

Rapporto sostenibilità 2017

Responsabilità per il presente e il futuro



FELDSCHLÖSSCHEN

Part of the Carlsberg Group

Sommario

Introduzione

| | |
|-------------------------------------|---|
| I numeri dell'azienda | 3 |
| Premessa CEO Feldschlösschen | 4 |
| Premessa CEO Gruppo Carlsberg | 5 |

Strategia

| | |
|---|---|
| Strategia di sostenibilità | 6 |
| Catena del valore | 7 |
| Obiettivi di sviluppo sostenibile | 8 |
| Circuiti chiusi | 9 |

Ambiti chiave



| | |
|---|----|
| Energia & CO₂ | 10 |
| Produrre guardando al futuro | 11 |
| Carrelli elevatori ecologici | 12 |
| Gestione carburante e prestazioni | 13 |



| | |
|--|----|
| Acqua | 14 |
| Risorsa preziosa, obiettivi chiari | 15 |
| Ottimizzazione del pretrattamento | 16 |
| Upgrade dei serbatoi pressurizzati | 17 |



| | |
|--------------------------------------|----|
| Consumo responsabile | 18 |
| Misure per un consumo moderato | 19 |
| Marketing responsabile | 20 |
| Global Beer Responsibility Day | 21 |



| | |
|--|----|
| Salute & sicurezza sul lavoro | 22 |
| Cultura «Zero accidents» | 23 |
| Giornata sulla sicurezza | 24 |
| SEE YOU | 25 |

Attività collaterali

| | |
|------------------------------|----|
| Impegno sociale | 26 |
| Insieme all'obiettivo | 27 |
| Impegno nazionale | 28 |
| Together Towards ZERO | 29 |

| | |
|---------------------------|----|
| Risultati raggiunti | 30 |
|---------------------------|----|

Numeri 2016



55 %

Fabbisogno di combustibile coperto da energie rinnovabili a Rheinfelden.



3,3 %

Riduzione del consumo idrico, pari a 13 milioni di litri di acqua in meno per l'intera produzione dei birrifici e della fonte minerale di Rhäzüns.



1200
addetti in Svizzera

23
apprendisti in 6 professioni

8
cavalli del birrificio

90
posti di lavoro in settori affini creati in media da 10 collaboratori del Gruppo Carlsberg.

9500 hl

di birra analcolica prodotti ed esportati in Francia per stadi e fan-zone in occasione degli Europei di calcio.



14 %

Riduzione dei giorni di assenza per infortunio del personale.



PREMESSA CEO FELDSCHLÖSSCHEN

L'unione di varietà e responsabilità

Avrete certamente notato che la birra è sempre più apprezzata e sempre più varia. A fine 2016 in Svizzera vi erano circa 753 birrifici registrati, ossia imprese che vendono la propria birra e ne producono oltre 400 litri all'anno. Questa varietà consente di scegliere la birra giusta per ogni gusto e occasione: sono passati i tempi in cui la bevanda era riservata agli uomini alla fine della giornata lavorativa. Ora rappresenta un prodotto voluttuario, anche in abbinamento ai menù – dall'antipasto al dessert.

In qualità di azienda leader nella birrificazione e nel commercio di bevande in Svizzera, la crescente varietà non può che farci piacere. Lo sviluppo di birre d'eccezione richiede un'accurata combinazione dei migliori ingredienti. Lo stesso vale per i nostri processi, che prevedono la ricerca costante di miglioramento e ottimizzazione dalla materia prima alla produzione fino alla consegna, e che ci

hanno portato ad esempio a ridurre del 34,5% le emissioni di CO₂ nell'arco degli ultimi cinque anni. Siamo convinti che questi risultati presuppongano una stretta collaborazione: per questo realizziamo sinergie all'interno del Gruppo Carlsberg per continuare a ridurre la nostra impronta ecologica.

Sostenibilità, impegno sociale e prodotti d'eccezione sono parte integrante della nostra cultura aziendale. Nel presente rapporto sostenibilità vi illustriamo i risultati raggiunti nel 2016.



Thomas Amstutz
CEO Feldschlösschen



Diteci che ne pensate del nostro impegno per la sostenibilità:
uko@fgg.ch

PREMESSA CEO GRUPPO CARLSBERG

Le basi per il futuro

Sostenibilità è un tema per me fondamentale e che rispecchia la filosofia Carlsberg: «Produrre birra per migliorare l'oggi e il domani». Dall'anno scorso ho osservato molti esempi ispirati allo spirito pionieristico dell'azienda. J.C. Jacobsen, fondatore di Carlsberg, si era votato al miglioramento del processo di birrificazione e della società. Oggi il Gruppo segue questo lascito operando per la sostenibilità e contribuendo a creare un futuro migliore.

La nostra analisi di materialità ha evidenziato i quattro ambiti prioritari per il nostro settore e la società: energia e CO₂, acqua, consumo responsabile e sicurezza sul lavoro. Rispetto agli obiettivi prefissati, i progressi raggiunti nel 2016 nei primi tre ambiti sono molto soddisfacenti, ma constato con grande dispiacere che vi sono state battute d'arresto nella sicurezza sul lavoro. Il nostro obiettivo finale, che sarà perseguito con determinazione, consiste nel creare una cultura in grado

di attuare efficacemente la visione «Zero accidents».

Nel 2016 abbiamo investito in numerosi programmi di sostenibilità, tra cui il perfezionamento di imballaggi ecologici e tecnologie volte a ridurre il consumo idrico e a promuovere le energie rinnovabili: sono curioso di vedere i risultati nel 2017.

Il Gruppo Carlsberg continuerà a sostenere l'UN Global Compact e l'attuazione dei dieci principi per una globalizzazione più sociale ed ecologica.

Sono convinto che questa strategia consoliderà il Gruppo Carlsberg, rendendolo ancora più interessante agli occhi degli azionisti, del personale e della società.



CEO Gruppo Carlsberg



Strategia di sviluppo sostenibile: un contributo per una società migliore

L'analisi di materialità della catena del valore condotta nel 2016 insieme al Gruppo Carlsberg ci ha permesso di rilevare le questioni essenziali di sostenibilità nonché i principali rischi e impatti per il nostro settore. Per i nostri gruppi d'interesse e la nostra impresa

sono emerse le seguenti tematiche fondamentali: energia e CO₂, acqua, consumo responsabile, salute e sicurezza sul lavoro.

