campagne di sensibilizzazione sui canali più seguiti dai giovani in collaborazione con associazioni del settore, altri produttori e punti vendita.

Al fine di raggiungere l'obiettivo di ZERO consumo irresponsabile è fondamentale per il Gruppo Carlsberg rendere le birre analcoliche (*AFB, Alcohol Free Brews*) sempre più facilmente reperibili. Nel 2017, sono 26 le tipologie di birra analcolica del Gruppo Carlsberg disponibili nel mondo, e l'offerta sarà ampliata con ulteriori lanci nel 2018.



SEI SICURO
DI SAPERE QUALI SONO
GLI EFFETTI
DELL'ALCOL ALLA GUIDA?



PROVA GLI OCCHIALI 3D
E SCOPRI I RISCHI
CHE CORRI SE GUIDI
DOPO AVER BEVUTO

O BEVI O GUIDI

BEVIRESPONSABILE.IT



BIRRIFICIOANGELOPORETTI
WWW.BIRRIFICIOPORETTI.IT



ITALIA
BIRRA UFFICIALE



Birra Ufficiale - Official Beer Partner

BEER GOGGLE

Durante l'anno apriamo al pubblico il nostro Birrificio: i numerosi visitatori vengono accompagnati da dipendenti volontari alla scoperta della storia, dell'architettura e dei prodotti della nostra azienda.

Questi sono per noi momenti importanti in cui entriamo a diretto contatto con i consumatori e possiamo trasferire in modo chiaro un messaggio per noi prioritario: le nostre birre devono essere consumate in modo responsabile. Per essere efficaci nel comunicare e far riflettere i consumatori sulle conseguenze dell'abuso di alcol abbiamo proposto al termine delle visite guidate al Birrifico semplici attività, molto apprezzate dai visitatori.

All'esterno di Villa Magnani abbiamo allestito un'area dedicata ad attività esperienziali, nella quale i visitatori possono sperimentare gli effetti dell'abuso di alcol: indossando un visore (maschera Beer Goggle) che simula l'effetto dell'ebbrezza, sono invitati a camminare attraverso un percorso a slalom e successivamente a fare canestro con una pallina in un cestino. In questo modo sono tangibili gli effetti legati al consumo eccessivo di alcol. Nel 2017 i visitatori sensibilizzati durante gli Open Day sono stati oltre 5.500 (più del doppio rispetto al 2016) e i 55 dipendenti responsabili dell'attività sono

diventati ambasciatori, oltre che della qualità della nostra birra, anche dell'importanza di un consumo responsabile per il benessere proprio e quello altrui. Anche in occasione della Global Beer Responsibility Day (GBRD), Giornata Mondiale della Birra Responsabile, giunta nel mese di settembre 2017 alla sua terza edizione, abbiamo proposto analoghe iniziative di sensibilizzazione ai nostri dipendenti della sede di Lainate i quali hanno poi potuto diffondere i video della propria esperienza attraverso i canali social interni.

Il Global Beer Responsibility Day (GBRD) è un impegno a livello globale che coinvolge produttori di birra, rivenditori, locali, istituzioni e ONG il cui obiettivo è promuovere il consumo responsabile di birra.

Nel 2017 Carlsberg Group è riuscita, in questa occasione, a superare le sue stesse aspettative coinvolgendo oltre 54 milioni di persone.



ZERO CONSUMO IRRESPONSABILE

CREARE MOMENTI DI DIALOGO SUL BINGE DRINKING

Il binge drinking, cioè l'assunzione di quantità eccessive di alcol in un breve lasso temporale, è un comportamento pericoloso sia per l'individuo sia per chi gli sta accanto.

Il Gruppo Carlsberg attraverso i propri marchi più popolari sensibilizza i consumatori sui rischi del consumo eccessivo di bevande alcoliche e li incoraggia ad un consumo moderato e responsabile dei propri prodotti.

LE NOSTRE PERFORMANCE 2017

Nel 2017 a livello di Gruppo sono state implementate 34 campagne volte a ridurre il consumo eccessivo di bevande alcoliche ed incoraggiarne un consumo più moderato. Gli eventi musicali e sportivi rappresentano i luoghi ideali in cui coinvolgere le persone in un dialogo costruttivo sul bere responsabile. È quanto accaduto al Roskilde Festival 2017. Il marchio Tuborg presente al più grande festival musicale del Nord Europa ha dimostrato attraverso un esperimento che la musica ad alto volume porta a bere più velocemente. Ai partecipanti sono stati distribuiti speciali tappi per le orecchie, i Tuborg Beer Plugs. L'iniziativa ha stimolato il dibattito sul bere responsabilmente.

Le attività messe in campo dal Gruppo per limitare il binge drinking hanno raggiunto oltre 5 milioni di persone, mentre tutte le iniziative sul consumo responsabile, nel 2017, hanno raggiunto oltre 70 milioni di consumatori a livello mondiale, superando l'obiettivo iniziale di 60 milioni.

Quando non è possibile arrivare in modo diretto ai consumatori ci impegniamo a creare partnership con associazioni non governative o di settore. Ne è un esempio il progetto Drinkaware Crew, realizzato in collaborazione con la Drinkaware Trust, un'organizzazione benefica operante nel Regno Unito, che prevede nei bar e nei club la presenza di personale preparato ad evitare comportamenti antisociali tra i giovani di 18-24 anni.

Tuborg Beer Plugs

I Tuborg Beer Plugs sono stati nominati per il premio Euro Best Design.

Guarda i Tuborg Beer Plugs in azione
<https://carlsberggroup.com/sustainability/action-stowards-zero/>



IL CONCEPT BAR DI PARIGI

Come incoraggiare il consumo responsabile senza limitare il divertimento dei consumatori?

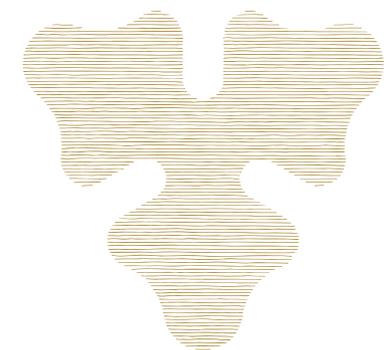
La Moderne, un nuovo concept bar in Francia, ha sviluppato alcune idee brillanti in questa direzione.

Con il supporto di Groupe SOS, un'organizzazione sociale, e con Kronenbourg come sponsor, La Moderne offre ai propri consumatori numerosi spunti per aiutarli a mantenere il loro consumo ad un livello ragionevole.

Per cominciare la lista delle bevande include, accanto alle proposte più tradizionali, una vasta gamma di bevande analcoliche (comprese le nostre birre).

Inoltre, i consumatori vengono incoraggiati ad alternare bevande alcoliche e analcoliche e sono previsti sconti per coloro che scelgono questa soluzione di consumo durante il momento dell'aperitivo.

Inoltre, ogni bevanda alcolica viene servita insieme ad un leggero snack gratuito.



ZERO CONSUMO IRRESPONSABILE**INCORAGGIARE IL CONSUMO RESPONSABILE**

I nostri marchi sono il canale più ampio e significativo di comunicazione con i consumatori. È per noi prioritario utilizzarli in modo responsabile veicolando messaggi che promuovano un consumo moderato ed evitando di indurre ad un consumo di alcol coloro che per legge non possono assumere alcolici.

Per garantire questo approccio stiamo implementando politiche di marketing responsabile e fornendo informazioni chiare sui nostri prodotti, sia sulle confezioni che online.

La Marketing Communication Policy, aggiornata a livello di Gruppo lo scorso anno per essere sempre in linea con gli standard stabiliti dagli organismi di settore, nel 2017 è stata comunicata e implementata per essere la nostra guida nella comunicazione di marketing ai consumatori. Ulteriore punto di riferimento per una comunicazione responsabile è per noi la Responsible Drinking Policy.

COMUNICAZIONE RESPONSABILE

Come Gruppo seguiamo rigidi standard di autoregolamentazione in tutte le nostre attività di comunicazione. Tutte le nostre campagne marketing includono la filosofia del bere

responsabile e sono studiate accuratamente per evitare che vi siano messaggi che possano indurre il consumo di alcol in persone al di sotto dell'età legale.

Carlsberg Group, in collaborazione con altri produttori di alcolici, ha creato un Patto di Marketing Responsabile (RMP) attraverso il quale si impegna a inserire i propri messaggi pubblicitari in contesti in cui ad almeno il 70% del pubblico è consentito, per legge, bere alcol.

Il Patto è gestito dalla Federazione Mondiale degli Inserzionisti Pubblicitari (World Federation of Advertisers, WFA).

Riteniamo fondamentale che vi siano organismi indipendenti di autoregolamentazione con il compito di controllare le campagne pubblicitarie dei produttori di alcol oltre che raccogliere eventuali segnalazioni di infrazioni. Nel caso ci venga segnalato un problema, avviamo immediatamente un'indagine: se emergono violazioni delle leggi, dei regolamenti di settore o delle nostre politiche, la campagna viene immediatamente ritirata.

COSA ABBIAMO DETTO 2016**Informazioni ai consumatori**

Implementare le linee-guida di Carlsberg Group relative alle informazioni ai consumatori: ingredienti, consumo responsabile ecc

Messaggi di consumo responsabile

Confermare la presenza di www.beviresponsabile.it su tutti i materiali di comunicazione ATL e sui materiali di packaging

Attività di consumo responsabile

Attivare nuovamente la Giornata Mondiale della Birra Responsabile, coinvolgendo dipendenti, collaboratori e consumatori. Includere in ogni Open Day in Birrificio le attività di consumo responsabile

COSA ABBIAMO FATTO 2017

Abbiamo adeguato il packaging dei prodotti confezionati alle linee-guida proposte dal Gruppo 

I messaggi di consumo responsabile sono presenti sia sul packaging che online 

Durante gli Open Day in Birrificio i nostri dipendenti hanno sensibilizzato 5.500 persone e nella Giornata mondiale della Birra sono stati coinvolti i dipendenti di Lainate in attività di consumo responsabile 

AZIONI VERSO ZERO 2018**Sensibilizzazione dei dipendenti**

Alcohol Lock, la nuova flotta Carlsberg Italia sarà equipaggiata con questo strumento che non permette l'accensione dell'auto se non si è più che sobri

Sensibilizzazione dei consumatori

Devolvere parte del ricavato del negozio del Birrificio ad associazioni che si occupano di sensibilizzare al consumo responsabile

Convezione ACI - campagna di sensibilizzazione "O BEVI O GUIDI"

