



PRODURRE DI PIÙ E CONSUMARE DI MENO

La storia di sostenibilità di HEINEKEN Italia continua

I RISULTATI DEL 2022



La sostenibilità di HEINEKEN Italia nel 2022

OBIETTIVO 2030



- Efficienza idrica di 2,9 hl/hl in tutti i nostri Birrifici e di 2,6 hl/hl nel Birrificio di Massafra.

OBIETTIVO 2030



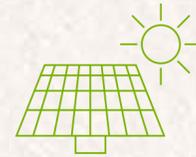
- Zero emissioni nette in produzione.

AMBIENTE



EMISSIONI

Le emissioni in produzione rispetto alla birra prodotta si sono ridotte del **6,1%**, (da 3,63 kg di CO₂/hl nel 2021 a **3,38** nel 2022).



PANNELLI SOLARI

Massafra è, secondo la classifica di Solar Plaza, il **terzo Birrificio al mondo** per pannelli solari installati.



LOGISTICA

Il trasporto intermodale è stato scelto nel **96% dei casi** possibili, ed è stato evitato lo spostamento su strada di 640 camion.



SMART WORKING

A Sesto San Giovanni abbiamo evitato l'emissione di 300 tonnellate di CO₂ negli spostamenti casa-lavoro.



CONSUMO IDRICO

Nel 2022 il consumo idrico medio tra i nostri Birrifici è stato di **4,08 hl/hl**. A Massafra si è ridotto del **5%**: da 3,34 hl/hl nel 2021 a **3,17 hl/hl**.



PACKAGING

Abbiamo ridotto la dimensione delle etichette in **plastica** delle bottiglie Heineken® e la quantità di **cartone** dei cluster pack e delle confezioni di lattine di Birra Moretti da 33cl.



MATERIE PRIME E RIFIUTI

Sono italiani il **25%** del malto d'orzo e il **76%** del mais utilizzati nei nostri stabilimenti, e avviamo a riciclo o a recupero energetico più del **99%** dei nostri rifiuti.

RESPONSABILITÀ SOCIALE



SICUREZZA SUL LAVORO

Il tasso di infortuni si conferma **inferiore allo 0,7%** della popolazione aziendale.

La formazione sulla **Safety Leadership** ha coinvolto 300 People Manager, e continua la collaborazione con i nostri fornitori. La Certificazione 45001 è ora estesa anche a Sesto San Giovanni e all'Università della Birra. La tecnologia ci supporta con dashboard pubbliche di controllo, e nel programma che riduce le **interferenze tra umano e carrello elevatore**.



DE&I

Insieme a **Fondazione Libellula**, di cui siamo membri del network, abbiamo inaugurato il "**Programma Genitori**" e promosso un webinar sulla **violenza di genere**. La formazione sulla **Leadership Inclusiva** è arrivata a coinvolgere il 50% dei nostri People Manager.

Abbiamo attivato il percorso di Coaching "Back to Work" dedicato ai **neogenitori** e un programma per contrastare l'**ageismo**.

CONSUMO RESPONSABILE



RESPONSIBILITY IN EDUCATION

La formazione degli studenti delle classi 5° degli **istituti alberghieri**, futuri operatori dell'Ho.Re.Ca. e ambasciatori di consumo moderato e responsabile, ha interessato 10 scuole in Lombardia e Puglia, 750 studenti e 25 corsi online e in aula.



PROMUOVERE LA MODERAZIONE

Oltre 5.000 visitatori al **Greener Bar** durante il Gran Premio di Formula E di Roma (9-10 aprile), e 348 milioni di contatti lordi per la campagna digitale "**When you Drive Never Drink**".

NEUTRALITÀ CARBONICA • CIRCOLARITÀ • TUTELA DELLE RISORSE IDRICHE

AMBIENTE

 **HEINEKEN**

PREVA

LE

Ambiente



OBIETTIVO



- Da quando nel 2010 è iniziato il nostro percorso di decarbonizzazione, siamo a metà strada verso il raggiungimento dell'obiettivo di zero emissioni nette in produzione nel 2030.

