



2011-2012



RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ

Per noi che crediamo nell'Italia



A subsidiary of SABMiller plc

IL TAPPO BIRRA PERONI

Ogni regina ha la sua corona, una cornice dorata dentro la quale racchiudere il privilegio della tradizione. Quella di Birra Peroni è il suo tappo, unico, inconfondibile, immutato nel tempo, scelto anche per questo come protagonista della copertina di questo Rapporto.

Ambasciatore di Birra Peroni, il tappo è un simbolo, la cui versione ingrandita fu scelta come insegna metallica affissa all'ingresso dei locali per indicarne l'affidabilità igienica e qualitativa, ma anche per la garanzia della freschezza e dell'originalità della birra venduta.

Il tappo non è soltanto garante dell'affidabilità di Birra Peroni, ma è identità e marchio, rivelatore di quei valori e di quella passione che, pur nella corsa dei tempi, non hanno mai tradito la passione di Birra Peroni per la qualità.

NOTA METODOLOGICA	2
LETTERA AGLI STAKEHOLDER	3
CREDERE NEL NOSTRO PAESE	4
• BIRRA PERONI IERI	5
• BIRRA PERONI OGGI	7
• L'AZIENDA	7
• UN'AZIENDA ITALIANA IN UN GRUPPO MULTINAZIONALE	8
• UN'IMPRESA RADICATA NEL TERRITORIO	8
CREDERE NELLA QUALITÀ DEL NOSTRO PRODOTTO	10
• QUATTRO INGREDIENTI NATURALI	11
• PASSIONE PER LA QUALITÀ	12
• IL "GUSTO" PER LA QUALITÀ	13
• I NOSTRI PRODOTTI	14
• CERTIFICAZIONI DI QUALITÀ	16
• IL DIALOGO APERTO CON IL CLIENTE	17
CREDERE NELLA NOSTRA SOSTENIBILITÀ	18
• BIRRA PERONI E L'ECCELLENZA ITALIANA	19
• CONSUMO RESPONSABILE	22
• ACQUA	25
• ENERGIA ED EMISSIONI	28
• PACKAGING	31
• RIFIUTI	32
• SVILUPPO DELL'IMPRENDITORIALITÀ	33
• COMUNITÀ	35
• HIV / AIDS	38
• DIRITTI UMANI	38
• TRASPARENZA ED ETICA	39
CREDERE NELLA NOSTRA SQUADRA	42
• IL VALORE DELLE RISORSE UMANE	43
• LA FILOSOFIA CHE UNISCE	43
• INVESTIRE SUI TALENTI	44
• UN'AZIENDA FATTA DI PERSONE	44
• PREMIARE I RISULTATI	44
• LA CULTURA DELLA SICUREZZA	44
• LA VOCE DELL'AZIENDA È QUELLA DEI SUOI DIPENDENTI	45
• IL POSTO IDEALE DOVE LAVORARE	45

NOTA METODOLOGICA

Il Rapporto di Sostenibilità di Birra Peroni, alla sua seconda edizione, è stato redatto secondo le più recenti Sustainability Reporting Guidelines della Global Reporting Initiative (GRI) versione 3.1. I dati e gli indicatori presenti nel Rapporto di Sostenibilità fanno riferimento a Birra Peroni. Si precisa che per "2012" si intende l'esercizio fiscale che per il Gruppo Birra Peroni va dal primo aprile 2011 al 31 marzo 2012 e che per "2011" si intende l'esercizio che va dal primo aprile 2010 al 31 marzo 2011.



Sul sito web www.birraperoni.it, all'interno della sezione "sviluppo sostenibile", è disponibile l'indice degli indicatori GRI, che indica dove sono posizionate nel Rapporto, le informazioni richieste dalla linee guida GRI-G3.1.

Il Rapporto di Sostenibilità presenta i principali impatti economici, ambientali e sociali e permette di inquadrare in un contesto più ampio l'attività dell'azienda, illustrando gli aspetti rilevanti per il settore e l'ambito territoriale di riferimento.