Omaggiare kit alcol test durante gli Open Day

Taxi pagato con l'acquisto di una birra

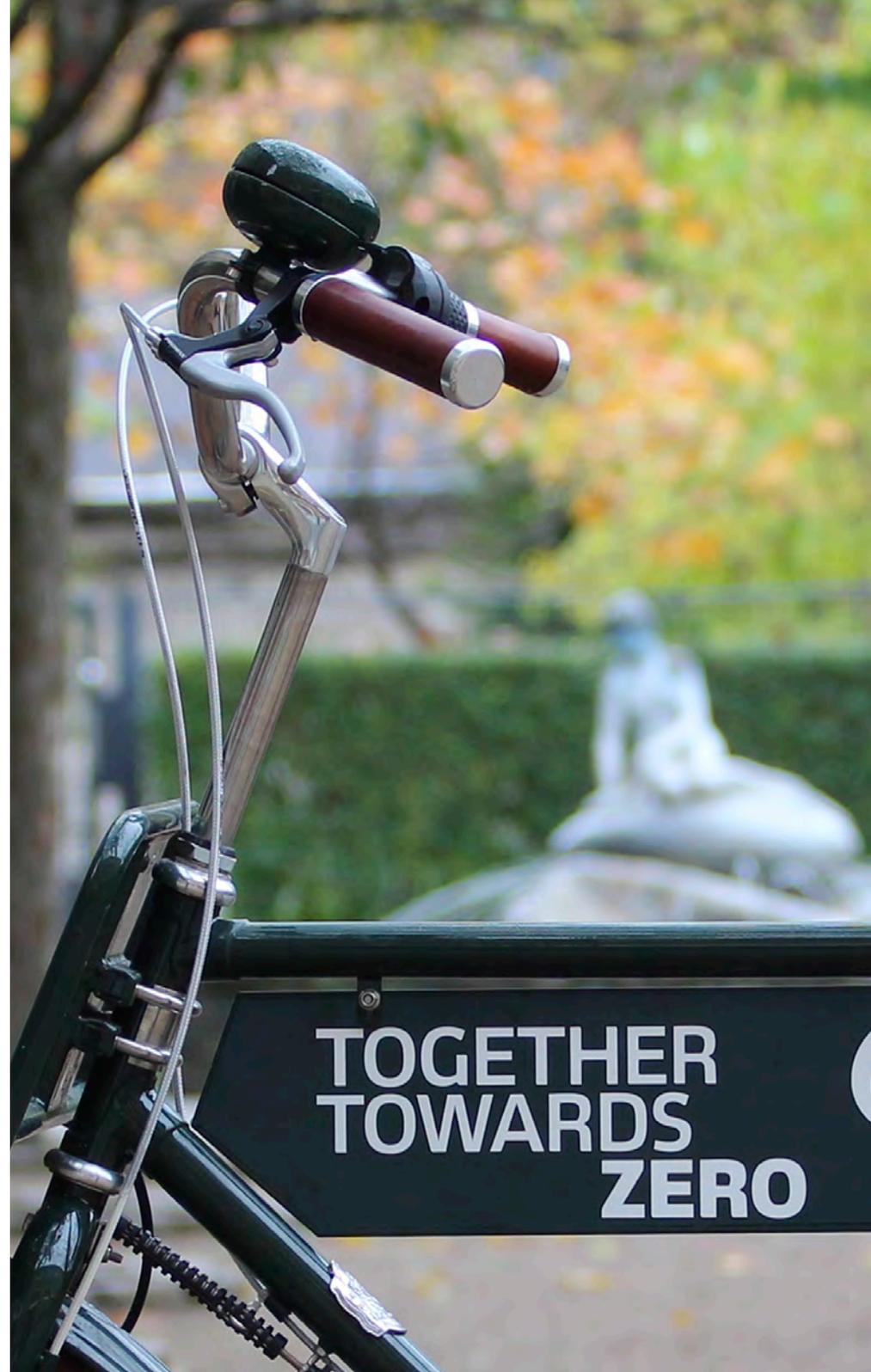
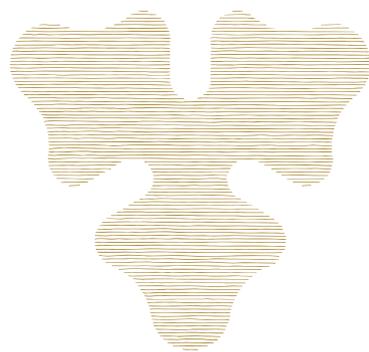
 Completamente Raggiunto  Parzialmente Raggiunto  Non Raggiunto

Carlsberg Italia aderisce, inoltre, alla Alcohol Policy di Assobirra e al codice di Autoregolamentazione Pubblicitaria dell'UPA (Unione Pubblicitari Italiani).

INFORMAZIONI AI CONSUMATORI

Per aiutare ulteriormente i consumatori a compiere scelte consapevoli abbiamo arricchito la comunicazione di prodotto riportando informazioni chiare relative a ingredienti e valori nutrizionali, sia sul retro delle nostre confezioni che online. Accanto a queste informazioni i nostri prodotti contengono simboli o testi che incoraggiano il consumo responsabile di alcol: sulle etichette di tutte le nostre birre è presente il simbolo "Don't Drink & Drive" e su tutti i nostri materiali di comunicazione e su tutti i pack dei prodotti riportiamo www.bevireponsabile.it, la piattaforma di comunicazione sul consumo responsabile di Assobirra ricca di informazioni e di campagne specifiche sulle tematiche dell'area.

I simboli sul consumo responsabile, così come gli ingredienti delle nostre birre, sono disponibili sui siti internet dei diversi marchi.



LOCKOUT STATION

Carlsberg Italia | **ZERO INCIDENTI**



CULTURA
ZERO
INCIDENTI



CULTURA
ZERO
INCIDENTI

TARGET 2030

ZERO INCIDENTI

TARGET 2022

**RIDURRE IL TASSO
DI INCIDENTI
DI ANNO IN ANNO**



CULTURA ZERO INCIDENTI

PRESENTIAMO LA NOSTRA SFIDA

Ci impegniamo a garantire il benessere dei nostri dipendenti attraverso un'attenta prevenzione dei rischi e la creazione di un ambiente di lavoro sicuro.

Per rendere l'ambiente di lavoro sicuro è essenziale sviluppare una cultura ZERO incidenti. Questo approccio è fondamentale nella gestione di tutte le nostre attività. Noi realmente crediamo che tutti gli incidenti siano prevenibili.

I NOSTRI OBIETTIVI

Miriamo a ridurre di anno in anno il numero di infortuni, con l'ambizione di raggiungere l'obiettivo ZERO incidenti entro il 2030.

CONTRIBUIAMO AGLI OBIETTIVI GLOBALI

Il nostro impegno verso ZERO incidenti ci porta a contribuire alla realizzazione dell'SDG 8 "Lavoro dignitoso e crescita economica". In particolare ci concentriamo sul target 8.8 che promuove ambienti di lavoro sani e sicuri per tutti i lavoratori.

IL NOSTRO APPROCCIO VERSO LO ZERO

La politica definita da Casa Madre stabilisce i principi, gli indirizzi, gli obiettivi di carattere generale per tutto il Gruppo in materia di salute e sicurezza. Essa indica come devono essere gestite le attività al fine di prevenire incidenti, infortuni e malattie professionali.

La salute e la sicurezza di tutte le persone che lavorano con noi sono una priorità assoluta e imprescindibile dal punto di vista etico, prima ancora che aziendale o normativo.

In linea con la centralità delle persone, ogni giorno in tutte le nostre attività - dalla produzione alla logistica, dalla vendita al trasporto - siamo attenti a prevenire e ridurre i rischi sulla salute e sicurezza dei lavoratori, promuovendo pratiche e comportamenti corretti e responsabili e sensibilizzando i dipendenti ad assumere un ruolo attivo nel monitorare e segnalare rischi potenziali.

Diffondere una cultura ZERO incidenti non è semplice, ma siamo certi che, attraverso la formazione e la partecipazione dei nostri dipendenti, riusciremo a monitorare con regolarità i rischi e miglioreremo il nostro sistema di gestione salute e sicurezza (OHSAS 18001).

CULTURA ZERO INCIDENTI

VERSO LA CULTURA ZERO INCIDENTI

Un cambiamento reale e duraturo è possibile solo se la cultura ZERO incidenti è integrata a tutti i livelli.

COINVOLGIMENTO DI TUTTI I DIPENDENTI

Il primo dei nostri impegni è migliorare continuamente gli standard di salute e sicurezza coinvolgendo sempre di più i dipendenti di tutti i livelli aziendali, a partire da quelli manageriali.

Per far ciò sono necessarie consapevolezza e impegno concreto, oltre a solide competenze acquisite attraverso una formazione efficace. Nel 2017 abbiamo offerto ai nostri dipendenti e collaboratori, sia dello stabilimento che della sede di Lainate, numerose opportunità formative: dalla formazione più generale a quella specifica basata sui diversi livelli di rischio, dalla formazione relativa alle normative vigenti ai corsi in grado di fornire strumenti pratici da usare nelle attività di tutti i giorni, tra cui, ad esempio, i corsi di guida sicura rivolti anche alla rete vendita.

Quest'approccio a 360° ci permette di sensibilizzare vasta parte della popolazione aziendale: quest'anno sono state complessivamente 493 le persone impegnate in corsi sulla salute e sicurezza. La formazione è, inoltre, supportata da azioni volte a rafforzare un cambiamento di approc-

cio a tutti i livelli: nel corso dell'anno i manager si sono più volte incontrati per definire le modalità di implementazione degli indirizzi di Casa Madre, discutere gli interventi necessari a seguito di segnalazioni, audit e infortuni e aggiornare tutti i dipendenti sulle attività di salute e sicurezza in corso e/o implementate.

PROCEDURE PER COMUNICARE E GESTIRE EVENTUALI RISCHI

Cambiare i comportamenti richiede tempo. È fondamentale che i promemoria quotidiani e le campagne mirate ad accrescere la sensibilità e l'attenzione siano supportati da procedure e sistemi adeguati a consentire ai dipendenti di segnalare rischi reali o potenziali.

Nel 2017 abbiamo continuato a porre particolare attenzione alla diffusione della procedura Near Miss, ideata a livello di Gruppo per diminuire i rischi di infortunio attraverso la segnalazione di "scampati/potenziali pericoli". Tale procedura, che dal 2016 oltre allo stabilimento coinvolge anche gli uffici, si è arricchita sempre a partire dallo scorso anno del Tag Rosso, un cartellino che il dipendente deve posizionare ben in vista nel punto in cui è presente un pericolo. Per incrementare il livello di attenzione, viene posto un cartellino corrispondente anche sulla lavagna di reparto e, ogni giorno a Induno Olona, durante la riunione di reparto della durata di 45 minuti tutti i collaboratori



TASSO DI INFORTUNI

2016
PERFORMANCE

2,9

2017
PERFORMANCE

1,7

DEDICA TEMPO ALLA SICUREZZA "GUIDA SICURA"

Per realizzare la cultura Zero Incidenti Carlsberg Italia ha scelto un approccio a 360° basato su competenze, consapevolezza, identificazione e controllo dei rischi.

Le iniziative proposte non si limitano a coinvolgere i dipendenti dello stabilimento di Induno Olona ma si estendono agli uffici di Lainate e alla nostra rete di vendita.

In particolare, nel 2017 abbiamo riproposto i corsi di "Guida Sicura" a cui hanno partecipato 66 dipendenti che utilizzano l'auto per lavoro e percorrono ogni giorno molti chilometri.

Il progetto, che prevede una giornata in pista con prove pratiche e simulazioni in piccoli gruppi dopo una prima parte teorica, ha avuto come partner Aci Vallelunga.

Siamo incentivati a continuare a lavorare in questa direzione dall'importante risultato raggiunto quest'anno: zero infortuni legati a incidenti stradali.



discutono anche dello stato dei Near Miss. Molto importanti sono ovviamente gli audit periodici che ogni anno vengono rinnovati nelle modalità di gestione, nell'ampiezza dei temi trattati e quindi nella durata.