OBIETTIVO



- Nel 2030 puntiamo a raggiungere un'efficienza idrica di 2,9 hl/hl in tutti i nostri Birrifici e di 2,6 hl/hl nel Birrificio di Massafra.

Rispetto al 2010, la nostra produzione è aumentata di più del 36%, ma i nostri consumi sono progressivamente diminuiti.

Abbiamo ridotto le nostre emissioni di CO₂ del 44% in termini assoluti e del 59% per ogni ettolitro di birra prodotta.

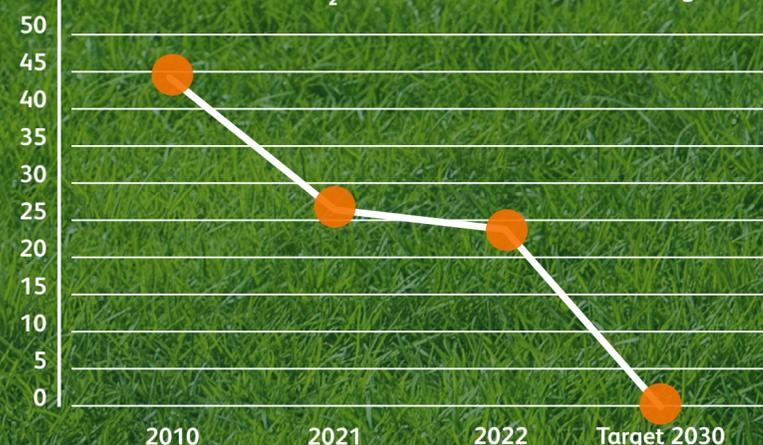
Nel 2022 il consumo medio di acqua nei nostri Birrifici è di 4,08 hl/hl. A Massafra nell'ultimo anno siamo passati da 3,34 hl/hl a 3,17 hl/hl (-5% rispetto al 2021).

ZERO EMISSIONI NETTE IN PRODUZIONE NEL 2030

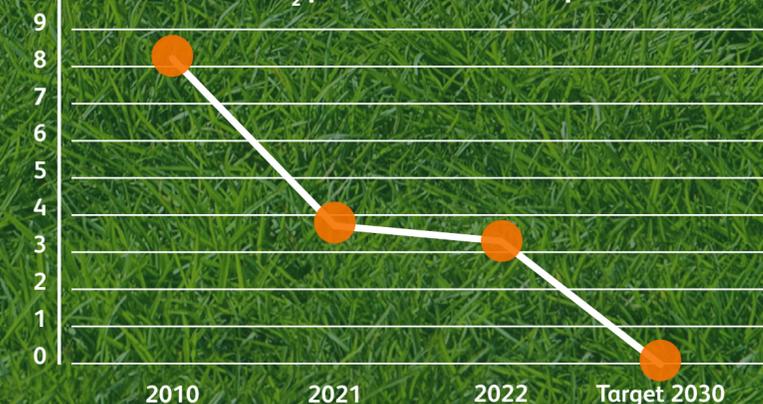
Stiamo lavorando su due fonti:

- **REDUCE:** ridurre i consumi energetici di tutti i nostri birrifici, implementando continue innovazioni;
- **REPLACE:** nei processi interni, sostituire ovunque possibile i combustibili fossili con fonti di energia termica rinnovabili (come biometano, biomasse o energia elettrica da fotovoltaico).