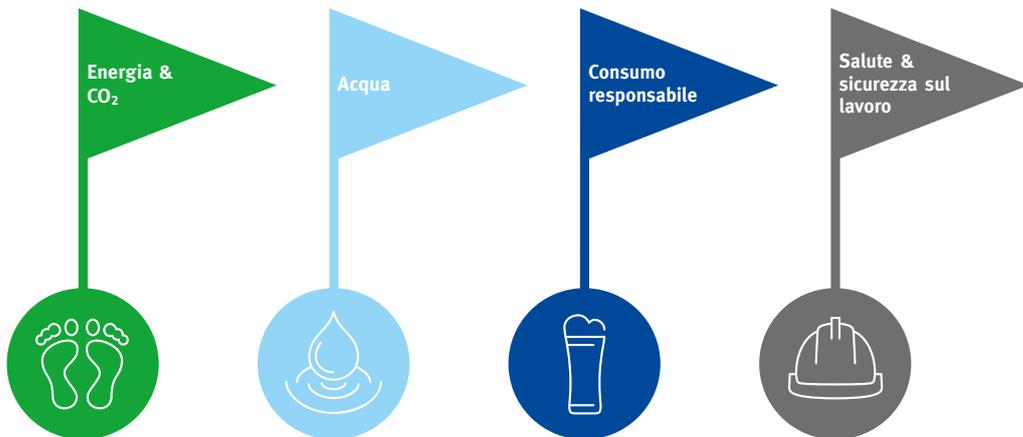
Concentrandoci su tali priorità, vorremmo migliorare tutti e quattro gli ambiti coinvolti dalla nostra

attività commerciale al fine di:

- attenuare il cambiamento climatico;
- consentire l'accesso a un'acqua salubre e pura;
- promuovere uno stile di vita sano;
- incrementare la sicurezza sul lavoro.

Questi propositi sono in linea con l'accordo sul clima di Parigi e gli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'ONU. Affrontando queste tematiche globali, ci impegneremo per la sostenibilità influenzando sulla nostra attività commerciale e sulle azioni volte al raggiungimento degli obiettivi dell'ONU e contribuiremo alla loro attuazione in funzione delle nostre conoscenze e possibilità.

Siamo convinti che alle aziende spetti un importante ruolo di catalizzatori del cambiamento, ad esempio attraverso lo sviluppo di sistemi di economia circolare o l'utilizzo di circuiti chiusi. Per tale motivo continueremo a ricercare collaborazioni che promuovano la nostra influenza. Ne sono un esempio la Green Fiber Bottle sviluppata in Danimarca (v. Rapporto sostenibilità 2016) o le iniziative di settore, quali il Global Beer Responsibility Day per la promozione di un consumo responsabile delle nostre bevande.



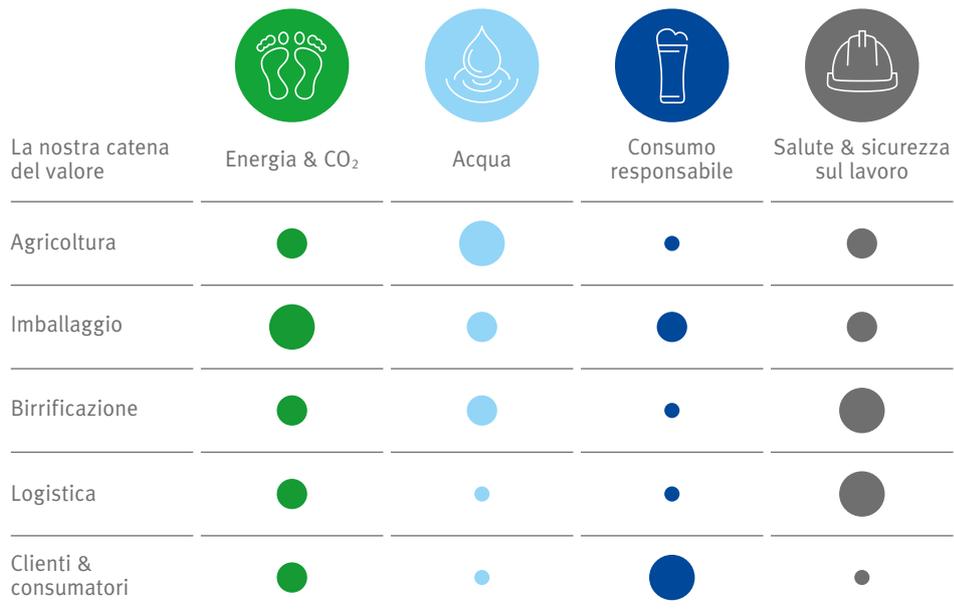
Catena del valore e impatto sul bilancio di sostenibilità

Come azienda vorremmo concentrarci sui settori determinanti per il nostro successo economico e per i nostri gruppi di interesse. Pertanto, accanto agli ambiti chiave rilevati sulla base dell'analisi di materialità, questo rapporto illustra anche il nostro impegno sociale.

Impatto lungo la catena del valore

Dopo aver individuato i quattro ambiti principali per l'attività aziendale e i gruppi di interesse, abbiamo valutato il relativo impatto (forte, medio o ridotto) sui diversi settori della catena del valore. Questa informazione, illustrata nel grafico, ci aiuta a stabilire e perseguire la nostra strategia di sostenibilità e i relativi obiettivi.

Impatto lungo la catena del valore



 Impatto forte  Impatto medio  Impatto ridotto

Obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite

Le aziende possono servirsi degli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite in diversi modi, ad esempio per impostare la propria politica di sostenibilità o comprendere meglio l'impatto della propria attività economica.

I quattro ambiti chiave della nostra azienda corrispondono in larga misura agli obiettivi di sviluppo sostenibile 3, 6, 7 e 8, sui quali esercitiamo il maggior impatto. Tuttavia terremo conto anche degli obiettivi 12, produzione e consumo sostenibili, e 17, rafforzamento dei mezzi di attuazione e dei partenariati.

Naturalmente le nostre azioni lungo la catena del valore e i relativi effetti per la società influiscono indirettamente anche sugli altri obiettivi dell'ONU.

Con la strategia «Together Towards ZERO», presentata a giugno 2017, il Gruppo Carlsberg dimostra di avere grandi ambizioni per il raggiungimento degli obiettivi ONU e di volersi impegnare per una società a un futuro migliori (v. pagina 29).