Il dettaglio conferito alle diverse aree di rendicontazione deriva dal loro peso negli obiettivi e nelle strategie di Birra Peroni nonché dalla loro rilevanza per gli stakeholder dell'azienda così come emersa dalle attività di mappatura e di ascolto realizzate.

In particolare, i temi e le informazioni qualitative e quantitative di rendicontazione sono stati definiti sulla base:

- ✓ delle 10 Priorità di sviluppo sostenibile che rappresentano la base della strategia dell'azienda e dell'intero Gruppo SABMiller;
- ✓ dello standard GRI-G3.1;
- ✓ delle riflessioni e delle richieste dei principali stakeholder aziendali emerse durante il workshop di consultazione svoltosi presso la sede centrale di Birra Peroni nel marzo 2012;
- ✓ dei primi risultati del progetto CSR Manager Network – Istat.

Il progetto CSR Manager Network – Istat (Istituto Nazionale di Statistica) intende identificare i punti di convergenza tra i dati macroeconomici di benessere ecosostenibile elaborati dal Sistema Statistico Italiano (Istat) e le informazioni economiche, ambientali e sociali elaborate secondo lo standard internazionale GRI-G3.1 contenute nei bilanci di sostenibilità delle imprese italiane.

L'obiettivo è creare protocolli di compilazione e calcolo comuni sui dati di sostenibilità per favorire la comparazione tra aziende e sviluppare, in futuro, un sistema di rilevamento statistico in grado di catturare i diversi aspetti del valore creato dall'attività economica, sociale e culturale anche a livello micro dalle imprese.

Il secondo Rapporto di Sostenibilità di Birra Peroni include la maggior parte degli indicatori quantitativi Istat-GRI che verranno utilizzati nel corso del progetto descritto e quasi tutti gli indicatori quantitativi GRI-G3 votati come "i più importanti" dai CSR Manager italiani associati al CSR Manager Network Italia.

La lettura del secondo Rapporto di Sostenibilità è stata anche resa più comprensibile ai non addetti ai lavori grazie all'utilizzo di un linguaggio il più semplice e con il supporto di immagini, grafici e tabelle.

Per molti dei temi più complessi come quelli relativi all'acqua, all'energia e alle emissioni è stata effettuata una descrizione più approfondita per rendere di più semplice comprensione l'intero processo e le attività realizzate dall'azienda per minimizzare gli impatti ambientali connessi.

Gli indicatori rappresentativi dei risultati riflettono la misurazione della performance indipendentemente dall'andamento positivo o negativo.

I dati sono stati elaborati e verificati dai vari responsabili di funzione. La sezione riguardante le performance economiche è stata redatta con gli stessi dati estratti dal Rapporto di Esercizio di Birra Peroni, sottoposto a verifica da parte di revisori esterni e indipendenti. Le informazioni relative al Gruppo SABMiller sono state tratte da documenti istituzionali pubblici approvati dagli organi aziendali a ciò deputati. Il Rapporto di Sostenibilità è stato approvato dai membri dell'Executive Committee.

Dove possibile è stato proposto il confronto tra i dati 2011-12 e i dati dell'esercizio precedente; laddove significativo è stato presentato il *trend* anche su più anni.

Si precisa che i dati energetici riportati all'interno dell'allegato GRI sono stati calcolati utilizzando assunzioni e fattori di conversione in linea con il sistema di reporting SAM (Sustainability Assessment Matrix) del gruppo SABMiller, ma lievemente differenti da quelli della contabilità industriale riportati all'interno del Rapporto di Sostenibilità nel paragrafo dedicato a una delle 10 Priorità – Energia ed Emissioni – per cui si è voluto offrire il *trend* storico non disponibile all'interno del sistema di reporting SAM creato solo a partire dal 2009.

Inoltre, i dati relativi ad una piccola parte dei consumi di energia termica (il biogas recuperato al depuratore e il gasolio per i carrelli elevatori) per gli esercizi anteriori al 2009-10 sono stati oggetto di stima in quanto introdotti come Key Performance Indicator solo di recente.