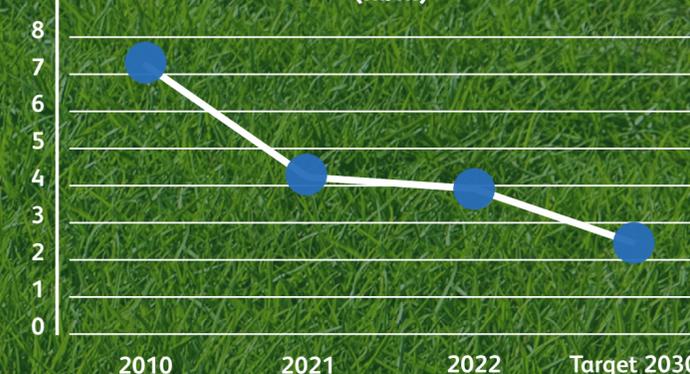
Emissioni di CO₂ in valore assoluto (mln di kg)



Emissioni di CO₂ per ettolitro di birra prodotta (hl/hl)



Acqua consumata per ettolitro di birra prodotta (hl/hl)



RIDUCIAMO IL NOSTRO CONSUMO IDRICO

L'acqua è la nostra materia prima per eccellenza: costituisce infatti il 95% delle nostre birre.

Tutelarla è la nostra priorità, e per questo stiamo lavorando per ridurre il consumo attraverso un continuo efficientamento del processo produttivo e l'azione di un team dedicato.

NEUTRALITÀ CARBONICA

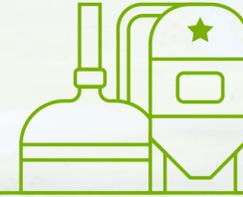
Dal 2010 abbiamo ridotto del:

- 44%
le emissioni
assolute

- 59%
le emissioni
per ettolitro
di birra
prodotta

- 640
camion
su strada

PRODUZIONE



Anche nel 2022, abbiamo aumentato la nostra produzione ma abbiamo ridotto le nostre emissioni per ettolitro di birra prodotta, con minori consumi di energia termica. Un risultato ottenuto grazie all'implementazione di good practice tra cui la coibentazione degli impianti, l'ottimizzazione degli impianti di riscaldamento e l'efficientamento dei processi.

Da **3,63** a **3,38**
kg di CO₂/hl
di birra prodotta

Birra prodotta
in più

1%



2021



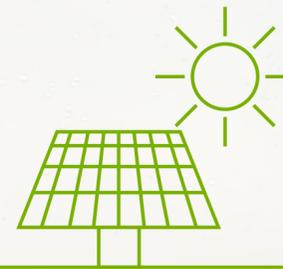
2022

1.600
ton di CO₂ evitate

- 6%

L'equivalente dell'anidride carbonica assorbita in un anno da **un bosco grande quanto l'isola di Ponza**

ENERGIA RINNOVABILE



Il 100% dei nostri approvvigionamenti di energia elettrica provengono da fonti rinnovabili. Inoltre, il Birrifico di Massafra è risultato terzo al mondo nella classifica di Solar Plaza per pannelli solari installati, preceduto da due stabilimenti HEINEKEN nei Paesi Bassi (Den Bosch e Zouterwoude).

LOGISTICA



Nel 2022 abbiamo alleggerito l'impronta ecologica della nostra logistica interna e dei nostri trasporti, grazie all'utilizzo di carrelli elevatori elettrici nel 100% dei casi, optando per l'intermodalità e ottimizzando gli spostamenti. Nel 2022, infatti, abbiamo utilizzato il treno, a minor impatto ambientale rispetto al trasporto su gomma, nel 96% dei viaggi in cui era possibile e stiamo testando una modalità di trasporto combinata di nave e treno. Il piano di efficientamento degli spostamenti interni sta portando buoni frutti: la riduzione dei trasporti operata nel 2022 ha evitato i movimenti logistici di 640 camion.

PACKAGING

Turno: 0705 1902 000
Anni: 0000 0000 000
Stato: Produzione
30 - Tel: 02070 4-4

I CLUSTER PACK

Il passaggio degli imballaggi dei cluster pack dalla tipologia “over the top” a “neck through” ha permesso di ridurre di oltre il 25% la quantità di cartone utilizzata in ogni singolo prodotto.