Ambiti chiave della strategia di sostenibilità



Energia & CO₂



Acqua



Consumo responsabile



Salute & sicurezza sul lavoro

Obiettivi ONU essenziali per la nostra azienda



7.3 Raddoppiare entro il 2030 la crescita dell'efficienza energetica mondiale



6.4 Entro il 2030 aumentare significativamente l'efficienza idrica in tutti i settori e garantire prelievi e forniture sostenibili di acqua dolce per affrontare la carenza idrica



3.5 Rafforzare la prevenzione e il trattamento dell'abuso di sostanze, in particolare stupefacenti, e il consumo nocivo di alcool



8.8 Proteggere i diritti del lavoro e promuovere un ambiente sicuro per tutti i lavoratori

Obiettivi dell'ONU correlati alla nostra attività

12.3 Entro il 2030 ridurre drasticamente lo spreco alimentare globale attraverso la prevenzione, la diminuzione, il riciclo e il riutilizzo



17.16 Intensificare il partenariato globale per lo sviluppo sostenibile, integrato da collaborazioni multilaterali
17.17 Sostenere e promuovere partenariati efficaci nel settore pubblico, tra pubblico e privato e nella società civile

Circuiti chiusi

Il riutilizzo degli scarti di produzione e l'inserimento di risorse in un ciclo continuo consente di contribuire a ridurre l'impatto ambientale. La crescita, tuttavia, richiede un impegno sempre maggiore. Questo concetto da noi chiamato «rethink» integra il noto principio delle 3 R, ossia reduce, reuse e recycle.

Rethink: analizzare il consumo energetico e idrico e gli imballaggi utilizzati; trasformare i rifiuti in altri prodotti; puntare su materiali organici.

Reduce: ridurre il peso dell'imballaggio o passare a materiali con minor impatto ambientale.

Reuse: sostenere il riutilizzo, ad es. di materiali di imballaggio, sottoprodotti e acqua.

Recycle: sostenere il riciclo da parte dei consumatori e aumentare la parte riciclabile dei materiali di imballaggio.



Energia & CO₂

41 %

è la percentuale delle nostre bevande in recipienti a rendere.



35 %

di emissioni di CO₂ in meno rispetto al 2011. Miglioriamo la nostra impronta di carbonio tramite un utilizzo efficiente delle energie rinnovabili e una costante riduzione dei combustibili fossili.

963 000 l

di gasolio risparmiati grazie all'impiego di biogas ottenuto dal trattamento delle acque reflue.



Obiettivi 2015–2017 del Gruppo Carlsberg

Riduzione del 5–10% del consumo energetico relativo e delle emissioni di CO₂ rispetto al 2014.

17 partner nella Carlsberg Circular Community.

3 prodotti certificati Cradle to Cradle®.

Campagne per sensibilizzare i consumatori sugli imballaggi sostenibili.

Promozione della quota di riciclo degli imballaggi a perdere.

Produrre guardando al futuro

Come birrifico leader in Svizzera intendiamo ridurre efficacemente le nostre emissioni di CO₂, puntando su una strategia fondata sulle informazioni e sull'appoggio del team dirigenziale.

L'impronta di carbonio è stata ricavata dai dati di tutte le imprese del Gruppo Carlsberg e costituisce la base della nostra strategia di riduzione delle emissioni e dei relativi obiettivi. La gestione della CO₂ prevede tre punti: osservanza degli standard globali del Gruppo Carlsberg, adozione di soluzioni innovative e promozione di miglioramenti a livello locale. Le direttive ambientali stabilite rappresentano una guida per l'attuazione. Ad esempio tutti i nuovi imballaggi devono essere sottoposti a una valutazione del ciclo di vita o soddisfare criteri di certificazione come il «Cradle to Cradle®».

Per verificare regolarmente la strategia e la sua attuazione, nel 2016

il Gruppo Carlsberg ha collaborato con gli esperti indipendenti di Carbon Trust e ha stabilito l'impronta di carbonio sulla base dei dati dell'anno precedente. È emerso che, con una quota del 44%, il materiale di imballaggio è il principale responsabile delle emissioni di Feldschlösschen, mentre il 24% è riconducibile all'agricoltura e solo il 7% alla produzione stessa. Pertanto, per ridurre le emissioni, ci concentriamo principalmente sull'imballaggio e sui rifiuti, ottimizzando l'intero processo, ad esempio attraverso il riutilizzo e il riciclo di materiali.

Inoltre investiamo regolarmente in tecnologie volte all'aumento dell'efficienza energetica e puntiamo sulle fonti rinnovabili. Rispetto al 2015, nel 2016 abbiamo ridotto dell'1% il consumo elettrico, portandolo da 20 339 000 a 20 134 000 kWh, con un calo medio del 4,3% nell'ultimo triennio. A causa del maggiore volume di produzione, nel 2016 il consumo di energia termica

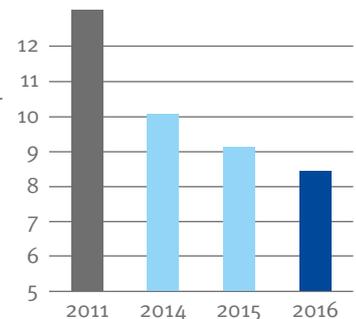
è aumentato dell'1,5% rispetto all'anno precedente, passando da 33 686 000 a 34 199 000 kWh.

Grazie alla continua ottimizzazione della catena logistica e all'utilizzo di veicoli più efficienti da parte dei nostri collaboratori del servizio esterno, abbiamo inoltre ridotto i consumi di carburante del 10,8%, ossia da 1 898 000 l/a (2015) a 1 692 000 l/a (2016).

Nel 2016 gli impianti fotovoltaici installati sui tetti delle nostre sedi di Rheinfelden, Satigny e Givisiez hanno prodotto 2 646 000 kWh, coprendo il 13,1% del fabbisogno energetico dell'azienda. Attraverso il recupero di biogas e alcool concentrato è stato possibile risparmiare complessivamente 1 534 000 litri di gasolio. Quasi la metà (47,8%) del fabbisogno di combustibile di tutti gli stabilimenti di produzione è stata coperta da fonti rinnovabili, con una quota tornata ad aumentare del 7,4% rispetto all'anno precedente.

Pertanto nell'arco degli ultimi cinque anni le emissioni totali di CO₂ di Feldschlösschen sono state ridotte del 34,5%.