È stata richiesta al GRI la verifica del livello di applicazione delle linee guida.

Per ulteriori informazioni e suggerimenti o per richiedere una copia del Rapporto di Sostenibilità, è possibile contattare: corporateaffairs@peroni.it



LETTERA AGLI STAKEHOLDER

Per noi il secondo Rapporto di Sostenibilità che vi accingete a leggere ha un significato particolare. Quest'anno, forti delle nostre radici italiane, abbiamo scelto un filo conduttore evidente, nitido senza ambiguità: "Per noi che crediamo nell'Italia".

Cosa significa credere nell'Italia? Per noi significa prima di tutto credere nella nostra storia, nella sapiente selezione delle materie prime, nelle nostre tradizioni produttive di qualità, oggi favorita dal progresso tecnologico, pur mantenendo inalterata la nostra tradizione di produttori di birra dal 1846. Significa credere nel nostro capitale umano e nella catena del valore che la nostra attività crea. Significa valorizzare la nostra presenza nel Paese, contribuendo alla crescita economica, restituendo ricchezza alle comunità locali in cui operiamo.

Se si considerano anche gli impatti economici indiretti, il contributo all'economia del Paese nel periodo di riferimento è stato superiore al miliardo di euro, con un'occupazione generata pari a circa 19.000 persone.

Inoltre – ritenendo fondamentale misurare l'impatto ambientale e sociale che ogni attività economica determina – per noi credere nell'Italia significa promuovere un consumo responsabile del nostro prodotto e curare ogni momento del processo produttivo.

E soprattutto, significa contribuire a tutelare l'immenso patrimonio culturale e ambientale che questo Paese custodisce.

Proprio nell'ambito della tutela ambientale, Birra Peroni ha continuato a investire risorse umane ed economiche, allo scopo di rendere il processo di produzione della birra sempre più sostenibile, con performance di eccellenza nella gestione degli scarti di lavorazione, raggiungendo punte del 97% nel riciclo dei rifiuti prodotti. E diminuendo sempre di più le emissioni generate e il consumo di acqua (-7,4%) e di energia (-6%).

Ma credere nell'Italia vuol dire anche dar vita a progetti in favore dell'occupazione giovanile, della ricerca, del sociale, confermando il sostegno a iniziative pluriennali, già avviate lo scorso anno, del mondo del non profit.

Queste azioni di Birra Peroni sono espressione delle 10 priorità che il Gruppo si è dato, che riguardano proprio la riduzione dell'impatto ambientale nel processo di produzione e nella catena di fornitura, il consumo responsabile e lo sviluppo di progetti a sostegno delle comunità locali e dell'imprenditorialità.

Per renderci conto, noi per primi, di quanto efficace sia stata la nostra attività in questi campi abbiamo aumentato il numero di indicatori di

performance dello standard GRI-G3.1. Per di più, da quest'anno, sono stati inseriti un insieme di dati e di informazioni riferite al progetto sperimentale Istat-CSR Manager Network, con l'obiettivo di comporre un insieme di indicatori multilivello, per stimare più precisamente il contributo delle singole aziende allo sviluppo sostenibile del sistema macroeconomico.

Ottenere questi risultati senza avere il privilegio di comunicarli a voi sarebbe inutile, soprattutto per un Gruppo che vede nei suoi Stakeholder la propria comunità di riferimento. D'altra parte comunicare vuol dire, dal latino communis agere, mettere in comune le azioni.

A questo scopo nel corso del 2012 è stato organizzato un workshop di consultazione degli Stakeholder con l'obiettivo di registrarne opinioni, indicazioni e suggerimenti preziosi, in merito ai progetti avviati e a quelli di là da venire.

Birra Peroni guarda oggi a questa comunità per continuare a migliorare la propria azione. Nella piena convinzione che credere nell'Italia sia un modo di produrre, di lavorare, di pensare, e in fondo di vivere.

