Carlsberg Italia presenta il Bilancio di Sostenibilità 2013

cattura-di-schermata-841-4b9c4276

Nel 2013 Carlsberg Italia ha messo a registro un ulteriore, significativo miglioramento delle proprie performance sotto il profilo della sostenibilità ambientale, sociale ed economica rispetto ai dati 2012. Questa è, in estrema sintesi, la chiave di lettura di "SustainBEERity: il gusto different per il confronto", il Bilancio di Sostenibilità 2013 della società disponibile dal 21 luglio in formato digitale sul sito internet dell'azienda, espressione italiana del Gruppo Carlsberg Breweries A/S, quarto produttore mondiale di birra.

??Redatto da B2 Axioma secondo gli standard internazionali GRI-G3 e AA1000 e certificato (livello A+) da parte di LRQA Italy (LLoyd's Register Quality Assurance), il Bilancio di Sostenibilità 2013 restituisce un profilo accurato delle attività di Carlsberg Italia e testimonia l'impegno profuso dall'azienda nel consolidare il proprio ruolo di realtà d'impresa attiva, responsabile e profondamente integrata nel tessuto del territorio durante un anno non privo di difficoltà e fattori di criticità, non ultimo l'inasprimento dell'IVA e dell'accisa sugli alcolici.

Sostenibilità ambientale

Carlsberg Italia ha raggiunto e superato tutti i target ambientali di miglioramento fissati per il 2013 dal Gruppo Carlsberg, in particolare per lo stabilimento di Induno Olona, facendo segnare risultati positivi in tutti i principali parametri, ovverosia i consumi di metano, elettricità e acqua, la produzione complessiva di rifiuti e la percentuale di questi ultimi avviata al riciclo, che ha raggiunto il 99,49% (+1%). Nel 2013 nello stabilimento di Induno Olona (VA), certificato secondo gli standard internazionali ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001 e ISO 50001, sono stati prodotti 1.065.535 ettolitri di birra (+1,7% vs. 2012). La produzione di rifiuti è diminuita complessivamente del 24,16%. Nel corso del 2013, inoltre, è stata avviata la gestione a norma della raccolta e avviamento al riciclo e smaltimento dei sistemi di refrigerazione funzionali agli impianti di spillatura e giunti a fine ciclo di vita

riuscendo a recuperare come materia prima seconda il 92,11% dei 71.350 kg di rifiuti prodotti nell'anno.

La curva virtuosa di Carlsberg Italia nei consumi di acqua ed energia e nella produzione di rifiuti per ettolitro di birra è particolarmente evidente se misurata nel periodo 2009/2013:

- Acqua (hl/hl) 11,57%: -11,57%
- Gas Metano (MWh/hl): -16,15%
- Elettricità (MWh/hl): -14,04%
- Emissioni dirette CO2 (kg CO2/hl): -16,28%
- Rifiuti (kg/hl): -45,45%

Nel 2013 la sostenibilità di Carlsberg Italia si è fatta ancora più concreta attraverso il contributo alle performance ambientali fornito da DraughtMaster™, l'innovativo ed esclusivo sistema di spillatura che elimina l'aggiunta di anidride carbonica e rimpiazza i tradizionali fusti in acciaio con fusti in PET riciclabile. I 132.699 ettolitri commercializzati nei fusti in PET nel 2013, infatti, equivalgono a un taglio di 5.554,133 kg nelle emissioni di anidride carbonica. Per dare un ordine di misura, confrontando gli impatti ambientali prodotti da fusto tradizionale Vs. DraughtMaster®, le minori emissioni di CO2 equivalgono ad una superficie coltivata a oltre 222mila alberi, grande quanto 756 campi da calcio (oppure più di 300 volte Piazza Duomo).

- Consumi idrici (l): -28%
- Consumi energetici (MJ): -20%
- Rifiuti (kg): -19%
- Emissioni CO2 (kg CO2 -29%

Nel 2013, inoltre, Carlsberg Italia ha rinnovato la certificazione EPD - Environmental Product Declaration (Dichiarazione Ambientale di Prodotto) per i marchi già presenti in portafoglio, cui si è aggiunta Kronenbourg 1664. Carlsberg Italia è stata la prima, e tutt'oggi unica, azienda birraria ad ottenere questa certificazione di valenza internazionale per i suoi prodotti. L'EPD consente di valutare scientificamente la sostenibilità? ambientale e l'impatto del prodotto in ognuna delle fasi del suo ciclo di vita (analizzate secondo la metodologia scientifica LCA – Life Cycle Assessment), dalla coltivazione delle materie prime fino allo smaltimento del prodotto stesso.