Emissioni totali di CO₂
(tonnellate/anno)



STORIA DI SUCCESSO IN SVIZZERA

Carrelli elevatori elettrici ecologici

Nel 2016, nel reparto Warehouse i carrelli elevatori diesel sono stati sostituiti da 217 modelli elettrici ecologici, evidenziando la costante implementazione della strategia di sviluppo sostenibile e di riduzione delle emissioni di CO₂. Grazie all'installazione di una nuova stazione di ricarica delle batterie e alla relativa tecnologia di alimentazione è possibile risparmiare fino al 30% dell'energia. Inoltre, attraverso una spia luminosa, il cosiddetto «cool battery system» segnala al conducente la prossima batteria disponibile. In tal modo ogni batteria viene caricata correttamente, preservandone la durata.

In futuro l'utilizzo dei carrelli elevatori ecologici consentirà di risparmiare circa 100 000 litri di carburante e circa 260 tonnellate di CO₂.

Inoltre, poiché questi dispositivi vengono impiegati sia in aree interne che esterne e in particolare l'uso interno richiede la protezione dei lavoratori dal rumore e dai gas di scarico, la sostituzione con modelli elettrici ha un influsso positivo sulla salute e sulla sicurezza sul lavoro.



STORIA DI SUCCESSO IN SVIZZERA

Gestione efficiente di carburante e prestazioni

Il riscaldamento degli stabilimenti produttivi, amministrativi e logistici viene regolato nella centrale termica con tre caldaie a vapore, un compito complesso a causa della variabilità del consumo di calore e dell'approvvigionamento energetico. A seconda dell'operatività del locale di cottura, delle linee di riempimento e dei processi di pulizia, è necessario accendere o spegnere le caldaie e regolarne la potenza.

Il sistema è alimentato anche da fonti rinnovabili prodotte dall'azienda: nell'impianto di depurazione viene generato biogas dalla fermentazione delle acque reflue, utilizzabile come energia termica. Tuttavia anche la sua disponibilità dipende fortemente dalla produzione.

Anche la riserva di alcool concentrato proveniente dall'impianto di dealcolizzazione richiede una gestione oculata.

Per prevenire sovraccarichi è importante sfruttare in modo uniforme l'energia proveniente dalle reti di erogazione di gas naturale ed elettricità. Nella scelta dei combustibili da utilizzare nella centrale termica deve quindi essere considerato anche questo aspetto.

La fornitura di calore e l'approvvigionamento energetico richiedono pertanto bruciatori con diverse modalità operative e dipendono dal consumo termico e dalla disponibilità dei combustibili. A seconda della richiesta sono in funzione da una a tre caldaie. Inoltre la pressione del vapore e della rete dell'impianto ad acqua calda pressurizzata devono essere adeguate al consumo termico per garantire l'efficienza energetica della produzione e della distribuzione del calore.

Nel 2016 è stato installato un sistema centralizzato di gestione

del combustibile e delle prestazioni dei bruciatori e dell'impianto ad acqua calda. Ora i dati sul consumo termico e sull'approvvigionamento di combustibile vengono trasmessi al nuovo sistema, che determina automaticamente i parametri per una gestione ottimale del combustibile e delle prestazioni e regola il consumo e l'approvvigionamento in modo sostenibile ed efficiente.

I vantaggi in breve:

- maggior recupero di biogas per la fornitura di calore;
- riduzione della pressione del vapore e della portata dei circuiti di acqua calda in base alla richiesta, ossia al profilo di utenza;
- reazione proattiva ai picchi di consumo nella fornitura di calore;
- bilanciamento automatico dei picchi di carico nel consumo di gas naturale;
- miglioramento dell'alimentazione degli utilizzatori termici;



- alleggerimento del lavoro degli addetti attraverso adeguamenti automatici.

La nuova gestione verrà ulteriormente ottimizzata per garantire in futuro una fornitura di calore ancora più sostenibile ed efficiente.

Acqua

97,7 %

è la percentuale di acqua consumata da Feldschlösschen derivante dallo sfruttamento sostenibile delle proprie fonti.



26 %

è la quota di riduzione del consumo di acqua dal 2011. Circuiti chiusi e più efficienti contribuiscono a questo miglioramento.

3,5 hl

di acqua sono mediamente necessari per produrre 1 hl di birra, soft drink o acqua minerale.



Obiettivo 2015–2017 del Gruppo Carlsberg

Riduzione del 5–10% del consumo idrico per ogni hl di bevanda.



Risorsa preziosa, obiettivi chiari

Il crescente problema della carenza idrica in tutto il mondo ha reso l'acqua un bene prezioso. Anche se Felschlösschen e la Svizzera in generale non ne sono direttamente colpite, il Gruppo Carlsberg promuove una strategia idrica globale. In collaborazione con il WWF, per ogni birrificio del Gruppo viene svolta un'analisi dei rischi per riesaminare la strategia e i relativi obiettivi, tenendo conto sia della quantità (carenza, inondazioni e siccità) sia della qualità dell'acqua (inquinamento).

Felschlösschen impiega le tecnologie più avanzate e di punta nel nostro settore per utilizzare l'acqua nel modo più efficiente possibile. Pertanto nel 2016, nonostante un maggiore volume di produzione, il consumo idrico è stato ridotto del 3,3%, con un risparmio di quasi 13 milioni di litri.



STORIA DI SUCCESSO IN SVIZZERA

Ottimizzazione del pretrattamento

Le acque reflue dei processi produttivi vengono convogliate in un impianto di pretrattamento (IP) per poi essere immesse nella rete fognaria pubblica e subire un ulteriore trattamento nell'impianto di depurazione di Rheinfelden.

Nell'IP vengono sottoposte a fermentazione anaerobica per ridurre

al minimo il carico organico e produrre biogas utilizzabile come energia.

Per un trattamento sostenibile è necessario verificare e armonizzare molti parametri. Per un funzionamento ottimale dell'impianto occorre prevenire picchi nel carico organico e nel pH e ridurre il più

possibile le variazioni di temperatura delle acque reflue in ingresso.

A tale scopo sono necessari una gestione dei serbatoi tampone in base alle condizioni, un aumento del potere tamponante e un adeguamento automatico della capacità di trattamento, che dipende dalla produzione di biogas, dalla temperatura e dai parametri interni dell'impianto.