A partire dal 2018, al fine di stimolare e rendere sempre più attivi i manager di tutti i reparti, verrà realizzata un'apposita formazione in merito alla raccolta e registrazione delle segnalazioni di eventuali comportamenti e/o condizioni non sicure che dovranno essere suddivise con maggior dettaglio a seconda del grado di importanza e urgenza.

POLITICHE E SISTEMI DI GESTIONE

La politica in materia di salute e sicurezza, aggiornata a livello di Gruppo nel 2017, verrà implementata dal 2018. All'interno dell'obiettivo prioritario Zero incidenti sono stati definiti, in ogni settore, specifici requisiti per la segnalazione e l'analisi degli incidenti, la pianificazione e la risposta alle emergenze, la leadership e la partecipazione dei dipendenti nella creazione di un luogo di lavoro sicuro.

La nuova politica includerà le "Regole Salvavita di Carlsberg" che indicano, in modo chiaro e diretto, i comportamenti corretti da assumere nelle attività a più alta probabilità di pericolo. Il nostro sistema di gestione integrato (Integrated Management System) ci porta a valutare gli impatti sul benessere dei lavoratori anche quando ci occupiamo di qualità e di ambiente.

CULTURA ZERO INCIDENTI**VERSO UN AMBIENTE
DI LAVORO PIÙ SICURO**

Solo grazie al coinvolgimento di tutti i dipendenti, a procedure efficaci per comunicare, gestire eventuali rischi, politiche e programmi di sicurezza adeguati possiamo avere l'ambizione di raggiungere il nostro obiettivo ZERO incidenti. I risultati ottenuti nel 2017 confermano che una mentalità attenta alla salute e sicurezza si sta sempre più diffondendo al nostro interno.

LE NOSTRE PERFORMANCE 2017

Il tasso di infortuni e l'indice di gravità hanno registrato una considerevole diminuzione rispetto agli anni precedenti, una conferma che siamo sulla strada giusta nella creazione di una cultura diffusa a tutela della salute e sicurezza sul lavoro.

RIDURRE IL NUMERO DI INCIDENTI

Il tasso di infortuni nel 2017 è stato di 1,7 (nel 2016 era 2,9) con un'indice di gravità pari a 33,4 (nel 2016 era 589,5). Risultati sorprendenti che ripagano i nostri sforzi nel prevenire e ridurre i casi di infortunio e migliorare la salute e la sicurezza dei nostri dipendenti.

TARGET 2022**RIDURRE IL TASSO DI
INCIDENTI DI ANNO
IN ANNO****COSA ABBIAMO DETTO** **2016****Coinvolgimento di tutti i dipendenti**

Migliorare continuamente gli standard di sicurezza coinvolgendo i dipendenti sempre di più

Procedure per comunicare e gestire eventuali rischi

Estendere l'uso del Tag Rosso anche agli uffici di Lainate

TARGET 2030**ZERO
INCIDENTI****INCIDENTI****COSA ABBIAMO FATTO** **2017**

Formazione a tutti i livelli a partire dai manager che ha coinvolto i dipendenti della sede di Lainate, dello stabilimento e i venditori 

Non implementato il Tag Rosso a Lainate perché, dopo un'attenta valutazione, abbiamo ritenuto la procedura non rilevante per gli uffici 

Discussione dello stato dei Near Miss durante le riunioni giornaliere di reparto

Audit periodici sulla sicurezza

AZIONI VERSO ZERO **2018****Coinvolgimento di tutti i dipendenti**

Proseguire nelle attività di comunicazione e formazione a tutti i livelli

Procedure per comunicare e gestire eventuali rischi

Migliorare le procedure di raccolta e registrazione delle segnalazioni di probabili situazioni o comportamenti a rischio grazie al supporto di tutti i manager

Politiche e sistemi di gestione

Implementare la nuova politica salute e sicurezza e il programma "Regole Salvavita di Carlsberg"

 Completamente Raggiunto  Parzialmente Raggiunto  Non Raggiunto

Nello specifico il numero totale di infortuni è calato di oltre il 42%, si sono registrati 4 casi nel reparto produzione.

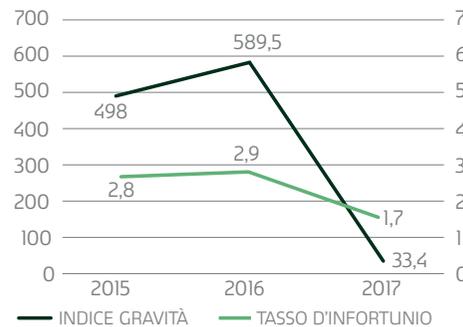
Significativo è il risultato di Zero sinistri stradali, segno che le iniziative intraprese per rendere consapevoli delle tematiche della salute e sicurezza anche coloro che percorrono molti chilometri con l'auto aziendale ha portato i frutti sperati.

La considerevole diminuzione dell'indice di gravità è un dato importante se si considera che complessivamente i giorni di assenza per infortunio sono stati 79 (-94%).

INFORTUNI E MISURE DI CONTROLLO

Il 2017 ha registrato meno infortuni rispetto all'anno precedente ma questo non ci spinge a fermarci, siamo sempre alla ricerca di misure adeguate che ci consentano di evitare che la sicurezza e la salute di ogni nostro dipendente o collaboratore venga messa a rischio sul posto di lavoro.

INFORTUNI E GRAVITÀ

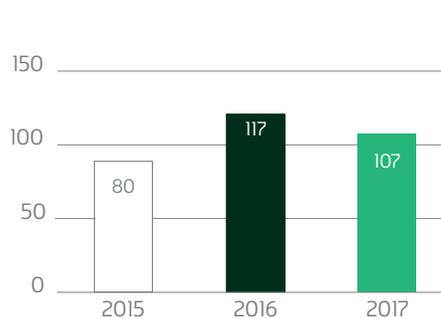


Per questo cerchiamo sempre di identificare i rischi in anticipo e prevenire gli incidenti. Grazie alla procedura Near Miss, implementata presso il sito produttivo di Induno Olona, sono state raccolte 107 segnalazioni di "scampati/potenziati pericoli". Le segnalazioni hanno coinvolto sia i reparti dello stabilimento che gli uffici, includendo inoltre anche le aree esterne e il depuratore. L'attenzione maggiore è stata registrata nei reparti imbottigliamento e fabbricazione.

Le segnalazioni relative alla situazione delle strutture e a possibili rotture sono state le più rilevanti.

Durante il corso dell'anno teniamo sotto controllo la sicurezza in stabilimento attraverso specifici audit. Nel 2017 sono stati complessivamente 18; oltre ai reparti Fabbricazione (1), Laboratorio (3), Manutenzione (1) e Packaging

ANDAMENTO NEAR MISS



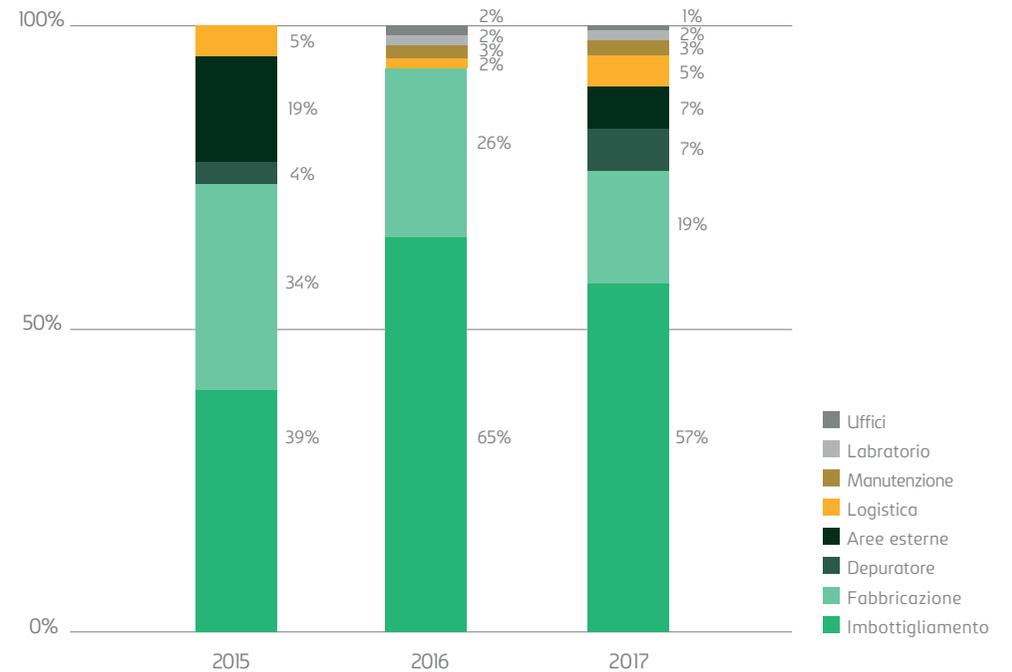
(11), da quest'anno gli audit hanno interessato anche l'area Logistica (2). Inoltre, monitoriamo le tipologie di incidenti e cerchiamo di identificarne le cause per poter pianificare azioni di miglioramento e anche a livello di Gruppo lavoriamo per poter identificare i problemi principali e implementare nuove misure di sicurezza condivise tra tutti gli impianti produttivi a livello mondiale.

GUARDANDO AL 2018

Le nostre priorità strategiche per il futuro sono sia assicurarci che la salute e la sicurezza siano le priorità per tutti i nostri dipendenti attraverso un'adeguata comunicazione e formazione, sia migliorare continuamente le nostre performance riducendo l'esposizione dei dipendenti ai rischi, adeguando le nostre procedure e i nostri sistemi di gestione.

In questo sarà fondamentale l'implementazione della nuova politica salute e sicurezza e del programma "Regole Salvavita di Carlsberg".

NEAR MISS % PER REPARTO





**BUSINESS
RESPONSABILE**

BUSINESS RESPONSABILE

SEGUIRE LA NOSTRA ROTTA

Siamo consapevoli delle responsabilità che abbiamo nella conduzione della nostra attività.

Per questo abbiamo creato un'organizzazione che risponde alle esigenze del mercato in modo trasparente ed etico, costituita da persone competenti e motivate, che produce prodotti di qualità nel rispetto dell'ambiente e del territorio.

CORPORATE GOVERNANCE

Etica e trasparenza sono i pilastri del nostro modello di gestione: codici, protocolli e procedure con i quali implementiamo la nostra strategia.

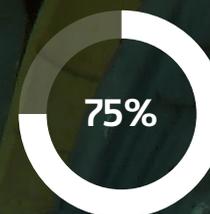
Carlsberg Italia è stata strutturata per rispondere alle caratteristiche del mercato e alla struttura di Carlsberg Group.

Il Gruppo Carlsberg detiene il 100% di Carlsberg Italia ed è a sua volta controllato da una Fondazione, il cui statuto prevede che detenga la maggioranza dei voti del Consiglio di Amministrazione e almeno il 30% del capitale sociale. Carlsberg Group indirizza e coordina l'attività di Carlsberg Italia attraverso l'Assemblea dei Soci e il CdA.

Il CdA è costituito da 5 membri nominati dalla Casa Madre.