Sostenibilità sociale

Il Bilancio di Sostenibilità 2013 di Carlsberg Italia ha visto l'introduzione nella rendicontazione di un modello innovativo di analisi della sostenibilità aziendale (SRR - Social Responsibility Reputation di B2 Axioma), integrato da focus group attivati con alcuni tra i principali stakeholder (interni, fornitori e clienti), volto a misurare lo sviluppo delle relazioni intessute dall'azienda, il valore della reputazione acquisita, le istanze dei diversi interlocutori-chiave e la capacità dell'azienda di soddisfarle, nonché a identificare, le aree di eccellenza e quelle di miglioramento responsabile. Un aspetto assolutamente importante per Carlsberg Italia che, come dimostra la sua lunga storia, da sempre crede fortemente nel confronto e nella ricchezza offerta dalla conoscenza reciproca per una crescita condivisa in tutti gli ambiti. Questa metodologia ha messo in evidenza che gli stakeholder percepiscono chiaramente la capacità di Carlsberg Italia di gestire la sostenibilità, individuando come sue aree di eccellenza le sfere dell'impatto ambientale, della ricerca e innovazione e della sostenibilità finanziaria. Aspetto caratterizzante di Carlsberg anche a livello internazionale, visto che è stato confermato dal Reputation Institute che ha recentemente pubblicato i risultati delle 100 aziende con la migliore brand reputation, tra le quali figura, infatti, anche Carlsberg Group. Inoltre, le risultanze della ricognizione sullo stakeholder engagement hanno consentito a Carlsberg Italia di consolidare e arricchire il suo piano di sostenibilità integrandolo con i suggerimenti e le indicazioni emerse nel corso dei focus group con i propri interlocutori istituzionali.

L'innovazione rappresentata da DraughtMaster pervade tutta l'azienda, tanto da aver permesso a Carlsberg Italia di vincere per la seconda volta consecutiva sia il premio "Imprese per l'Innovazione" di Confindustria sia il "Premio dei Premi" della Presidenza del Consiglio dei Ministri. Ha svolto, inoltre, un ruolo determinante nel rafforzare i legami con i clienti del canale Ho.Re.Ca. che hanno scelto questa tecnologia (che rappresenta ormai l'85% dei volumi di birra in fusto). Carlsberg è entrata così nella sfera della condivisione dell'identità aziendale nel nome di una comune attenzione alla qualità del prodotto innanzitutto e alla sostenibilità ambientale: un binomio che ha sortito l'effetto di far migliorare il business dei punti di vendita.

Gli importanti risultati ottenuti in Italia hanno valso ad Alberto Frausin - amministratore delegato di Carlsberg Italia - la prestigiosa carica di Ceo Center of Excellence (CoE) in qualità di responsabile dello sviluppo del progetto DraughtMaster a livello internazionale. Un ruolo di grande prestigio per il nostro Paese che per 3 anni ha sviluppato la tecnologia DraughtMaster Modular 20 in qualità di Nazione pilota e a cui sarà affidato un ruolo ancora più centrale il prossimo anno grazie alla partecipazione di Carlsberg a Expo 2015 con Birrificio Angelo Poretti in qualità di Birra Ufficiale del Padiglione Italia. Il marchio, infatti, è stato scelto per rappresentare l'eccellenza birraria italiana di fronte al mondo: una grande sfida, ma anche un motivo di grande orgoglio.

Di pari importanza è la reputazione acquisita dall'azienda sul web 2.0 con la campagna "Drink Different". Una ricerca ad hoc ha evidenziato come la reputazione di Carlsberg Italia sia sostenuta dal "Gusto", il più solido degli asset reputazionali con un Valore Reputazionale Netto (VRN) superiore al 90%. Le birre Carlsberg si bevono perché sono buone, non per immagine o per moda. Inoltre, Carlsberg è percepita positivamente come protagonista della campagna di sensibilizzazione sul consumo responsabile, responsabilità intesa nell'accezione più ampia del termine: verso di sé, verso il prodotto, verso l'ambiente.

Non vanno trascurati i risultati ottenuti da Carlsberg Italia con le azioni messe in campo per la salute e la sicurezza dei dipendenti. Ottenuta la certificazione OHSAS 18001, infatti, l'azienda ha provveduto a coinvolgere i dipendenti nella formazione antinfortunistica. Grazie anche al lavoro svolto in questi anni sul tema della sicurezza, nell'ultimo triennio gli infortuni sono diminuiti drasticamente (-53,84%). Ulteriori passi in avanti sono stati fatti anche nel campo della prevenzione, con l'implementazione della procedura "Near Miss" per la segnalazione tempestiva di situazioni potenzialmente pericolose.