Per trasformare in calore la maggiore quantità possibile di biogas nella centrale termica, sono state introdotte strategie di regolazione intelligente. In tal modo, compatibilmente con la capacità tampone, la produzione di biogas può essere adeguata in automatico alla capacità di utilizzo nella centrale termica. Al contempo è stato otti-

mizzato il rendimento del serbatoio di biogas e del sistema di trasporto di biogas alla centrale termica, in modo da aumentare nettamente la capienza e migliorare sensibilmente la capacità di degradazione.

Grazie a queste ottimizzazioni sono stati raggiunti i seguenti risultati:

- aumento dell'abbattimento del carico organico dall'87 a oltre il 92% negli ultimi 5 anni;
- riduzione del 42% della contaminazione organica delle acque reflue nell'IP negli ultimi 5 anni;
- aumento del 5% della produzione di biogas negli ultimi 5 anni;
- riduzione del 39% delle perdite di biogas;
- riduzione del 40% dei prodotti chimici utilizzati per il pretrattamento.



STORIA DI SUCCESSO IN SVIZZERA

Upgrade dei serbatoi pressurizzati

Nel 2016 in produzione è stato avviato l'aggiornamento dei sistemi di controllo e di comando. Il primo progetto prevedeva l'ottimizzazione dell'area dei serbatoi pressurizzati dove, tramite sistemi all'avanguardia, vengono gestiti i prodotti Feldschlösschen dalla fabbricazione all'imbottigliamento. In questo reparto si producono anche le bevande miste e si svolgono alcune fasi della depurazione dell'acqua.

Nella centrale di controllo è ora possibile monitorare ogni ettolitro di birra in funzione dei materiali, dalla filtrazione nei serbatoi pressurizzati fino agli impianti di imbottigliamento. A tal fine ogni tratto di condotta e ogni serbatoio dell'impianto sono stati rappresentati con il «modulo root equipment» nella centrale di controllo. Ora devono essere respinte solo fasi miste minime e le quantità di acqua sono adattabili esattamente al fabbisogno. In tal modo

l'azienda è riuscita a risparmiare 1100 m³ di acqua depurata e priva di ossigeno all'anno. Attraverso la diminuzione delle fasi miste birra/acqua si è anche potuta ridurre significativamente la contaminazione delle acque reflue. Inoltre i processi di pulizia vengono ora avviati a seconda delle esigenze, con il sistema che segnala automaticamente le condotte, i serbatoi e le macchine da pulire, i tempi e le modalità di pulizia nonché le quantità di detergenti necessarie e le relative temperature, garantendo così una maggiore sicurezza dei prodotti, operazioni più semplici e un notevole risparmio di energia termica e di concentrati per la pulizia.

Di conseguenza in questi reparti i processi sono stati completamente automatizzati. Il nucleo è rappresentato da una gestione automatica degli ordini con sistema propositivo, che consente una pianificazione efficiente, un controllo ridotto e

semplificato e un impiego ottimale dei prodotti. Inoltre i flussi di prodotti sono tracciabili al 100% in riferimento all'oggetto e ai tempi. Le misurazioni «inline» integrate nel processo garantiscono una qualità e una sicurezza dei prodotti ancora più elevate. Il sistema di monitoraggio delle procedure verifica in ogni fase il rispetto della ricetta, dalla produzione all'imballaggio.



Consumo responsabile

25 anni

è l'età minima dei modelli impiegati nella nostra pubblicità e il loro aspetto deve rispecchiarne l'età.



9500 hl

di birra analcolica Carlsberg 0,5 prodotti a Rheinfelden da Feldschlösschen e su richiesta del Gruppo Carlsberg per gli stadi e le fan-zone degli Europei di calcio in Francia.

25 mio

di persone raggiunte in occasione del Global Beer Responsibility Day attraverso le attività del Gruppo Carlsberg. A settembre 2016 il Gruppo ha sostenuto l'organizzazione di questa iniziativa internazionale per accrescere la consapevolezza sul consumo responsabile.



Obiettivi 2015–2017 del Gruppo Carlsberg

Stampe di formati superiori all'A4 e pubblicità digitali e televisive per promuovere un consumo responsabile.

Attività incentrate sul consumo responsabile che contribuiscano ad aumentare la consapevolezza.

Simboli su etichette e confezioni per sensibilizzare verso un consumo responsabile.

Indicazione di ingredienti e valori nutrizionali delle bevande sull'80% delle etichette e degli imballaggi.

Misure per un consumo moderato

Presso Feldschlösschen e nell'intero Gruppo Carlsberg ci auguriamo che le persone apprezzino la grande varietà di birra offerta, ma auspichiamo al contempo un consumo e una distribuzione responsabili dei prodotti – ambiti in cui siamo attivamente impegnati. Nel 2016 il 75% delle aziende del Gruppo Carlsberg ha attuato misure in tal senso, raggiungendo circa 50 milioni di persone.

A settembre 2016 anche Feldschlösschen ha partecipato al Global Beer Responsibility Day, un'iniziativa mondiale che ha coinvolto birrifici, rivenditori, autorità di polizia e ONG. In questa occasione il Gruppo Carlsberg ha raggiunto da solo quasi 25 milioni di persone.

RIMANI IN **EQUILIBRIO**



Marketing responsabile e informazione del consumatore

I nostri prodotti ci consentono di entrare direttamente in contatto con i consumatori, pertanto è estremamente importante comunicare in modo responsabile in qualsiasi momento e attenersi a tutte le direttive vigenti.

Nel 2016 abbiamo riesaminato queste direttive, tenendo conto della legislazione e del codice deontologico dell'Associazione svizzera delle birrerie e mantenendo sempre in primo piano la nostra filosofia di consumo moderato. Ad esempio

evitiamo di rivolgerci espressamente ai giovani al di sotto dell'età minima legale per il consumo di birra o di promuovere questa bevanda nelle loro vicinanze. Nel 2017, nel corso dell'introduzione di queste nuove direttive, è prevista

una formazione obbligatoria per tutti i collaboratori del reparto marketing.

Inoltre sui prodotti e in rete forniremo ulteriori informazioni per consentire ai consumatori di prendere una decisione consapevole. Nel 2017 il Gruppo Carlsberg si è impegnato ad apporre sulle bevande alcoliche simboli o indicazioni contro un consumo dannoso.

Per richiamare l'attenzione dei consumatori sugli ingredienti naturali e sui valori nutrizionali della birra, nell'anno in corso queste informazioni saranno progressivamente messe a disposizione sui prodotti e in rete.



