



## HEINEKEN Italia, la sostenibilità che conta 10 anni di impegno e risultati, 10 anni di nuovi e

- Dal 2010 ad oggi si è raggiunto una diminuzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> del 60% e un risparmio idrico di oltre il 42%
- Il 100% dell'energia elettrica utilizzata in produzione proviene oggi da fonti rinnovabili
- Gli obiettivi Globali di "Brew a Better World 2030": raggiungere la *carbon neutrality* su tutta la filiera entro il 2040
- Mettere in campo azioni concrete che impattino positivamente sulla società e le comunità in cui l'azienda opera e la promozione del consumo responsabile
- La sostenibilità prende forma con il Greener Bar il primo bar sostenibile, che verrà presentato in Italia durante la Milano Design Week, dal 4 al 12 settembre

Milano, 3 settembre 2021 – Nuovi ambiziosi **traguardi per i prossimi 10 anni** sono stati annunciati quest'anno nell'ambito del programma di sostenibilità globale HEINEKEN "Brew a Better World", con l'obiettivo di costruire sui risultati ottenuti finora grazie al precedente piano lanciato nel 2010 e con un approccio olistico fondato su tre pilastri: **sostenibilità ambientale, impatto positivo sulla società e promozione del consumo responsabile.**

Costruito sulle fondamenta dei risultati ottenuti nel decennio precedente, "**Brew a Better World 2030**" è il nuovo programma globale di sostenibilità che sancisce l'impegno dell'azienda per il prossimo decennio, rinnovato e maggiormente focalizzato su alcune aree specifiche, con obiettivi formulati su base scientifica che passano da oltre 80 a 23, e che ha reso più ambiziosi i traguardi che l'azienda si propone di raggiungere al 2030.

Primo birrificio al mondo a porsi un simile obiettivo, HEINEKEN ha annunciato di voler salvaguardare l'ambiente impegnandosi a raggiungere la carbon neutrality in produzione entro il 2030 e di estendere questo impegno lungo tutta la catena del valore entro il 2040. Per HEINEKEN essere sostenibili non significa solo rispettare l'ambiente e le persone, ma anche **determinare cambiamenti positivi nella società**, per questo uno dei temi su cui l'azienda investe in modo sempre più importante è la promozione del **consumo responsabile**, tema per cui ogni anno Heineken® si impegna in campagne e iniziative dedicate.

Questo programma va a costruire sugli importanti risultati ottenuti nello scorso decennio, frutto di un impegno significativo e costante da parte dell'azienda. In Italia dal **2010** in produzione si è registrata una **diminuzione delle emissioni di CO<sub>2</sub> del 60%**, un **risparmio idrico di oltre il 42%** e l'utilizzo in produzione **di energia elettrica al 100%** proveniente da **fonti rinnovabili**

Durante lo scorso anno, nonostante la pandemia, l'impegno dell'azienda e gli investimenti per ridurre l'impatto lungo tutte le fasi della filiera sono proseguiti con un percorso virtuoso sviluppato in 6 aree: promozione della salute e della sicurezza; tutela delle risorse idriche; riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>; supporto alle comunità locali; approvvigionamento sostenibile; consumo responsabile.

**I principali risultati che sono stati raggiunti da HEINEKEN Italia nel 2020 sono stati:**

- **Consumo Responsabile:** 57% budget media e 22 milioni di persone raggiunte con la campagna When You Drive Never Drink
- **Sicurezza:** è stata garantita la continuità del business durante il periodo della pandemia e una riduzione del 30% dell'indice degli infortuni
- **Approvvigionamento sostenibile:** 76% della spesa effettuata presso fornitori italiani e 83% del mais di origine italiana.
- **Risparmio idrico:** riduzione del 43% dei consumi dal 2010 e interventi di efficientamento in tutti i Birrifici, con trattamento delle acque in ingresso a Massafra, territorio a scarsità idrica



- **Riduzione delle emissioni di CO<sub>2</sub>**: riduzione del 60% delle emissioni dal 2009 e installazione di un **impianto a Gas Naturale Liquido** ad Assemini
- **Crescere con le comunità**: i nostri dipendenti hanno donato **3.164 ore di lavoro** a sostegno della Protezione Civile italiana impegnata nella pandemia Covid-19

Il piano **“Brew a Better World 2030”** si inserisce in una strategia a lungo termine dell'azienda, dove la sostenibilità è parte integrante del business. Con il coinvolgimento di tutte le parti che costituiscono l'ecosistema interno ed esterno, inclusi partner, fornitori, comunità locali e stakeholder, il progetto coinvolge tutte le funzioni aziendali. Una collaborazione sinergica che ha l'obiettivo di creare piani concreti volti ad attuare sul territorio nazionale le strategie globali e contribuire così al raggiungimento dei traguardi prefissati.