Il Presidente del CdA non ha funzioni esecutive. L'Amministratore Delegato fa parte del CdA e rappresenta Carlsberg Italia in conformità alle deleghe ricevute. Alberto Frausin è Amministratore Delegato dal 2007. Andrea Negro, il Direttore Commerciale, è tra i componenti del CdA. In questo Bilancio di Sostenibilità ci riferiamo alla governance di Carlsberg Italia S.p.A.

FONDAZIONE
CARLSBERG



DEI VOTI

MERCATI
FINANZIARI
FLOTTANTE



DEI VOTI



DEL CAPITALE



DEL CAPITALE

Carlsberg A/S
100%

Quotata al Nasdaq e OMX Copenhagen

Carlsberg Breweries A/S
Non Quotata

Aziende Locali/Nazionali

CODICI E CERTIFICAZIONI

In Carlsberg Italia adottiamo: il modello organizzativo D. Lgs. 231/2001; il codice etico dei fornitori e dei licenziatari; il codice etico di condotta che copre le aree:

1. corruzione
2. pagamenti per facilitazioni
3. regalie
4. pasti e intrattenimento
5. donazioni
6. conflitto di interessi
7. informazioni riservate
8. normative sulla concorrenza e frode

Le certificazioni Integrated Management System uniscono: ISO 9001 (gestione qualità) per la sede di Lainate e lo stabilimento di Induno Olona, ISO 14001 (gestione ambientale) e OHSAS 18001 (gestione sicurezza e salute dei lavoratori). Inoltre contiamo su ISO 50001 (gestione energia) nello stabilimento di Induno Olona.

Nel 2017 abbiamo svolto il corso e-learning "Meet Cody": formazione online per spiegare il codice etico a tutti i dipendenti.

LA GOVERNANCE DELLA SOSTENIBILITÀ

La sostenibilità è integrata nel nostro modello di gestione, nel quale adottiamo strumenti e processi come il Bilancio di Sostenibilità e momenti di ascolto e partecipazione con i nostri stakeholder (linee guida AA1000 di Accountability). L'organo di coordinamento è il CSR Team, composto da 14 persone in rappresentanza delle funzioni aziendali.

Per gestire la sostenibilità dei nostri prodotti e dei processi adottiamo il Life Cycle Assessment (LCA), lo strumento scientifico che misura e valuta l'impatto ambientale nelle varie fasi del

ciclo di vita, sulla base di kg di CO₂ emessi.

I MIGLIORAMENTI DEL 2017

Nel corso dell'anno abbiamo compiuto verifiche e approfondimenti circa l'esistenza e l'efficacia di idonei meccanismi per prevenire i reati ex D.Lgs. 231/01 e successive modificazioni e integrazioni.

A presidio dei reati ambientali astrattamente ipotizzabili in stabilimento produttivo sono stati attuati protocolli e procedure idonee a prevenirne il compimento.

Sono state inoltre riviste ed aggiornate le policy nelle seguenti aree:

- erogazione liberalità verso terzi;
- gestione degli omaggi (attivi e passivi);
- organizzazione di attività di sponsorizzazione e concorsi a premi.

Tutti i dipendenti sono stati formati attraverso e-learning o corsi on site relativamente al principio, definito da Casa Madre, delle tre "A" -Accountability, Alignment e Action- che deve ispirare il comportamento di tutte le persone che lavorano in Carlsberg.



BUSINESS RESPONSABILE

LA FONDAZIONE CARLSBERG

Condividere con le comunità. J.C. Jacobsen era certo che il tessuto sociale avesse un ruolo importante nel sostenere l'attività di Carlsberg Group e quindi fosse giusto condividere con i cittadini i successi dell'azienda.

Traguardi ambiziosi da raggiungere insieme alla propria comunità, fare una birra di una qualità così elevata da rendere onore all'azienda: è su queste basi che nasce la Fondazione Carlsberg.

LA FONDAZIONE CARLSBERG ITALIA

La Fondazione Carlsberg ha stanziato 1,5 milioni di euro per un progetto pluriennale di ricerca e scavi archeologici sul Foro di Giulio Cesare a Roma. Il progetto di ricerca, iniziato nell'autunno 2017, nasce da una collaborazione sinergica tra l'Istituto Danese a Roma e la Sovrintendenza Capitolina ai Beni Culturali.

Gli scavi archeologici saranno avviati nella parte nord-orientale del Foro di Cesare, il primo dei fori imperiali ad essere realizzato, fonte importantissima per la conoscenza dell'Impero Romano. I dati di scavo contribuiranno ad ampliare le

nozioni in merito ai Fori Imperiali che giacciono nel cuore di Roma lungo l'omonima via, tra Piazza Venezia e il Colosseo, e ad acquisire maggiori informazioni in merito ai rapporti spaziali e architettonici tra le monumentali piazze del tempo di Cesare, Traiano, Augusto e Nerva.

Mediante l'applicazione delle tecnologie più avanzate nel metodo scientifico archeologico, i nuovi scavi presso il Foro di Cesare saranno anche utili alla comprensione degli altri complessi precedentemente indagati nell'area.

Un consistente team di ricercatori danesi sarà coinvolto nello sviluppo del progetto sotto la Direzione scientifica dell'Archeologo Jan Kindberg Jacobsen. Il progetto scientifico è associato ad UrbNet – Urban Network Evolution dell'Università di Aarhus, ente di ricerca finanziato dalla Fondazione di Ricerca Nazionale Danese diretto da Rubina Raja.



FONDAZIONE CARLSBERG

- È una delle Fondazioni commerciali più antiche (1876)
- È stata costituita per gestire il Laboratorio Carlsberg e sostenere la ricerca scientifica danese nelle scienze naturali, matematica, filosofia e scienze umane
- È la fondatrice del Museo di Storia Naturale di Copenhagen
- È azionista di controllo di Carlsberg Group. Possiede almeno il 51% dei voti del Consiglio d'Amministrazione e il 30% del capitale sociale
- Assicura il focus aziendale su Ricerca, Innovazione e Birre di alta qualità (Carlsberg Research Center)
- Dà il proprio contributo alla società supportando la scienza, l'istruzione, l'arte e la cultura.

BUSINESS RESPONSABILE

LE NOSTRE PERSONE

Carlsberg Italia riconosce l'importanza delle persone valorizzando le competenze interne ed offrendo opportunità di crescita professionale, utilizzando come strumenti principe l'analisi delle performance e percorsi di formazione, sotto la guida della funzione Risorse Umane.

L'appartenenza ad un grande Gruppo porta Carlsberg Italia ad integrare le iniziative internazionali con i progetti locali, così da renderle fruibili e di valore per la nostra realtà, nella convinzione che le persone e il loro sviluppo possano fare la differenza.

Per rispondere alle logiche di rapido cambiamento del mercato e dell'organizzazione interna, la funzione Risorse Umane ha deciso di trasformare l'impostazione della propria struttura in Business Partner, nell'ottica di essere sempre più di supporto al business e a tutti i dipartimenti, individuando da una parte referenti univoci e dedicati e dall'altra specifiche aree di responsabilità.

STRUMENTI E PROCESSI DELL'AREA

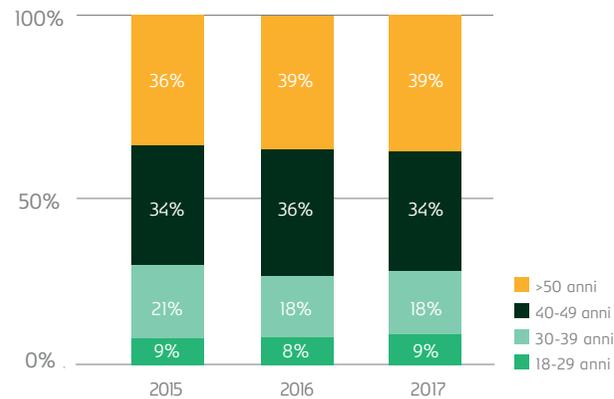
- **People@carlsberg:** piattaforma HR introdotta nel 2017, basata su cloud e condivisa a livello di Gruppo, dedicata principalmente alla gestione della performance e dei training proposti da Casa Madre.
- **My Voice:** sondaggio sul clima aziendale promosso in tutti i Paesi. I risultati vengono condivisi attraverso incontri di team e focus group interfunzionali, in base ai quali vengono definite aree di intervento e possibili azioni di miglioramento.
- **Sailing Together e Site meeting:** incontri tra management e team operativi per condividere performance e strategie.
- **Carlsberg Breakfast e Hoppy Hour:** incontri informali periodici durante i quali i dipendenti vengono aggiornati sulle novità aziendali.



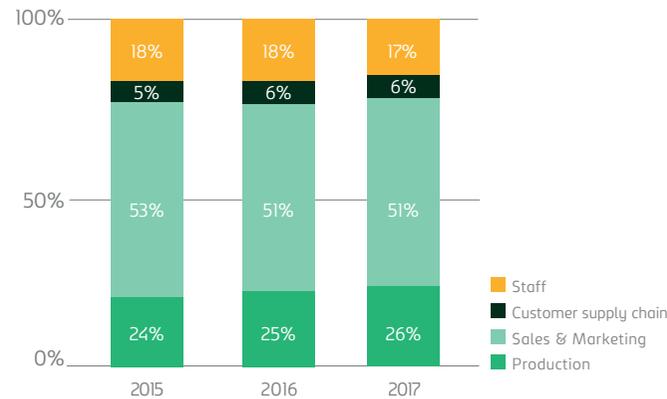
IL PROFILO DELLE PERSONE DI CARLSBERG ITALIA

- 258 dipendenti: 78 donne (30%) e 180 uomini (70%)
- 27%: dipendenti con meno di quarant'anni
- 51%: il personale impiegato nel Sales&Marketing
- 1 dipendente su 4 è impiegato a produrre birra (funzione Production)
- 95%: i contratti a tempo indeterminato
- Turnover Risorse Umane: 19 uscite a fronte di 18 entrate
- Pari opportunità di genere: turnover equilibrato
 - uscite: 3 donne, 16 uomini
 - entrate: 7 donne, 11 uomini
- Indice differenziale retributivo uomini/donne: diminuito tra dirigenti, quadri e impiegati

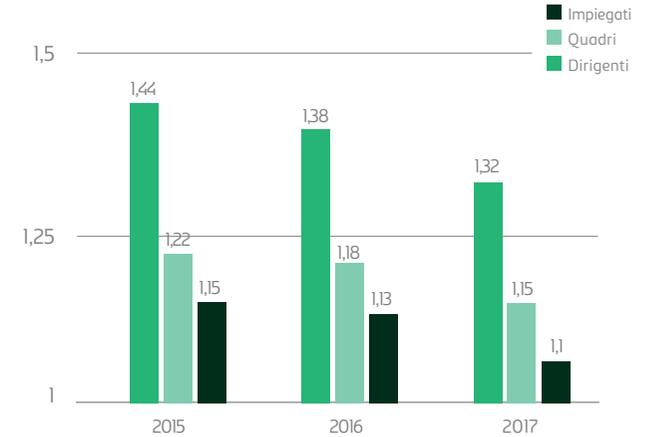
DIPENDENTI PER FASCIA DI ETÀ (%)