Nel 2022 abbiamo risparmiato oltre 113 tonnellate di carta e 30 tonnellate di plastica.



VASSOI IN CARTA

Abbiamo eliminato il vassoio di cartone per il packaging delle lattine di Birra Moretti da 33 cl, il che ci ha permesso di evitare l'immissione sul mercato di 1.600.000 vassoi, risparmiando oltre **113 tonnellate di carta.**

Circa 565.000 libri tascabili da 200 pagine

ETICHETTE PSL

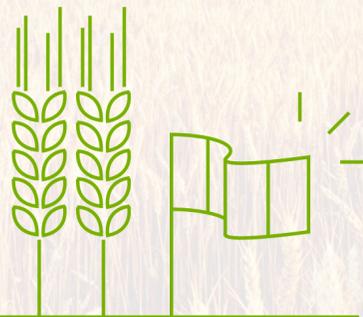
Abbiamo ridotto la dimensione delle etichette delle bottiglie Heineken®, con un risparmio di più di 30 tonnellate di plastica.



Bottiglia da 33 cl: **-8%**
Bottiglia da 40 cl: **-6%**
Bottiglia da 66 cl: **-20%**

RISORSE E SPAZI

LA FILIERA



Cerchiamo, ovunque possibile, di scegliere prodotti italiani nella nostra produzione: nel 2022, circa il 25% del malto d'orzo e il 76% del mais che utilizziamo nei nostri stabilimenti viene da colture italiane.

GESTIONE AMBIENTALE

Abbiamo rinnovato la Certificazione 14001, che regola la corretta gestione ambientale, applicata alla sede di Sesto San Giovanni e a tutti i Birrifici.



LA VITA DEI RIFIUTI



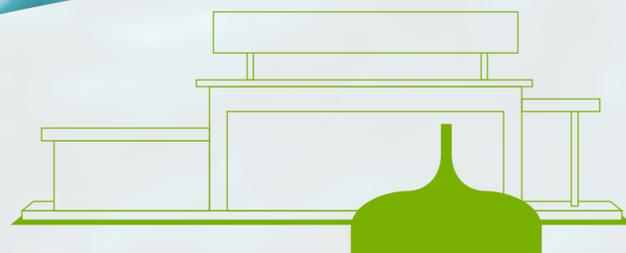
Lo scorso anno è stato riciclato o destinato a recupero energetico più del 99% dei rifiuti prodotti in HEINEKEN Italia.

LO SMART PIÙ GREEN

Anche nel 2022 i dipendenti della sede di Sesto San Giovanni hanno potuto adottare modalità di lavoro in remoto. Questa scelta ha permesso di evitare in un anno l'emissione di circa 300 tonnellate di CO₂ relative agli spostamenti.