Ultimo grande esempio che riflette l'impegno concreto dell'azienda in ambito sostenibilità è il suo **Greener Bar, il primo bar sostenibile**, che verrà presentato in Italia durante la Milano Design Week, dal 4 al 12 settembre. Realizzato avvalendosi delle più avanzate innovazioni ispirate al settore degli sport motoristici e non solo, grazie all'impiego di nuovi metodi di costruzione, materiali e tecnologie studiate per minimizzare l'impatto sull'ambiente, questo bar è il primo ad essere basato sui principi dell'economia circolare.

Il Greener Bar è stato progettato da Heineken® per dimostrare che, attraverso l'innovazione e la collaborazione, è possibile riusare, ridurre e riciclare per vivere l'esperienza di un vero bar che però ha un minimo impatto sull'ambiente. Tutto quello che è presente all'Heineken® Greener Bar è stato concepito per azzerare gli sprechi, secondo una logica di **utilizzo circolare dei materiali**. L'Heineken® Greener Bar rappresenta quindi il primo bar per eventi fisici sostenibile che adotta azioni reali per ridurre i rifiuti, l'acqua, le emissioni e l'uso di energia e che fungerà da modello per tutti i futuri eventi, i bar e le esperienze Heineken® in tutto il mondo.

Il Greener Bar è unico nel suo genere, **ogni singolo pezzo è infatti sostenibile**: dai tavoli costruiti con alberi caduti naturalmente al bancone realizzato con casse Heineken® riciclate, dalle panche ai cuscini realizzati con materiale riciclato al 100%. Non solo, anche l'energia utilizzata per alimentare il bar è rinnovabile al 100% e gli accessori, come i frigoriferi, sono pensati per ridurre al minimo il consumo energetico.

**HEINEKEN** produce birra in Italia da oltre 45 anni, è presente sul territorio con i 4 birrifici di Comun Nuovo (BG), Assemini (CA), Massafra (TA) e Pollein (AO) e con un network distributivo - Partesa - specializzato nei servizi di vendita, distribuzione, consulenza e formazione per il canale Ho.Re.Ca che opera con centri logistici su tutto il territorio. Con più di 2.000 dipendenti, HEINEKEN è oggi il primo produttore di birra nel nostro Paese, dove produce e commercializza più di 6 milioni di ettolitri di birra, investendo in innovazione e sviluppo. Attraverso il piano “Brew a Better World” HEINEKEN integra la Sostenibilità al business, creando valore per l'azienda, la società e l'intero pianeta.

Il Gruppo HEINEKEN in Italia: <https://www.heinekenitalia.it>  
Twitter: HEINEKEN Incontra @GruppoHeineken <https://twitter.com/GruppoHeineken>  
Facebook: HEINEKEN Incontra <https://www.facebook.com/GruppoHEINEKENItalia>  
YouTube: HEINEKEN Incontra <https://youtube.com/c/HEINEKENIncontra>  
Instagram: HEINEKEN Incontra <https://www.instagram.com/heinekenincontra>

## Heineken®

Il marchio Heineken®, che porta il nome della famiglia del fondatore, è presente in 192 Paesi diversi e rappresenta il brand di birra premium più amato al mondo. Nata più di 140 anni fa, Heineken® è realizzata ovunque nel mondo con la stessa ricetta che unisce l'esperienza dei mastri birrai a ingredienti di alta qualità: orzo, luppolo, acqua e l'esclusivo Lievito A®, responsabile del ricco gusto equilibrato e delle leggere note fruttate. Il lungo processo produttivo di 28 giorni consente di ottenere un'equilibrata ricchezza del gusto, una rinfrescante limpidezza e un bel colore giallo dorato. La fermentazione in tini orizzontali assicura la giusta pressione per valorizzare il prezioso Lievito A®.

Per maggiori informazioni visita il sito o i canali Social:

[www.Heineken@italia.it](http://www.Heineken@italia.it)  
[www.Heineken.com/it](http://www.Heineken.com/it)



[www.facebook.com/Heineken](https://www.facebook.com/Heineken)  
<https://twitter.com/Heineken> IT  
<https://www.instagram.com/Heineken> it/  
[www.youtube.com/Heineken](https://www.youtube.com/Heineken)

**BCW**

Alessandra Bettelli  
[Alessandra.bettelli@bcw-global.com](mailto:Alessandra.bettelli@bcw-global.com)  
Tel 346.7008540

Alberta Cangiano  
[Alberta.cangiano@bcw-global.com](mailto:Alberta.cangiano@bcw-global.com)  
Tel. 345.1191909

**HEINEKEN® Italia**

Alfredo Pratolongo  
Nicolò Lupo  
Fiammetta Ventura  
[ufficio\\_stampa@Heineken@italia.it](mailto:ufficio_stampa@Heineken@italia.it)