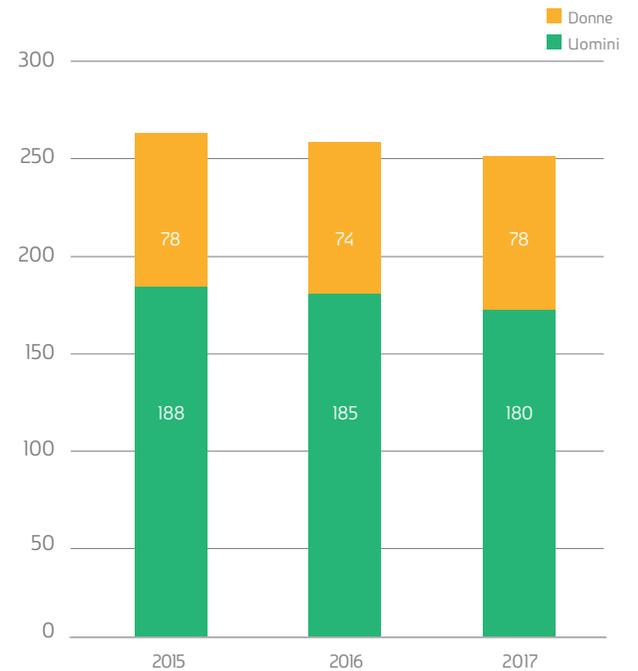
DIPENDENTI PER FUNZIONE (%)



INDICE DIFFERENZIALE RETRIBUTIVO (UOMINI/DONNE)



DIPENDENTI PER GENERE



BUSINESS RESPONSABILE

LE NOSTRE BIRRE

Nello stabilimento di Induno Olona produciamo i marchi Carlsberg, Tuborg, Birrificio Angelo Poretti, Kronenbourg 1664. Commercializziamo i marchi di Carlsberg Group Grimbergen, Feldschlösschen e Jacobsen, mentre ci occupiamo della distribuzione per i marchi Brooklyn, Tucher e i vini Il Bardo. A Induno Olona vengono infustate tutte le birre distribuite in fusti in PET, ad eccezione di Brooklyn.

CARLSBERG

è da 170 anni "probably the best beer in the world!".

Insieme a **Carlsberg Elephant** e **Carlsberg Special Brew** esprime la miglior tradizione birraia danese

GRIMBERGEN

Grimbergen Double Ambrée, **Grimbergen Blonde**, **Grimbergen Blanche** e **Grimbergen Triple** sono birre belghe ad alta fermentazione, prodotte ancora oggi rispettando il processo e le caratteristiche dell'XI secolo

KRONENBOURG 1664

è l'eccellenza francese nel mondo della birra

BROOKLYN

Brooklyn Brewery è una delle maggiori attrazioni di New York: le sue birre sono protagoniste non solo negli Stati Uniti, ma conosciute ed apprezzate in tutto il mondo



TUBORG

Conosciuta anche per il celebre tappo a strappo "pull off cap", Tuborg è la birra giovane, compagna di feste tra amici e di momenti di divertimento in compagnia

JACOBSEN

Nel 2005, dove sorgeva il primo Birrificio Carlsberg a Copenaghen, ne è stato costruito uno nuovo, intitolato a J.C. Jacobsen (un vero tributo al fondatore), nato per produrre esclusivamente birra artigianale danese

FELDSCHLÖSSCHEN ANALCOLICA

Garantisce il piacere di bere una buona birra, anche senza alcol

TUCHER

Le ricette delle birre Tucher si rifanno all'Editto di Purezza del 1516

BUSINESS RESPONSABILE

LE NOSTRE BIRRE

Le birre del Birrificio Angelo Poretti sono rigorosamente ispirate per ricetta, materie prime e metodi di produzione ai valori dell'esperienza umana e imprenditoriale del fondatore e dei suoi eredi. Amore per la qualità, arte del saper fare, tensione innovativa e rispetto per la tradizione birraria rappresentano dunque il sapore delle birre del Birrificio Angelo Poretti.

LE ORIGINALI

La famiglia di birre da cui tutto è iniziato.

Birre dal gusto tradizionale e familiare



4 LUPPOLI LAGER BIO

Prodotta esclusivamente con malto d'orzo biologico e quattro diverse varietà di luppolo provenienti da agricoltura biologica



LE STAGIONALI Ad ogni stagione la sua 7 Luppoli

Gusto adatto al momento e alla stagione. Quattro ricette speciali pensate per accompagnare al meglio ogni stagione

LE ARMONIE DI GUSTO

La perfetta armonia tra cibo e birra.

Birre che creano perfette armonie di gusto in abbinamento a piatti dalle stesse note aromatiche



LE OLTRECONFINE Birre dal mondo

Esperienze di gusto da oltre confine. Birre ispirate alle tradizioni brasiliane di altre nazioni per una scoperta continua

LE BOLLICINE

Birre speciali per momenti speciali

Birre dal perlage fine ed elegante, frutto dei lieviti usati per la spumantizzazione dei vini



LE ANGELO Le Riserve del Birrificio

Pale Ale e Brown Ale

BUSINESS RESPONSABILE

STAKEHOLDER ENGAGEMENT

Il coinvolgimento degli stakeholder è solidamente integrato nella cultura di Carlsberg Italia

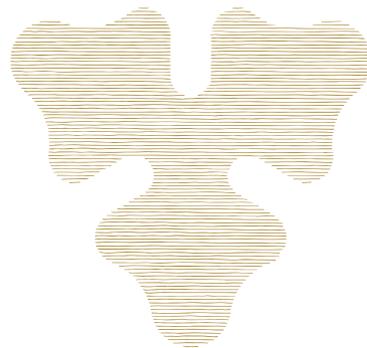
Già nel 1961, gli operai del Birrificio erano stati coinvolti nel miglioramento della fabbrica attraverso un questionario. Come è accaduto anche, oltre cinquant'anni dopo, per il miglioramento degli inevitabili problemi di gioventù di *DraughtMaster™*, sono stati coinvolti tutti gli interlocutori che avevano preso parte al progetto.

Il Bilancio di Sostenibilità è un'occasione di confronto tra Carlsberg Italia e i suoi principali interlocutori.

Per questa edizione sono stati effettuati tre focus group nei quali sono stati incontrati i dipendenti, i clienti e i fornitori. È stata un'occasione per confrontarsi sullo stato del percorso di sostenibilità dell'azienda. Dagli incontri sono emersi gli aspetti prioritari per le categorie degli stakeholder coinvolti. E gli aspetti più rilevanti hanno confermato oltretutto che la strada intrapresa da Carlsberg Italia è considerata strategica ed è condivisa. Il senso della sostenibilità per gli stakeholder

è prevalentemente collegato alla salvaguardia delle risorse ambientali, senza trascurare l'importanza della dimensione sociale.

Clienti e fornitori riconoscono l'eccellenza di Carlsberg Italia sia per la qualità dei prodotti, sia per l'attenzione alla sostenibilità e per la tensione all'innovazione



MAPPA DEGLI INTERLOCUTORI



BUSINESS RESPONSABILE

TERRITORIO

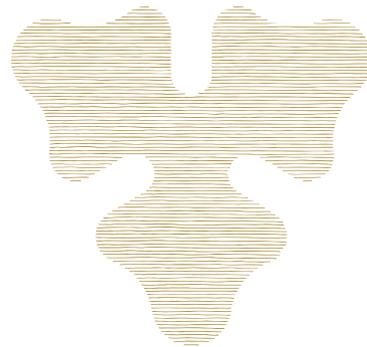
Siamo consapevoli che i nostri territori, con i quali scambiamo reciprocamente risorse e ricchezza, contribuiscano al nostro successo. Per questo la nostra cittadinanza d'impresa ci porta a riconoscere la nostra responsabilità verso i territori con i quali dialoghiamo e che ci impegniamo a valorizzare.

GLI OPEN DAY

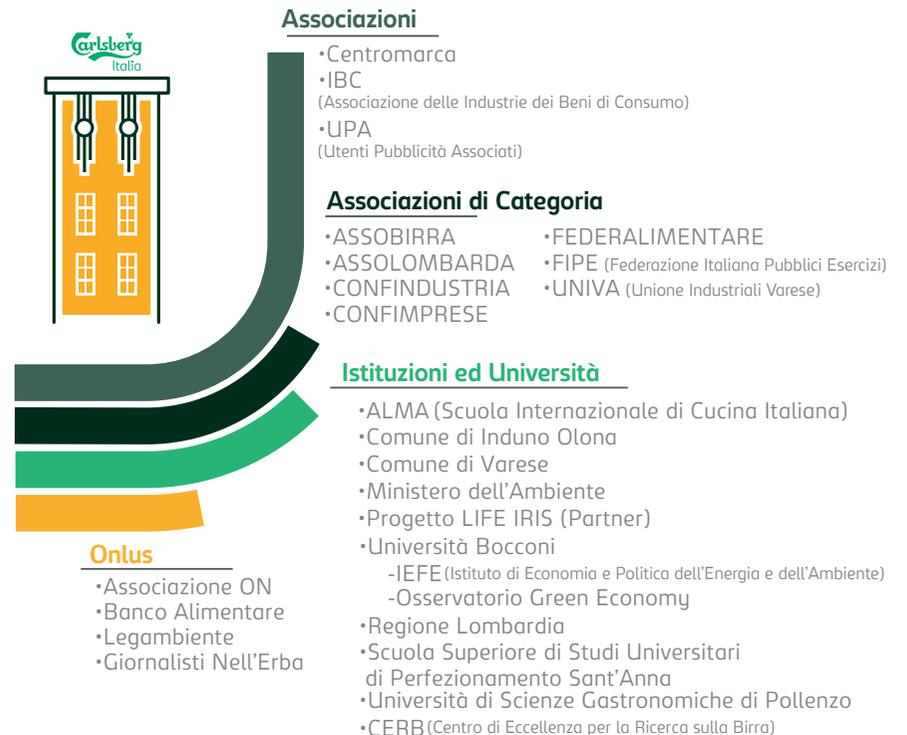
Seguendo la tradizione di Angelo Poretti, continuiamo ad aprire le porte del nostro Birrificio. Nel corso dell'anno 5.500 persone hanno visitato il nostro Birrificio. 55 dipendenti si sono offerti volontari e grazie a loro abbiamo confermato la tradizione degli Open Day: 4 appuntamenti che ad ogni cambio di stagione festeggiano l'arrivo della birra stagionale del Birrificio Angelo Poretti e permettono ai visitatori di scoprire gratuitamente il Birrificio. Inoltre, per rafforzare il nostro legame con la comunità, ogni anno devolviamo parte del ricavato del Negozio del Birrificio di quei giorni a Onlus proposte e selezionate dai dipendenti stessi. Le aperture sono state: 25-26/3: "Primavera in Valganna" 17/6 "Porte Aperte...

ai Luppoli" 16/9: "Autunno in Valganna" 3/12: "Natale coi Luppoli"

Le Onlus coinvolte negli Open Day sono state A.S.Far.M., Fondazione Piatti, Fondazione Maria Letizia Verga e Associazione Famiglie SMA Onlus.



RETE DELLE RELAZIONI



PROGETTO N.E.X.T.

Nel 2017 abbiamo partecipato a N.E.X.T progetto per integrazione sociale dei migranti attraverso attività di integrazione e di formazione, realizzato in partnership con Number 1.