TUTELA DELLE RISORSE IDRICHE



IL BIRRIFICIO DI MASSAFRA

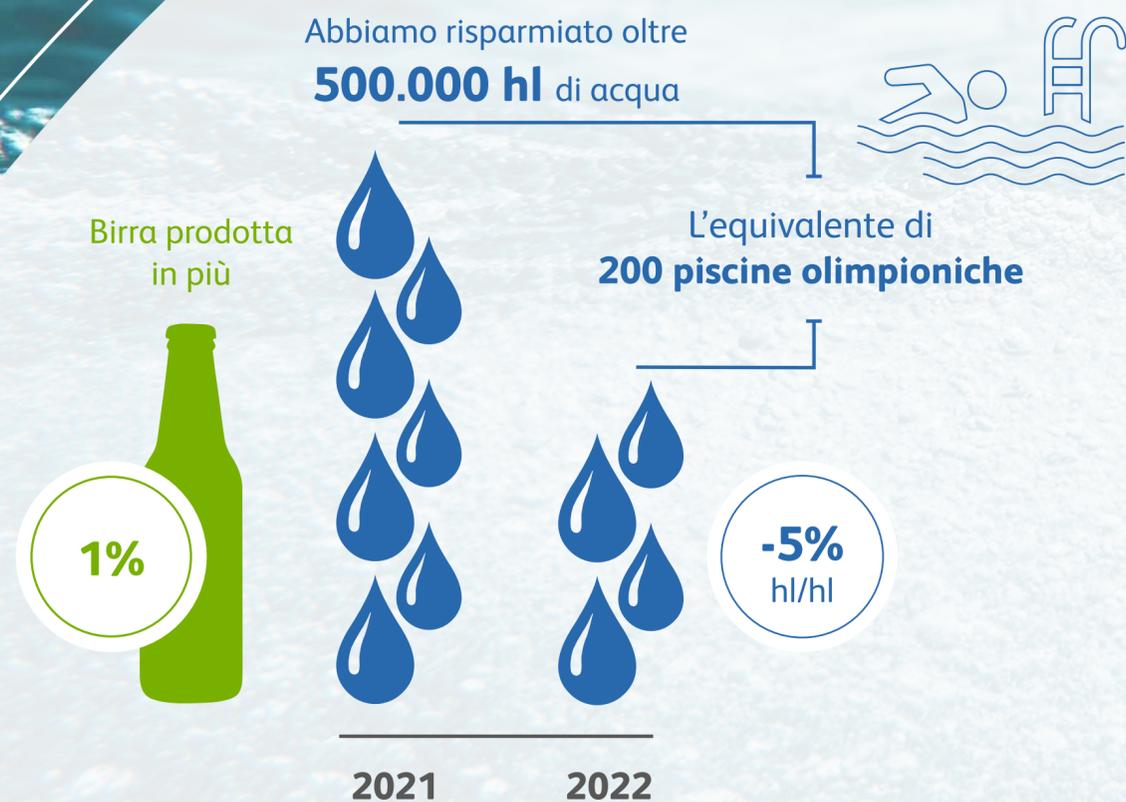
Quello pugliese è uno dei 33 Birrifici HEINEKEN nel mondo ad operare in un'area soggetta a stress idrico. Per questo, i nostri obiettivi per la sua efficienza idrica sono ancora più sfidanti rispetto agli altri tre stabilimenti italiani e le buone pratiche applicate qui diventano un riferimento interno da replicare sugli altri.

Nel 2022 le modifiche implementate hanno permesso di **ridurre del 5% il consumo di acqua** rispetto alla birra prodotta: da 3,34 hl/hl a 3,17 hl/hl. Punto di svolta, l'installazione dei **compressori a vite** al posto delle pompe da vuoto ad anello liquido, per un risparmio di 2.250 kWh di energia elettrica e 7.900 hl di acqua.

Nei primi 4 mesi del 2023 abbiamo prodotto **100mila hl di birra in più** rispetto al 2022 e consumato **700mila hl di acqua in meno**. Puntiamo a ridurre i consumi di 3,2 milioni di hl (-11%) entro fine anno.

UN TEAM DEDICATO

Un team di ingegneri formato da rappresentanti in ogni Birrificio è incaricato di **analizzare i nostri sistemi produttivi**, individuandone le criticità e proponendo interventi mirati e specifici che permetteranno di raggiungere gli obiettivi prefissati.



**BETTER
WORLD**

RAISE THE BAR 2030

RESPONSABILITÀ SOCIALE
INCLUSIONE • SICUREZZA • IMPATTO SOCIALE POSITIVO



Responsabilità sociale

Insieme a Fondazione Libellula, abbiamo coinvolto le nostre persone sui temi di parità e violenza di genere e genitorialità condivisa.

Coaching per neogenitori e il programma Mix&Match contro l'ageismo.

12 nuovi Life Saving Commitments

Supporti tecnologici a servizio delle persone: riduciamo le interferenze con i carrelli elevatori e beneficiamo di dashboard immediate di controllo.