Per quanto attiene le attività e le iniziative poste in essere per rafforzare l'integrazione e il dialogo tra azienda e territorio, Carlsberg Italia ha superato gli obiettivi prefissati, diventando sempre più un attore protagonista del territorio, soprattutto attraverso le giornate di apertura dello stabilimento (Porte Aperte … ai Luppoli). Nel 2013, inoltre, Carlsberg Italia ha infine confermato e incrementato il proprio impegno a sostegno di manifestazioni, raccolte fondi e associazioni, tra cui il Banco Alimentare, Onlus cui sono stati devoluti prodotti per un valore di oltre 130.000 euro.

Sostenibilità economica

La difficile e prolungata situazione economica aggiunta alla contrazione dei consumi e della domanda, specialmente sul canale Ho.Re.Ca., hanno inciso sulle performance economiche di Carlsberg Italia che tuttavia ha chiuso il 2013 con un sensibile miglioramento nel risultato d'esercizio rispetto all'anno precedente. Il coraggio di investire in innovazione, la continua ricerca della qualità del prodotto e la capacità di conciliare sostenibilità e profitto si sono dimostrate premianti anche nel 2013 con un ulteriore incremento del 3,5% (Fonte: IRI YE Dic 2013, I+S+LSP) nella quota a valore di Carlsberg Italia. Spicca su tutti il risultato ottenuto dal Birrificio Angelo Poretti, il brand attraverso il quale Carlsberg Italia esalta la tradizione della birra italiana, cresciuto a valore dell'11,3% grazie al profilo artigianale nello spirito e all'innovazione di prodotto che caratterizzano tutte le birre della famiglia del marchio. Il valore aggiunto lordo globale prodotto e distribuito è ammontato nel 2013 a 28,6 milioni di euro (+9% vs. 2012), di cui la percentuale maggiore (84%) è stata destinata a favore del personale sotto forma di stipendi, provvigioni, incentivi, contributi previdenziali e trattamento di fine rapporto.

Infine, la quota del valore aggiunto globale destinata a favore della collettività è più che raddoppiata in valore assoluto rispetto al 2012, a conferma di un costante e progressivo aumento dell'attenzione e del coinvolgimento di Carlsberg Italia sul territorio e non solo.

Carlsberg Group è oggi il 4° produttore mondiale di birra (1° in Europa Settentrionale e Orientale), presente in oltre 150 mercati in tutto il mondo. Scelta ogni giorno da 15 milioni di persone, la birra Carlsberg si è distinta sin dalla nascita per la sua eccellente qualità, frutto di un continuo lavoro di ricerca e innovazione. Missione di Carlsberg è, infatti, di farsi riconoscere nel mondo come modello di qualità e come garante di una produzione birraria di livello elevato, perseguita negli anni attraverso un circolo virtuoso fatto di ricerca di base e ricerca applicata, in grado di offrire benefici economici, ambientali e sociali.

Carlsberg entra nella storia della birra italiana quando, nel 1975, sigla un accordo con uno dei maggiori produttori nazionali, Industrie Poretti, per la produzione e commercializzazione dei due marchi Tuborg e Carlsberg (storiche aziende danesi che si uniscono nel 1970). Negli anni il gruppo Carlsberg acquisisce quote dell'azienda Poretti sino ad arrivare al 1998 quando il nome dell'azienda italiana viene cambiato in Carlsberg Italia e nel 2002 diviene di proprietà totalmente danese. Carlsberg Italia oggi produce e commercializza oltre 1 milione di ettolitri di birra a marchi Carlsberg, Carlsberg Elephant, Carlsberg Special Brew, Tuborg, Birrificio Angelo Poretti, Kronenbourg 1664, Grimbergen, Feldschlösschen. Nel 2011 Carlsberg Italia ha avviato una rivoluzione nel mercato della birra, sviluppando e lanciando DraughtMaster Modular 20, il nuovo sistema di spillatura che utilizza i fusti in PET al posto dei tradizionali in acciaio e che non utilizza CO2 aggiunta. Nel 2015 Carlsberg Italia parteciperà a EXPO 2015 con Birrificio Angelo Poretti, birra ufficiale del Padiglione Italia.

* Fonte: EPD 06/02/2013