L'Italia si è impegnata nell'emergenza immigrazione che coinvolge tutta l'Europa aprendo Centri di Assistenza Straordinaria. I centri si occupano di fornire vitto e alloggio, ma i numeri di questa crisi non permettono sempre che i migranti ricevano la formazione, linguistica ma non solo, necessaria per iniziare un percorso d'integrazione. **Carlsberg Italia, Number 1 e Caritas hanno avviato un progetto di inclusione per 57 migranti. Il progetto mira a formare e introdurre al lavoro 57 migranti richiedenti protezione umanitaria (indicati da Ciac, Caritas, Sprar e Cas) di 15 diverse nazionalità.**

Carlsberg Italia e Number 1 ritengono che la sostenibilità non sia più una filosofia, ma una strategia aziendale. Per questo hanno deciso di sviluppare con Caritas una progettualità congiunta sul quarto goal dell'Agenda delle Nazioni Unite.

Il Sustainable Development Goal 4 recita: "Assicurare un'istruzione di qualità, equa ed inclusiva e promuovere opportunità di apprendimento permanente per tutti".

Il progetto

Lavorare sull'inclusione sociale di persone in condizioni di disagio, valorizzando la loro integrazione nel tessuto sociale italiano, al fine creare benessere e migliorare la percezione dei livelli di sicurezza e qualità della vita dei cittadini che – direttamente o indirettamente – possono usufruire dei risultati positivi del progetto.

Number 1 nel 2017 ha progettato ed erogato a 57 migranti richiedenti protezione umanitaria un progetto di formazione e inserimento al lavoro nelle società ad essa correlate o presso propri fornitori. **Carlsberg Italia ha aderito al progetto N.E.X.T. che si inserisce in questa ambiziosa prospettiva sposandone pienamente gli obiettivi.**

I corsi di formazione in aula

1. Corso di italiano (110 ore)
2. Corso Educazione Civica (20 ore)
3. Orientamento al lavoro (20 ore)
4. Sicurezza sul lavoro (40 ore)
5. Corsi professionalizzanti sulla logistica di magazzino (80 ore)
6. Tirocini formativi, riservati a chi ha superato con successo i moduli del corso; ha partecipato costantemente ai corsi di formazione; ha superato positivamente i colloqui di selezione.

Sponsorizzazione Carlsberg

Carlsberg Italia S.p.A. ha deciso di partecipare al progetto N.E.X.T. investendo il suo contributo in queste azioni:

- Trasporto dei partecipanti al corso N.E.X.T. con navetta
- Supporto ai costi per l'erogazione delle attività formative.

Il 2017 è stato un test che ha fornito indicazioni in base alle quali sono stati riprogettati i moduli di formazione, guardando al 2018 in vista di una seconda edizione del progetto N.E.X.T.

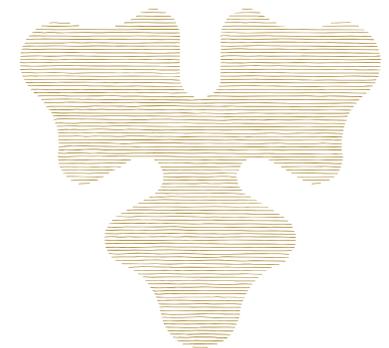
La formazione è un elemento fondamentale per affrontare il problema dell'immigrazione e trasformare la crisi in un'opportunità per il tutto il contesto sociale e lavorativo italiano.

I LEGAMI CON IL TERZO SETTORE

Il Terzo Settore è nostro "partner" attraverso il quale agiamo sul territorio: una delle modalità con cui contribuiamo ad una società migliore. Oltre alle Onlus che coinvolgiamo in occasione degli Open Day, collaboriamo con altre associazioni, quali ad esempio:

- **Legambiente**, la principale ONLUS ambientalista in Italia, che da 4 anni ha scelto le nostre birre spillate con *DraughtMaster™* per le sue feste estive, in particolare per Festambiente.
- **Banco Alimentare**, a cui durante l'anno devolviamo i nostri prodotti a magazzino vicini alla scadenza.
- **Giornalisti Nell'Erba**, la più grande e giovane redazione di giornalismo ambientale, con cui abbiamo sviluppato vari progetti, tra cui anche la redazione di questo Bilancio.
- **L'Associazione ON** che si occupa di "educazione ambientale" nei comuni limitrofi al Birrifico.

Inoltre, cerchiamo di supportare, soprattutto attraverso la donazione di prodotto, le realtà locali che fanno parte del nostro territorio e contribuiscono al suo sviluppo.





CONTRIBUTO
ECONOMICO
ALLA SOCIETÀ

CONTRIBUTO ECONOMICO ALLA SOCIETÀ

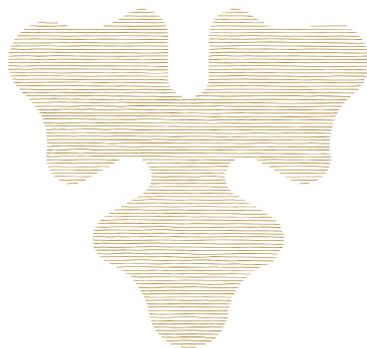
FARE BIRRA PER FAR CRESCERE L'ECONOMIA

Promuovere la crescita sostenibile dell'economia è una priorità mondiale. Carlsberg Group, come industria della birra internazionale con sedi in più di 35 Paesi del mondo e attività di esportazione in oltre 100 Paesi, contribuisce in modo significativo all'economia della società.

Creiamo posti di lavoro, sosteniamo la crescita economica e contribuiamo alle entrate dei governi attraverso le accise e altre tasse.

Con la nostra attività partecipiamo al raggiungimento degli SDGs 8.1 e 8.2: sostenere la prosperità economica, l'innovazione e la produttività.

Il nostro successo contribuisce al conseguimento dell'SDG 8.5 per il raggiungimento della piena occupazione, dal momento che Carlsberg Group crea oltre mezzo milione di posti di lavoro nei settori ad essa collegati.



CONTRIBUTO ECONOMICO ALLA SOCIETÀ

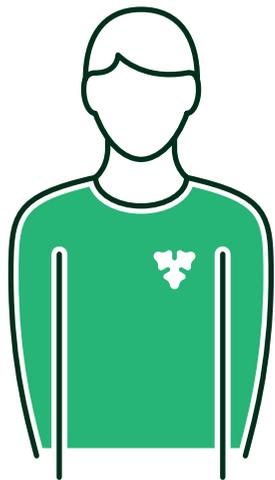
CREARE POSTI DI LAVORO

Nel 2017 le 258 persone di Carlsberg Italia hanno generato 7.544 posti di lavoro nei settori collegati al nostro

Il settore della ristorazione in Italia è particolarmente frammentato, per questo un posto di lavoro in Carlsberg Italia genera addirittura 24 posti di lavoro.

CREARE LAVORO!

Un dipendente di Carlsberg Group contribuisce a creare 12 posti di lavoro nei settori collegati.



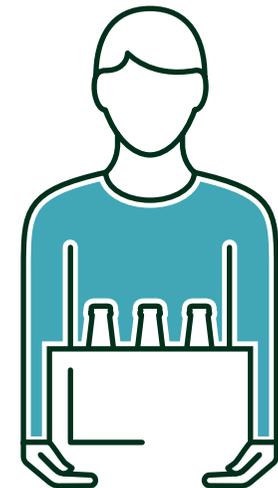
1 POSTO DI LAVORO CARLSBERG ITALIA GENERA...



24 POSTI DI LAVORO NEL SETTORE OSPITALITÀ



2 POSTI DI LAVORO TRA I FORNITORI, COMPRESI GLI AGRICOLTORI



3 POSTI DI LAVORO NEL SETTORE DISTRIBUZIONE

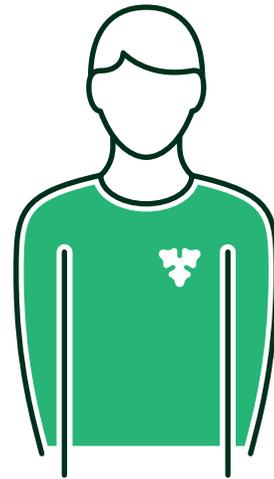
CONTRIBUTO ECONOMICO ALLA SOCIETÀ

GENERARE VALORE ATTRAVERSO LA CATENA DEL VALORE

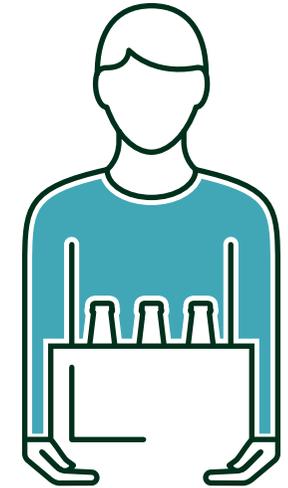
Le nostre birre sono vendute ai consumatori in tutta Italia grazie al contributo dei fornitori, dei distributori, della produzione e della logistica

Queste attività aggiungono valore al prodotto finale. Il valore aggiunto è dato dalla differenza tra il costo dei beni e dei servizi acquistati per produrre e il valore di mercato del prodotto finale.

Il valore aggiunto ci permette di pagare i nostri dipendenti, le tasse e i nostri investitori. Il valore aggiunto di Carlsberg Italia, calcolato ricorrendo ad una metodologia consolidata, nel 2017 è stato pari a 2.138.000€



16%
CARLSBERG



8%
DISTRIBUZIONE



11%
FORNITORI,
COMPRESI GLI
AGRICOLTORI



65%
OSPITALITÀ



CONTRIBUTO ECONOMICO ALLA SOCIETÀ**LA DIMENSIONE ECONOMICA****CARLSBERG ITALIA S.P.A.**

L'esercizio 2017 è stato caratterizzato da uno scenario economico in ripresa che ha avuto effetti positivi anche sul mercato birrario. Una stagione particolarmente calda e asciutta ha favorito la crescita del mercato della birra sia nel canale Moderno (+8%) sia nel canale Horeca (+5%).

La crescita è da attribuire principalmente al consolidamento del segmento delle birre speciali e in parte ad un maggior consumo legato sia alla stagione poco piovosa che al calo parallelo di altre bevande (succhi di frutta e bevande gasate) che scontano il vissuto negativo di prodotti zuccherati.

Carlsberg Italia S.p.A. ha chiuso l'esercizio 2017 con un utile di € 2.971.890, un rilevante miglioramento rispetto al 2016 (+ € 2.508.996) dovuto principalmente:

- all'incremento delle vendite nella Grande Distribuzione dei marchi Tuborg e Birrifico Angelo Poretti.

Nel corso dell'anno sono stati fatti numerosi investimenti che hanno riguardato principalmente:

- i lavori di ristrutturazione del sito produttivo di Induno Olona e l'avvio dell'impianto di trattamento delle acque reflue grazie al quale il loro trattamento completo è all'interno

dello stabilimento;

- l'acquisto di impianti di spillatura *DraughtMaster™* e di impianti di produzione e di imbottigliamento;
- l'acquisto di nuove infrastrutture e componenti per lo stand presso Fico Eataly World.

CARLSBERG HORECA S.R.L.

L'esercizio 2017 si è chiuso con un utile di € 1.397.538, in linea con i risultati raggiunti nell'esercizio precedente.