In HEINEKEN Italia la sicurezza delle persone è la priorità numero uno. Da anni l'azienda lavora per creare una cultura della sicurezza e tenere sempre al massimo livello tutti i sistemi di prevenzione, monitoraggio e analisi. Un approccio che ha permesso negli ultimi 5 anni di contenere il tasso di infortuni rispetto alle persone sotto lo 0,7%.

SAFETY LEADERSHIP



Anche nel 2022 circa **300 People Manager** sono stati coinvolti nel programma di formazione dedicato a sensibilizzare i leader sul loro ruolo di riferimento nella sicurezza. Abbiamo approfondito inoltre la collaborazione con i nostri **fornitori** per una riduzione continua dei rischi durante le attività lavorative.

LA CERTIFICAZIONE

La Certificazione 45001 sulla salute e sicurezza sul lavoro è stata **rinnovata ed estesa** anche alla sede centrale di Sesto San Giovanni e all'Università della Birra.



SOTTO GLI OCCHI DI TUTTI

La digitalizzazione dei sistemi ha consentito di creare **dashboard condivise**, che aiutano a misurare le prestazioni e a tenere sotto controllo i processi.

SICUREZZA SUL LAVORO



LA BEST PRACTICE

Grazie all'attivazione di un programma dedicato e all'installazione di appositi sensori che fermano il mezzo se rilevano una possibile collisione con altri carrelli o pedoni, in tutti i siti italiani abbiamo **ridotto le possibili interferenze uomo e carrello elevatore.**

LIFE SAVING COMMITTMENTS

Abbiamo introdotto i nuovi **Life Saving Commitments (LSC)**, 12 regole chiare e immediate che aiuteranno a garantire la sicurezza dei nostri dipendenti. Il principio guida: "Ferma il lavoro se le condizioni e/o i comportamenti tenuti non sono sicuri!"

Il lancio è avvenuto il 28 aprile durante il **Safety Day 2022**. Dopo l'apertura dell'evento da parte del Managing Director di HEINEKEN Italia Wietse Mutters, sono stati mostrati dei video realizzati dai dipendenti e pubblicati sul social network aziendale con l'hashtag #MIMPEGNO. Gli autori dei video con più like sono stati invitati a partecipare al corso di guida sicura "Off Road" presso il centro di formazione Quattroruote a Vairano (PV).



SICUREZZA SUL LAVORO



CULTURA E COMPORAMENTI

- Abbiamo avviato la collaborazione con **Fondazione Libellula** per sostenerne l'impegno per la parità di genere e contro ogni forma di violenza e discriminazione. Per consolidare tale solidarietà, a maggio HEINEKEN Italia ha deciso di entrare nel network di Fondazione Libellula.
- È stato inaugurato il **“Programma Genitori”** in collaborazione con Fondazione Libellula, con l'obiettivo di sostenere e promuovere una cultura della genitorialità condivisa e offrire supporto a ogni tipo di famiglia.

- Insieme a Fondazione Libellula, abbiamo promosso un webinar sul tema della **violenza di genere** e delle sue declinazioni. Tra i temi, come imparare a riconoscerla anche negli aspetti più sfumati, come prevenirla e contrastarla, gli strumenti per favorire la comprensione reciproca e l'alleanza tra generi.
- È proseguito il programma di formazione sulla **Leadership Inclusiva** dedicato ai People Manager circa i pregiudizi inconsci e le 9 HEINEKEN Inclusive Practices. A fine 2022 è stato formato in tal senso il 50% della popolazione interessata.

POLICIES E WELFARE

Abbiamo attivato un percorso di **Coaching di Gruppo dedicato ai neogenitori: “Back to Work”**.

EDUCAZIONE E ASCOLTO

- È stato sviluppato il programma **“Mix & Match”** per favorire la conoscenza, la condivisione e il dialogo tra persone di età e generazioni diverse, contrastando così l'**ageismo**, ovvero la diffusione di pregiudizi, stereotipi e discriminazioni legati all'età.