STORIA DI SUCCESSO IN SVIZZERA

Global Beer Responsibility Day

A settembre 2016 anche Feldschlösschen ha partecipato al Global Beer Responsibility Day, un'iniziativa mondiale in cui birrifici, rivenditori, autorità di polizia e ONG hanno collaborato alla promozione di un consumo responsabile della birra e alla sensibilizzazione sulle conseguenze dell'abuso di alcool. In questa occasione si punta a raggiungere il maggior numero di consumatori possibile e a trovare nuovi partner a sostegno dell'iniziativa.

Nel 2016, 2172 collaboratori del Gruppo Carlsberg di 17 Paesi hanno partecipato al Global Beer Responsibility Day, raggiungendo quasi 25 milioni di persone e circa 30 000 dipendenti. Le attività sono state sostenute da circa 75 000 dettaglianti, dieci autorità governative e otto ONG.



Salute & sicurezza sul lavoro

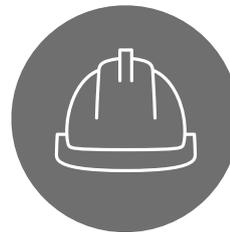
130

collaboratori della produzione hanno partecipato a una giornata sulla sicurezza. Altre 400 persone hanno compiuto un percorso a ostacoli.



PPE

Standard di qualità uniformi per garantire l'ineccepibilità dei dispositivi di protezione individuale (personal protective equipment, PPE).



Obiettivo 2015-2017 del Gruppo Carlsberg

Riduzione del 40% dei giorni di assenza per infortunio sul lavoro.

Introduzione di nuove direttive che vietano completamente le attività ad alto rischio infortunio.



Verso una cultura «Zero accidents»

Poiché la protezione e il benessere dei collaboratori hanno la massima priorità, presso Feldschlösschen e nel Gruppo Carlsberg puntiamo a creare un ambiente lavorativo senza infortuni. A tale scopo tutti i collaboratori devono essere consapevoli delle disposizioni sulla sicurezza volte a minimizzare i rischi di infortunio, tra cui figurano norme evidenti come l'uso dei dispositivi di protezione individuale e il rispetto dei percorsi tracciati per i pedoni e i veicoli. Pertanto anche in quest'ambito adottiamo gli obiettivi di sviluppo sostenibile dell'ONU, che al punto 8.8 prevedono la protezione dei diritti dei lavoratori e la promozione di un ambiente di lavoro sicuro per tutti i collaboratori.

Per un'attuazione efficace della visione «Zero accidents» è stato formulato un piano di azione a tre punti. Il primo riguarda il team dirigenziale, che deve porre l'ac-

cento su un comportamento sicuro nel luogo di lavoro attraverso l'attuazione esemplare delle norme e una formazione mirata dei collaboratori. Il secondo prevede l'utilizzo di mezzi di comunicazione appariscenti per rammentare costantemente ai collaboratori le tematiche della sicurezza, richiamando la loro attenzione anche durante l'attività quotidiana. Il terzo concerne l'individuazione e l'analisi dei rischi nonché la loro minimizzazione sulla base delle direttive e delle disposizioni. In futuro le attività ad alto rischio saranno vietate.

Pur facendo appello alla responsabilità individuale e al ruolo di ambasciatore della sicurezza di ogni singolo collaboratore, siamo convinti che la cooperazione rivesta un ruolo determinante nella promozione di una cultura del lavoro fondata sulla sicurezza. Il continuo scambio con il Gruppo

Carlsberg consente di apprendere dagli episodi passati e ispirarsi agli esempi di buona pratica.

Nel 2016 è stata posta una pietra miliare nel percorso di attuazione della visione «Zero accidents», poiché non sono stati registrati infortuni in un reparto adibito al riempimento dei fusti nel quale, a causa della movimentazione di carichi pesanti e delle operazioni di pulizia e sterilizzazione, si verificano spesso situazioni critiche.



STORIA DI SUCCESSO IN SVIZZERA

Giornata sulla sicurezza

Cosa può succedere se si è distratti mentre si cammina? Come si trasportano carichi pesanti senza danneggiare la schiena? Come funzionano gli estintori e cosa succede se non si indossano occhiali protettivi? Queste e altre domande sono state al centro della giornata sulla sicurezza del reparto produzione svoltasi a Rheinfelden, in occasione della quale gli addetti alla sicurezza di Feldschlösschen hanno organizzato un percorso a tappe con l'aiuto di partner interni ed esterni. I temi affrontati sono stati: abitudini, frenesia, fretta e distrazione, ergonomia, equilibrio, sollevamento e trasporto, incendi, esplosioni e giochi d'acqua, mani e guanti, percorso a ostacoli, comportamento sicuro e occhiali protettivi e scarpe antinfortunistiche.

La produzione è stata fermata appositamente per un giorno af-

finché 130 collaboratori potessero partecipare in gruppi al percorso, ascoltando gli esperti sui temi delle diverse tappe e sperimentando gli effetti positivi e negativi delle proprie azioni, ad esempio come, attutendo l'impatto nel salto da un ostacolo, è possibile ridurre il carico per il corpo. Particolarmente impressionante è stata la simulazione di un occhio non protetto, rappresentato da una mela, colpito da un proiettile. Una zucca inserita in una scarpa da ginnastica a imitazione delle dita dei piedi ha dimostrato invece le conseguenze del mancato utilizzo delle scarpe antinfortunistiche. Già un peso di 8 kg può avere conseguenze disastrose per il piede colpito.

Inoltre 400 collaboratori di tutti i reparti della sede di Rheinfelden hanno partecipato a un percorso a ostacoli, organizzato in collaborazione con l'Istituto svizzero di

assicurazione contro gli infortuni SUVA, per richiamare l'attenzione sui pericoli che possono insorgere quando si inciampa. Con circa 70 casi all'anno, gli inciampi e gli scivolamenti sono la causa più frequente di infortunio presso Feldschlösschen.