L'andamento del margine operativo è in buona parte imputabile alla scelta da parte dell'azienda di operare strategicamente per potenziare la crescita sui prodotti Carlsberg Italia agendo su due principali leve di sviluppo:

- il marchio Birrifico Angelo Poretti;
- la tecnologia *Draught Master™*

I PRINCIPALI RISCHI CONNESSI ALL'OPERATIVITÀ DI CARLSBERG ITALIA

Rischio di liquidità: la società finanzia i propri impegni attraverso l'autofinanziamento, le risorse messe a disposizione da Casa Madre e dalle società controllate all'interno del sistema di cash pooling di Gruppo e inoltre si avvale di linee di credito locali con primarie istituzioni creditizie. Rischio di credito: nel corso dell'esercizio 2017, l'azienda ha continuato ad avvalersi di idonee procedure per ridurre progressivamente ed in modo efficiente il rischio derivante dall'esposizione creditizia. Il rischio di credito risulta adegua-

tamente coperto da svalutazioni dirette stanziata per fronteggiare i crediti che, al 31 dicembre 2017, risultano essere di dubbia esigibilità.

Il rischio è mitigato dalla scelta, basata su attente e dettagliate analisi finanziarie, di controparti considerate il più possibile solvibili dal mercato e dall'assenza di concentrazioni di credito su uno o pochi clienti.

Rischio di fluttuazione dei tassi di cambio: la società non presenta un rischio cambio rilevante per l'esiguità delle poste espresse in valuta diversa dall'euro.

Rischi connessi alle condizioni generali dell'economia: la situazione economica, patrimoniale e finanziaria della società è influenzata dall'andamento dei principali indicatori macro-economici.

Nel 2017, la crescita del PIL ha determinato una lieve ripresa dei consumi alimentari (circa +1%), è aumentato il numero di locali che somministrano cibo e bevande, in particolare nei centri urbani. Anche il livello di fiducia dei consumatori è in leggero aumento, sebbene non si possa definire ancora strutturalmente in crescita. L'esercizio 2017 ha quindi beneficiato di un contesto di mercato favorevole, in parte legato a fattori di crescita strutturali (crescita di consumi delle birre speciali superiore al 10% rispetto all'esercizio precedente), in parte legato a fattori congiunturali, come la stagione poco piovosa. Rischi connessi ai rapporti con i dipendenti: le

relazioni con i dipendenti continuano ad essere complessivamente positive e non si rilevano particolari rischi.

Rischi connessi alla politica ambientale: l'impresa, per la tipologia di attività produttiva svolta, è soggetta a rischi ambientali; per questo l'azienda da sempre è impegnata a mitigare questi rischi ponendo particolare attenzione ai temi della sicurezza, ai controlli in materia di inquinamento ambientale, di smaltimento dei rifiuti e delle acque di scarico. La Società non è mai stata ritenuta colpevole di reato ambientale e non ha mai ricevuto sanzioni in tal senso.

VALORE AGGIUNTO LORDO GLOBALE

Il valore aggiunto lordo globale (Carlsberg Italia SpA e Carlsberg Horeca Srl) nel 2017 è stato di € 36.514.175 (+ 9%). È il risultato principalmente di un valore della produzione aumentato del 5% rispetto al 2016 (€ 275.371.629). Il valore aggiunto prodotto è stato interamente distribuito, il 65% del quale è stato destinato alla remunerazione dei dipendenti.

È da segnalare che la remunerazione della collettività, cresciuta notevolmente già nel 2016, ha fatto registrare anche quest'anno un ulteriore aumento del 6% (€ 258.974).

Il prospetto del Valore Aggiunto fornisce una fotografia della ricchezza creata dall'azienda: all'interno di esso trova posto sia la produzione e la commercializzazione propria di Carlsberg Italia sia l'attività di distribuzione svolta da Carlsberg Horeca.

Grazie all'analisi della produzione e distribuzione del Valore Aggiunto, realizzata aggregando i dati delle due società, emerge il contributo di Carlsberg al sistema socio-economico con cui interagisce. Il Valore Aggiunto, calcolato come differenza tra valore della produzione e costi intermedi, determina le quote da distribuire a favore degli stakeholder: i Dipendenti e Collaboratori, la Pubblica Amministrazione, i Finanziatori, gli Azionisti, il Sistema Impresa e la Collettività.

VALORE AGGIUNTO AGGREGATO PRODOTTO

	2016	%	2017	%
Ricavi vendite	230.987.935		238.854.288	
Variazione rimanenze	702.127		807.472	
Altri ricavi	31.480.775		35.709.869	
Valore produzione	263.170.837	100%	275.371.629	100%
Costo materie	147.054.702		151.106.603	
Costo servizi	75.096.476		78.432.361	
Costo godimento beni terzi	4.911.980		5.009.566	
Variazioni rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	344.367		505.443	
Accantonamenti per rischi	1.643.151		2.385.183	
Altri accantonamenti	237.4081		723.157	
Oneri diversi di gestione	100.063		54.081	
Consumi intermedi	229.388.147	87%	238.216.394	87%
VA lordo caratteristico	33.782.690	13%	37.155.235	13%
Componenti accessori	62.676		189.926	
Componenti straordinari	-419.747		-830.986	
VA lordo globale	33.425.619	13%	36.514.175	13%

VALORE AGGIUNTO AGGREGATO DISTRIBUITO

	2016	%	2017	%
Remunerazione azionisti	0		0	
Remunerazione dipendenti	23.409.231	70%	23.839.571	65%
Personale dipendente	19.130.844		20.207.840	
Personale non dipendente	4.278.387		3.631.731	
Remunerazione PA	735.160	2%	1.007.807	3%
Imposte indirette	698.655		569.575	
Imposte dirette	36.505		438.232	
Remunerazione del capitale di credito	854.196	3%	1.101.623	3%
Interessi e altri oneri finanziari	854.196		1.101.623	
Remunerazione dell'impresa	8.182.002	24%	10.306.200	28%
Ammortamento immobilizzazioni immateriali	103.048		115.967	
Ammortamento immobilizzazioni materiali	6.181.688		5.820.805	
Risultato d'esercizio	1.897.266		4.369.428	
Remunerazione della collettività	245.030	0,7%	258.974	0,7%
Totale VA distribuito	33.425.619	100%	36.514.175	100%

TABELLE PERFORMANCE

LA QUALITÀ DELLA BIRRA

	2013	2014	2015	2016	2017
Produzione					
Volumi di birra (hl)	1.065.535	1.201.119	1.296.943	1.327.933	1.411.801
Ripartizione della birra distribuita in fusti					
Fusti in acciaio	38%	26%	19%	12%	6%
Fusti in PET	63%	74%	81%	88%	94%
Qualità di DraughtMaster™					
Servizio tecnico	98%	98%	99%	99%	99%
Qualità del prodotto	99%	99%	99%	99%	99%
Funzionalità impianti	91%	94%	95%	96%	98%

AMBIENTE E RISORSE

	2013	2014	2015	2016	2017
Consumo totale materie prime (ton)	16.628	18.738	20.136	21.211	23.033
Malto d'orzo e di frumento	11.546	12.903	13.728	14.293	15.417
Orzo	2.087	2.411	2.422	3.598	3.827
Luppolo	23	25	31	33	37
Estratto di glucosio	2.972	3.399	3.955	3.287	3.744
Altro (materie usate per specialità)					8
Consumo specifico materie prime (kg/hl)	15,6	15,6	15,5	15,5	16,3
Malto d'orzo e di frumento + orzo + luppolo	12,8	12,8	12,5	13,5	13,7
Estratto di glucosio	2,8	2,8	3,0	2,5	2,7
Consumi complessivi di Acqua (m³)	480.493	509.065	558.310	459.827	432.974
Acqua impegnata nel processo produttivo (m³)	223.730	206.372	215.957	117.707	124.270
Acqua reimessa nell'ambiente (m³)	256.763	302.693	342.353	342.120	308.704
Consumo specifico di Acqua (hl/hl)	4,5	4,2	4,3	3,5	3,1

AMBIENTE E RISORSE

	2013	2014	2015	2016	2017
Consumi energetici totali (MWh)	27.183	29.638	31.215	32.995	33.134
Di cui energia termica	19.034	20.678	21.393	22.723	22.347
Di cui energia elettrica	8.149	8.960	9.821	10.266	10.786
Consumo Specifico di Gas Metano (KWh/hl)	17,9	17,2	16,5	17,1	15,8
Consumo Specifico di Elettricità (KWh/hl)	7,7	7,5	7,6	7,7	7,6
Emissioni Dirette di CO ₂	3,6	3,5	3,3	3,5	3,2
Materiali packaging (kg)	37.500.382	42.117.424	49.812.688	50.432.205	54.483.302
Vetro	34.116.936	38.222.766	44.643.786	44.643.786	49.576.288
Carta/Cartone	2.215.082	2.554.400	3.703.770	3.249.035	3.351.075
Alluminio	383.746	434.209	308.453	363.590	384.431
Acciaio	176.767	206.255	233.873	195.946	232.237
Plastica PET	229.122	306.858	367.952	400.902	421.191
Plastica	378.729	392.936	554.855	494.922	518.080
Birra Prodotta per Tipologia di Imballaggio (%)					
Vetro (33/66 cl)	66%	64%	66%	67%	72%
Fusti in acciaio	9%	5%	5%	3%	1%
Lattine	8%	10%	6%	6%	6%
Fusti in PET <i>DraughtMaster™</i>	17%	17%	23%	24%	22%
Totale Rifiuti Prodotti (Kg)	770.206	693.454	782.589	964.742	1.683.240
Rifiuti destinati al recupero	766.306	693.454	782.589	964.742	1.683.240
Rifiuti non destinati al recupero	3.900	0	0	0	0
Rifiuti destinati al recupero %	99,5%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
Carta/cartone	229.720	225.060	243.220	277.180	277.180
Vetro	238.760	202.730	282.640	198.230	275.090
Plastica	101.220	124.640	128.610	122.240	163.050
Legno	100.120	66.500	57.840	74.540	97.160
Ferro	24.300	9.500	14.780	16.790	23.240
Alluminio	7.740	5.520	4.500	5.040	11.300
Imballaggi misti	60.240	54.500	44.840	48.880	100.020
Olio esausto	1.000	620	1.000	720	1.700
Fanghi				212.980	702.420
Altro (toner, sostanze organiche inorganiche)	7.106	4.384	5.159	8.142	4.400
Produzione Specifica Rifiuti (kg/hl)	0,7	0,6	0,6	0,7	1,19

PERSONE E PROCEDURE

	2013	2014	2015	2016	2017
Dipendenti per genere (num)					
Uomini	207	189	188	185	180
Donne	91	77	78	74	78
Dipendenti per qualifica (num)					
Dirigenti	6	7	7	7	7
Quadri	39	36	34	35	34
Impiegati	206	176	178	170	171
Operai	47	47	47	47	46
Dipendenti per fascia d'età (%)					
18 - 29 anni	10%	8%	9%	8%	9%
30 - 39 anni	22%	26%	21%	18%	18%
40 - 49 anni	34%	33%	34%	36%	34%
>50 anni	34%	33%	36%	39%	39%
Dipendenti per funzione (%)					
Production	22%	25%	24%	25%	26%
Sales&Marketing	55%	53%	53%	51%	51%
Customer supply chain	5%	5%	5%	6%	6%
Staff	18%	17%	18%	18%	17%
Dipendenti per genere e sede (num)					
Lainate Donne	65	57	58	55	62
Lainate Uomini	107	90	92	89	84
Induno Olona Donne	8	7	7	7	6
Induno Olona Uomini	68	68	66	68	68
Territorio Nazionale Donne	18	13	13	12	10
Territorio Nazionale Uomini	32	31	30	28	28
Dipendenti per tipologia contrattuale (%)					
A tempo indeterminato	91%	91%	97%	98%	95%
A tempo determinato	9%	9%	3%	2%	5%
Indice Differenziale Retributivo (uomini/donne)					
Dirigenti	1,03	1,34	1,44	1,38	1,32
Quadri	1,21	1,22	1,22	1,18	1,15
Impiegati	1,17	1,15	1,15	1,13	1,1
Rapporto tra Stipendio Standard Neo Assunti e Stipendio Minimo Locale	0,91	0,85	0,89	0,93	0,88