DIVERSITY, EQUITY & INCLUSION

WORLD LEADER

RAISE THE BAR 2030

CONSUMO RESPONSABILE

PROPOSTE ANALCOLICHE • PROMUOVERE LA MODERAZIONE



Consumo responsabile

Sensibilizzazione e socialità con il Greener Bar presente al Gran Premio di Formula E a Roma.

Prosegue l'impegno a destinare il 10% del budget pubblicitario di Heineken® alla campagna di consumo responsabile Enjoy Heineken® Responsibly.

Il futuro dell'Ho.Re.Ca. a lezione di consumo responsabile: il successo e l'espansione futura del progetto Responsibility in Education.

 **HEINEKEN**

PROMUOVERE LA MODERAZIONE

IL "GREENER BAR"

Nel 2022 il Greener Bar ha attratto oltre 5.000 visitatori durante il Gran Premio di Formula E a Roma (9-10 aprile), di cui Heineken® è Official Beer and Cider Partner. La struttura, accessibile a tutti i possessori di un ticket Grand Stand, comprende un bancone realizzato con casse di Heineken® riciclate, panche costruite con il legno di olmi caduti naturalmente vicino al birrificio di Amsterdam e cuscini realizzati riutilizzando i tessuti di vecchie divise Heineken®. Oltre a bicchieri e fusti di birra riutilizzabili, i principali supporti sono stati zero-waste design.



WHEN YOU DRIVE NEVER DRINK

Continuiamo a mettere in pratica l'impegno di investire il 10% del budget pubblicitario del brand Heineken® nel promuovere il consumo responsabile: la campagna Enjoy Heineken® Responsibly, veicolata digitalmente, nel 2022 ha sviluppato 348 milioni di contatti lordi.



ETICHETTE CHE COMUNICANO

Parliamo ogni giorno ai nostri consumatori tramite le etichette sulle nostre bottiglie: grazie a icone specifiche, promuoviamo la moderazione proprio nel momento del consumo, e invitiamo a non bere se si guida o durante la gravidanza.

Le nostre etichette riportano la lista completa degli ingredienti, superando quindi la normativa europea che richiede solo di specificare gli allergeni.



HEINEKEN

RESPONSIBILITY IN EDUCATION

Un percorso formativo dedicato agli studenti delle classi 5° delle scuole alberghiere con l'obiettivo di formare i futuri operatori Ho.Re.Ca. per diventare ambasciatori di un consumo moderato e responsabile, oltre ad approfondire la cultura birraria e sviluppare le proprie capacità e competenze manageriali, grazie a corsi in aula e contenuti online.

Risultati 2022

ATTIVITÀ IN AULA

- 10 Scuole (Lombardia, Puglia)
- 750 Studenti coinvolti
- 25 corsi

ATTIVITÀ ONLINE

- Landing Page dedicata
- Piattaforma con contenuti esclusivi per studenti e docenti

ATTIVITÀ ISTITUZIONALE

- Incontro con le istituzioni
- Patrocinio della Regione Lombardia

OBIETTIVO
2023



- Coinvolgere oltre 2000 studenti.



RAISE THE BAR

La strategia al 2030 in un sottobicchiere



UN PERCORSO PER:

- Azzerare il nostro impatto

Zero emissioni nette in produzione entro il 2030

Emissioni zero (carbon neutrality) nell'intera catena del valore entro il 2040

- Creare un mondo più inclusivo, giusto ed equo

Quota Zero infortuni sul lavoro

Equilibrio di genere nel Management

40% di donne al 2030

- Promuovere un consumo moderato e responsabile

Informazioni chiare e precise su tutti i nostri prodotti

Offrire ai consumatori due opzioni di prodotti a zero alcol in ogni mercato in cui HEINEKEN opera