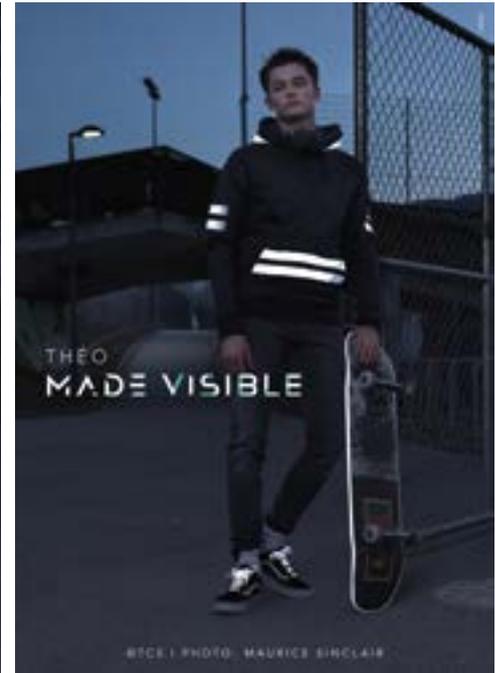
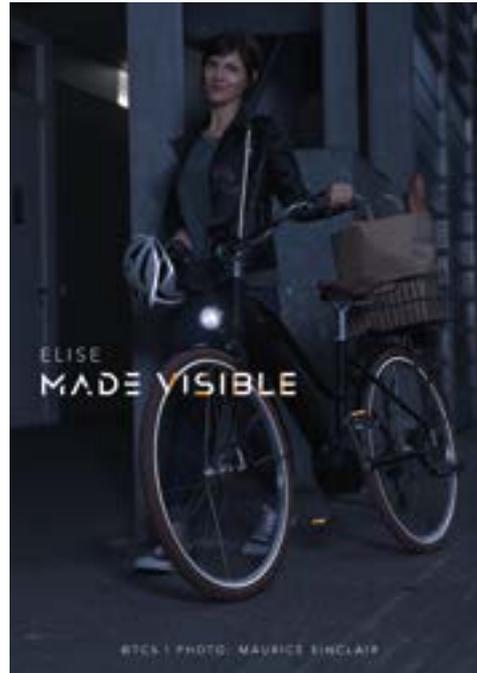


STORIA DI SUCCESSO IN SVIZZERA

SEE YOU: visibilità al buio

Nella circolazione stradale è molto importante vedere ed essere visti, in particolare all'imbrunire e di notte, quando il rischio di incidenti è tre volte più alto. Se si aggiunge la pioggia, la neve o una luce abbagliante, il rischio è addirittura dieci volte maggiore, mentre viene dimezzato con materiale catarifrangente o una luce. Feldschlösschen sostiene pertanto la campagna «SEE YOU: fatti vedere», lanciata a novembre dall'Ufficio prevenzione infortuni (upi), e ha distribuito ai collaboratori 1500 fasce catarifrangenti per sensibilizzarli sul tema ed esortarli a indossarle al buio, rendendosi visibili agli altri utenti della strada.

I fatti dimostrano che le persone con indumenti scuri vengono viste dai conducenti solo da una distanza di 25 m, quelle con abiti chiari da circa 40 m e quelle con materiale catarifrangente da circa 140 m.



Impegno sociale

1000

bottiglie di birra Wakker sono state prodotte e distribuite alla popolazione o vendute per una buona causa in occasione del conferimento del Premio Wakker alla città di Rheinfelden.



120

manifestazioni sportive, musicali e culturali sono state sostenute attivamente nel 2016 dagli event coach di Feldschlösschen.

Dal 1976

collaboriamo con la Fondazione MBF per le persone con disabilità della Fricktal, che fabbrica scatole da regalo in legno e kit promozionali confezionati per Feldschlösschen.



Il sigillo Friendly Work Space ha contraddistinto anche nel 2016 Feldschlösschen come azienda con un ambiente lavorativo rispettoso e valorizzante.

Insieme all'obiettivo

Riteniamo sia nostro dovere garantire una gestione equa e responsabile. Rispettiamo i diritti del lavoro e dell'uomo e offriamo un ambiente lavorativo sicuro e salutare, nel quale tutti i collaboratori possono realizzarsi pienamente. Anche nel 2016 l'azienda ha ottenuto il sigillo di qualità «Friendly Work Space» e figura quindi tra le 71 imprese a livello nazionale che soddisfano gli elevati requisiti riguardanti le condizioni lavorative esemplari e i severi criteri di qualità per la gestione della salute sul posto di lavoro.

Esortiamo i nostri collaboratori a frequentare corsi di formazione e perfezionamento e puntiamo a mantenere lunghi rapporti di lavoro. Riteniamo che l'offerta di circa 30 programmi di perfezionamento interni e la possibilità di partecipare a corsi e coaching esterni siano un prezioso investimento per il futuro dell'azienda.

Anche l'impegno sociale verso l'esterno riveste un ruolo importante: in linea con la sua filosofia «Produrre birra per migliorare l'oggi e il domani», la Fondazione Carlsberg finanzia in particolare progetti scientifici per rendere più sostenibile il processo di birrificica-

zione e contrastare il cambiamento climatico e la carenza idrica. Anche Feldschlösschen beneficia di queste misure.

L'azienda attribuisce inoltre grande importanza al sostegno locale, regionale e nazionale, promuovendo

manifestazioni sportive, musicali e culturali, collaborando con la Fondazione MBF per le persone con disabilità della Fricktal e svolgendo attività di volontariato, ad esempio in occasione dell'iniziativa «Sauberer Fricktal» («Fricktal pulita») o del nostro open day.



STORIA DI SUCCESSO IN SVIZZERA

Impegno nazionale

Ecco alcuni esempi delle molteplici attività svolte nel 2016.

Birra Wakker per Rheinfelden

In occasione del conferimento del Premio Wakker alla città di Rheinfelden abbiamo prodotto una birra speciale, imbottigliandola ed etichettandola insieme agli apprendisti del comune e di Feldschlösschen. I proventi della vendita sono stati devoluti alla Fondazione MBF.

Sauberes Fricktal (Fricktal pulita)

120 alunni della scuola primaria sono stati muniti dal nostro marchio di acque minerali Rhäzünser di gilet catarifrangenti per raccogliere, insieme ai docenti e a volontari di Feldschlösschen, i rifiuti gettati con noncuranza sul territorio di Rheinfelden. Questa giornata, ispirata al Clean up day nazionale, viene svolta per mandare un messaggio contro l'abbandono di rifiuti.

Un centesimo da Hürlimann

Per ogni birra Hürlimann venduta viene devoluto un centesimo a progetti culturali, sportivi e sociali concepiti e attuati da e per uomini zurighesi. Nel 2016 è stata finanziata tra l'altro la realizzazione di teloni da camion Hürlimann, disegnati da tre studenti della scuola di arte e design F+F di Zurigo.