PERSONE E PROCEDURE

	2013	2014	2015	2016	2017
Turnover organico per età e genere (num)					
18 - 29 anni Donne	0	0	1	5	0
18 - 29 anni Uomini	6	3	1	0	2
30 - 39 anni Donne	6	3	4	1	1
30 - 39 anni Uomini	8	2	5	6	5
40 - 49 anni Donne	3	6	0	0	1
40 - 49 anni Uomini	11	6	2	2	2
>50 anni Donne	3	7	1	1	1
>50 anni Uomini	6	16	2	2	7
Totale Donne	12	16	6	7	3
Totale Uomini	31	27	10	10	16
Turnover organico per area geografica (num)					
Area geografica (unità Lainate)					
Residenti in provincia di Varese	5	5	1	1	2
Residenti in provincia di Milano	18	11	3	6	2
Residenti in provincia di Como	2	2	0	0	0
Residenti in provincia di Monza Brianza	0	0	1	0	1
Residenti in altre province	13	22	7	3	7
Area geografica (unità Induno Olona)					
Residenti in provincia di Varese	0	2	3	2	4
Residenti in provincia di Milano	1	0	0	0	0
Residenti in provincia di Como	0	0	0	0	0
Residenti in provincia di Monza Brianza	0	0	0	0	0
Residenti in altre province	0	0	0	0	1
Area geografica (unità Territorio Nazionale)					
Residenti in provincia di Varese	0	0	0	0	0
Residenti in provincia di Milano	0	0	0	0	0
Residenti in provincia di Como	0	0	0	0	0
Residenti in provincia di Monza Brianza	0	0	0	0	0
Residenti in altre province	4	1	1	5	2

PERSONE E PROCEDURE

	2013	2014	2015	2016	2017
Evoluzione delle ore-procapite di formazione (num)					
Per qualifica					
Dirigenti	109,0	40,9	59,3	25,4	33,6
Quadri	36,7	32,0	38,8	29,8	33,9
Impiegati	21,5	23,9	24,7	18,4	27,6
Operai	32,3	32,2	17,2	19,8	9,0
Agenti	13,1	17,1	32,0	11,1	7,8
Procacciatori	60	0,0	0,0	0,0	0,0
Collaboratori	4,0	2,0	0,0	0,0	0,0
Stageur	13,5	4,0	8,0	9,0	12,8
Per funzione					
Production	26,4	31,7	21,8	23,2	14,3
Sales&Marketing	17,5	25,3	27,5	16,8	25,4
Customer supply chain	12,8	35,4	21,0	16,2	38,3
Staff	18,7	44,4	29,4	17,2	16,0
Relazioni industriali (num)					
Ore per Attività Sindacale	404,0	323,0	242,5	304,0	266,0
Dipendenti coinvolti in Attività Sindacale	11	10	7	7	8
Ore di Sciopero	142,0	400,0	0,0	255,0	320,0
Dipendenti coinvolti in Sciopero	36	50	0	65	73
Ore di assenza	26	23	34	40	38
Ore di lavoro straordinario	24	24	33	27	26
Media di ore di permesso INPS pro-capite (num)					
	10	6	7	4	2
Infortuni totali suddivisi per funzione (num)					
Production	2	2	3	3	4
Sales&Marketing	4	1	3	3	0
Customer supply chain	0	0	0	0	0
Staff	1	1	1	1	0
Infortuni	7	4	7	7	4
di cui Sinistri stradali	5	1	4	3	0

	2013	2014	2015	2016	2017
Andamento totale "Near Miss" per reparto (num)	82	77	80	117	107
Fabbricazione	26	21	27	31	20
Imbottigliamento	30	39	31	76	61
Laboratorio	9	4	4	2	2
Logistica	5	5	3	2	5
Manutenzione	12	8	15	4	3
Uffici	-	-	-	2	1
Depuratore	-	-	-	-	8
Aree esterne	-	-	-	-	7
Segnalazioni per categoria (num)					
Rotture	-	-	13	21	27
Situazione delle strutture	-	-	13	38	30
Comportamento	-	-	10	16	15
Progettazione	-	-	15	17	10
Comportamento aziende esterne	-	-	2	3	2
Dispositivi di allarmi o protezione attrezzature	-	-	4	2	2
Altre cause	-	-	4	2	2
Procedure mancanti/inadeguate	-	-	11	4	5
Manutenzione delle strutture	-	-	3	5	11
Malfunzionamento attrezzature	-	-	3	9	3
Dispositivi di protezione individuali	-	-	2	0	0

PERFORMANCE ECONOMICHE

VALORE AGGIUNTO AGGREGATO PRODOTTO (€)	2013	2014	2015	2016	2017
Ricavi vendite	245.551.259	224.063.249	232.028.403	230.987.935	238.854.288
Variazione rimanenze	-1.432.159	-3.217.701	969.730	702.127	807.472
Altri ricavi	30.972.457	30.740.363	30.290.708	31.480.775	35.709.869
Valore produzione	275.091.557	251.585.911	263.288.841	263.170.837	275.371.629
Costo materie	157.267.441	140.916.238	148.454.511	147.054.702	151.106.603
Costo servizi	76.643.005	79.229.246	79.923.376	75.096.476	78.432.361
Costo godimento beni terzi	6.764.634	6.010.675	5.436.563	4.911.980	5.009.566
Variazioni rimanenze di materie prime, sussidiarie, di consumo e di merci	516.884	214.103	-636.061	344.367	505.443
Accantonamenti per rischi	3.714.034	1.642.633	3.034.364	1.643.151	2.385.183
Altri accantonamenti	818.085	320.000	80.072	237.408	723.157
Oneri diversi di gestione	476.014	230.455	283.484	100.063	54.081
Consumi intermedi	246.200.097	228.563.350	236.576.309	229.388.147	238.216.394
VA lordo caratteristico	28.891.460	23.022.561	26.712.532	33.782.690	37.155.235
Componenti accessori	734.020	639.738	257.646	62.676	189.926
Componenti straordinari	-272.397	-225.833	-408.705	-419.747	-830.986
VA lordo globale	29.353.083	23.436.466	26.561.473	33.425.619	36.514.175

VALORE AGGIUNTO AGGREGATO DISTRIBUITO

	2013	2014	2015	2016	2017
Remunerazione azionisti	0	0	0	0	0
Remunerazione dipendenti	24.176.820	23.831.679	23.779.678	23.409.231	23.839.571
Personale dipendente	19.628.951	19.524.117	18.982.750	19.130.844	20.207.840
Personale non dipendente	4.547.869	4.307.562	4.796.928	4.278.387	3.631.731
Remunerazione PA	834.682	456.543	690.761	735.160	1.007.807
Imposte indirette	484.647	548.155	875.873	698.655	569.575
Imposte dirette	350.035	-91.612	-185.112	36.505	438.232
Remunerazione del capitale di credito	836.430	714.228	690.079	854.196	1.101.623
Interessi e altri oneri finanziari	836.430	714.228	690.079	854.196	1.101.623
Remunerazione dell'impresa	3.369.433	-1.640.222	1.321.131	8.182.002	10.306.200
Ammortamento immobilizzazioni immateriali	256.093	255.736	160.731	103.048	115.967
Ammortamento immobilizzazioni materiali	8.601.632	8.793.843	8.764.611	6.181.688	5.820.805
Risultato d'esercizio	-5.488.292	-10.689.801	-7.604.211	1.897.266	4.369.428
Remunerazione collettività	135.718	74.238	79.824	245.030	258.974
Totale VA distribuito	29.353.083	23.436.466	26.561.473	33.425.619	36.514.175

*Al fine di ottenere un confronto omogeneo con i dati degli ultimi due esercizi, nel 2013 sono state riclassificate alcune voci di bilancio adattandole ai nuovi principi contabili pubblicati nel corso del 2014 dall'Organismo Italiano di Contabilità (OIC)

VALORE AGGIUNTO AGGREGATO DISTRIBUITO (%)

	2013	2014	2015	2016	2017
Remunerazione azionisti	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Remunerazione dipendenti	82,40%	101,70%	89,50%	70,00%	65,30%
Remunerazione PA	2,80%	2,00%	2,60%	2,20%	2,80%
Remunerazione del capitale di credito	2,80%	3,00%	2,60%	2,60%	3,00%
Remunerazione dell'impresa	11,50%	-7,00%	5,00%	24,50%	28,20%
Remunerazione collettività	0,50%	0,30%	0,30%	0,70%	0,70%

*Al fine di ottenere un confronto omogeneo con i dati degli ultimi due esercizi, nel 2013 sono state riclassificate alcune voci di bilancio adattandole ai nuovi principi contabili pubblicati nel corso del 2014 dall'Organismo Italiano di Contabilità (OIC)

**IL BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ È STATO
CURATO E COORDINATO DAL CSR TEAM
DI CARLSBERG ITALIA**

Si ringraziano tutti i colleghi che, con la loro preziosa collaborazione, hanno reso possibile la realizzazione di questo progetto. Un particolare ringraziamento va ai colleghi, fornitori, clienti e consumatori che hanno dedicato tempo, impegno e collaborazione per rendere possibile l'attività di Stakeholder engagement

Consulenza metodologia e redazione

Aida Partners

(Direzione sostenibilità e CSR)

Comunicazione

Aida Partners

Progetto Grafico e Illustrazioni

Giornalisti Nell'Erba

Area Web

Zerouno

Fotografie

Archivio Carlsberg

Leone Di Stefano

Adobe Stock

Stampa

Litografia Stephan

SEGUICI SUI SOCIAL!



www.carlsberg.it
#CarlsbergItalia
#ResponsiBEERity2017



@CarlsbergItalia
@CarlsbergItalia



www.birrificioangeloporetti.it
#BirrificioAngeloPoretti
#MaestridelLuppolo



@BirrificioAngeloPoretti
birrificioporetti



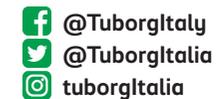
www.carlsberg.it
#Carlsberg
#ProbablyTheBest



@CarlsbergItaly
carlsbergItaly



www.tuborg.it
#Tuborg
#StRappalaTuborg



@TuborgItaly
@TuborgItalia
tuborgItalia



www.grimbergenbeer.com/it/it
#LegendaryExperience
#Grimbergen



@GrimbergenItaly



Carlsberg Italia SpA
Via Ramazzotti 12,
20020 Lainate (MI)

www.carlsbergitalia.it
www.beviresponsabile.it