Concorso Original Dzodzet

La federazione di hockey su ghiaccio per imprenditori della regione di Friburgo, costituita in collaborazione con Cardinal e HC Fribourg-Gotteron SA, sostiene, tramite le quote associative, una sponsorizzazione sportiva annuale. «Public Domain», vincitore dell'edizione 2016, ha ottenuto 5000 franchi per l'am-

pliamento della zona riservata al relax e al pubblico dello Skatepark Beauregard. La zona consente agli spettatori e alle famiglie di sedersi, riposarsi e fare pic-nic direttamente nello skatepark.

Festa federale dei lottatori e degli alpigiani

Durante i tre giorni di festa, Feldschlösschen, in qualità di sponsor principale, ha provveduto al benessere dei fan e sostenuto l'evento con 10 semirimorchi frigoriferi, 50 camion refrigerati, 300 frigoriferi, 200 tavoli da buffet, 100 tavoli alti, 30 gazebo e 70 collaboratori, che hanno lavorato giorno e notte, garantendo il rifornimento di bevande e lo svolgimento ottimale della manifestazione.



Together Towards ZERO

Sulla base della sua filosofia «Produrre birra per migliorare l'oggi e il domani», a giugno il Gruppo Carlsberg ha presentato le proprie lungimiranti ambizioni di sostenibilità con il titolo «Together Towards ZERO». Esse riguardano in particolare i quattro ambiti chiave energia e CO₂, acqua, consumo responsabile nonché salute e sicurezza sul lavoro e sono state sviluppate insieme a importanti partner esterni come Carbon Trust e WWF.

Sebbene gli obiettivi siano basati su dati scientifici per garantirne l'attendibilità, sono comunque molto ambiziosi. Poiché il mondo si trova davanti a diverse sfide (tra cui cambiamento climatico, eventi atmosferici imprevedibili e sanità pubblica) che interessano in egual misura tutti noi, i governi, l'economia e i cittadini, riteniamo che siano necessari sforzi congiunti per farvi fronte.

Obiettivi



ZERO
IMPRONTA
AMBIENTALE



ZERO
SPRECHI
IDRICI



ZERO
CONSUMO NON
RESPONSABILE



ZERO
CULTURA
INCIDENTI

2030

0% di emissioni di CO₂ nei nostri birrifici

Riduzione del 30% dell'impronta di carbonio Beer in hand*

*Ciclo di vita completo in considerazione della catena del valore

Riduzione del 50% del consumo idrico nei nostri birrifici

Partenariati per garantire risorse idriche comuni in zone ad alto rischio

Miglioramento annuo del 100% dei nostri mercati grazie alla riduzione del consumo irresponsabile

Zero infortuni

2022

Riduzione del 50% delle emissioni di CO₂ nei nostri birrifici

100% dell'elettricità proveniente da fonti rinnovabili nei nostri birrifici

Nessun impiego di carbone nei nostri birrifici

Riduzione del 15% dell'impronta di carbonio Beer in hand

Raffreddamento 100% ecocompatibile

Partenariati con 30 fornitori per la riduzione dell'impronta di carbonio comune

Riduzione del 25% del consumo idrico nei nostri birrifici

Analisi della possibilità di ridurre il consumo di acqua a 2hl per hl di birra nelle zone a rischio

Partenariati per garantire risorse idriche comuni in zone ad alto rischio

100% di disponibilità di birra analcolica

100% di informazioni sul consumo responsabile sulle confezioni e nella promozione dei marchi

Sviluppo di partenariati per la promozione del consumo responsabile nel 100% dei nostri mercati

Riduzione annuale del tasso di infortuni

**TOGETHER
TOWARDS
ZERO**

Indicatori ambientali 2016

Consumo

Emissioni di CO₂ da combustibili

2016: 4041 t CO₂
 2015: 4212 t CO₂
 Variazione rispetto all'anno precedente -4,0 %
 Variazione rispetto al valore medio degli ultimi 3 anni -10,5 %

Emissioni di CO₂ da carburanti

2016: 4420 t CO₂
 2015: 4957 t CO₂
 Variazione rispetto all'anno precedente -10,8 %
 Variazione rispetto al valore medio degli ultimi 3 anni -7,0 %

Emissioni totali di CO₂

2016: 8461 t CO₂
 2015: 9169 t CO₂
 Variazione rispetto all'anno precedente -7,7 %
 Variazione rispetto al valore medio degli ultimi 3 anni -8,9 %

Energia e acqua

Grado di copertura combustibili da energie rinnovabili (produzione)

2016: 47,8 %
 2015: 44,5 %
 Variazione rispetto all'anno precedente +7,4 %

Consumo di biogas

2016: 1217000 m³
 2015: 1189000 m³
 Variazione rispetto all'anno precedente +2,4 %

Recupero di alcol concentrato da dealcolizzazione

2016: 936000 l
 2015: 747000 l
 Variazione rispetto all'anno precedente +25,2 %

Sistemi di imballaggio

Consumo di vetro per imballaggi usa e getta

2016: 29985 t
 2015: 25362 t
 Variazione rispetto all'anno precedente +18,2 %

Consumo di alluminio per imballaggi usa e getta

2016: 2133 t
 2015: 2143 t
 Variazione rispetto all'anno precedente -0,5 %

Consumo di PET per imballaggi usa e getta

2016: 1302 t
 2015: 1246 t
 Variazione rispetto all'anno precedente +4,5 %

Bicchieri riutilizzabili impiegati

2016: 2499000 pz.
 2015: 1562000 pz.
 Variazione rispetto all'anno precedente +59,9 %

Rifiuti

Quota totale di riciclo

2016: 81,1%

2015: 80,7%

Variazione rispetto
all'anno precedente +0,6%

Vetro riciclato

2016: 1278 t

2015: 843 t

Variazione rispetto
all'anno precedente +51,6%

PET riciclato

2016: 348 t

2015: 385 t

Variazione rispetto
all'anno precedente -9,6%





FELDSCHLÖSSCHEN

Part of the Carlsberg Group

Feldschlösschen Bibite SA
Corporate Communications
Theophil-Roniger-Strasse, 4310 Rheinfelden

+41 (0)848 125 000
uko@fgg.ch
feldschloesschen.com

Luglio 2017
Periodo di riferimento: 2016



No. 01-17-109513 – www.myclimate.org
© myclimate – The Climate Protection Partnership

stampato in
svizzera