Chief Executive Officer
di Birra Peroni
ROBERTO JARRÍN



**CREDERE
NEL NOSTRO PAESE**

BIRRA PERONI IERI

Nel 1846 l'Italia è attraversata dai fermenti rivoluzionari e il sentimento unitario si fa largo dal Nord al Sud della Penisola. In quell'anno a Vigevano, nel Regno di Savoia, Francesco Peroni apre una piccola fabbrica di birra. Dopo 18 anni e due guerre di Indipendenza, nel 1864 viene inaugurato a Roma, nei pressi di piazza di Spagna, il secondo stabilimento. L'Italia è ancora giovane, così come il progetto industriale della famiglia Peroni di lanciare la produzione di birra anche nel Centro. In pochi anni questa aspirazione diviene realtà e l'azienda consolida la propria posizione sul mercato romano anche grazie alla fusione, agli inizi del Novecento, con la più importante fabbrica di ghiaccio della Capitale.

I primi trent'anni del nuovo secolo sono quelli della crescita industriale: tra il 1924 e il 1930 aprono la fabbrica di Bari, di Napoli e dell'Aquila, e Birra Peroni si afferma leader sul territorio italiano. Negli anni '50, dopo la Seconda Guerra Mondiale, l'attività dell'azienda riprende più forte di prima, grazie anche alla spinta dei consumi e all'acquisizione di storici marchi nazionali come la Dormish di Udine, la Pilsen di Padova, la Raffo di Taranto e la Wührer di Brescia, consolidando il proprio sviluppo sul territorio con una



Stabilimento di Roma - inizi 1900

*Oltre 160 anni
di impegno e passione*

Dall'idea imprenditoriale di Francesco Peroni sono passati oltre 160 anni; il mondo è cambiato, la competizione industriale ha abbattuto i confini degli stati e molti prodotti hanno perso la loro identità originaria per assumere le grigie tonalità del mercato. Non è stato così per Birra Peroni, che pur vestendo un abito internazionale, mantiene ancora oggi intatto il suo cuore italiano.

rete distributiva di 400 ditte concessionarie e 14 impianti di imbottigliamento.

Nel 1963 nasce la Nastro Azzurro, la birra premium di Birra Peroni, destinata a conquistare i mercati internazionali, e viene costruito il nuovo stabilimento di Bari, al quale seguiranno quello di Roma nel 1971 e di Padova nel 1973. Gli anni '60 sono quelli della televisione e della pubblicità. Con i Caroselli firmati da Armando Testa nasce il mito della Bionda Peroni, che entrerà a far parte della vita di tutti gli italiani. Un decennio più tardi viene maturata la decisione di espandersi sui mercati esteri attraverso la diversificazione del portafoglio prodotti e l'avvio di collaborazioni con aziende internazionali, mentre tra gli anni '80 e '90 il Gruppo attraversa un'importante riorganizzazione aziendale, segnata dal lancio di un nuovo packaging, da nuove campagne pubblicitarie, sempre più strategiche e mirate, e da nuovi accordi commerciali, come ad esempio l'avvio del legame tra Nastro Azzurro e il mondo del motociclismo.

Un lungo processo che consolida la leadership dell'azienda e la porta nel 2003 a entrare nel Gruppo SABMiller plc, uno dei maggiori gruppi mondiali nella produzione di birre e bevande.



Solvi Stubing

Prima testimonial Birra Peroni



Cortile stabilimento di Roma - inizi 1900

UNA LINGUA, UNA NAZIONE, UNA BIRRA: IL MUSEO BIRRA PERONI E L'ARCHIVIO STORICO

Una storia industriale che affonda le radici ancor prima dell'Unità d'Italia e sopravvive al tempo merita un luogo dedicato dove ricordare gli uomini, le vicende, i prodotti che l'hanno resa una storia italiana.

Per questo nel 2001 l'azienda ha inaugurato il Museo Birra Peroni che documenta gli aspetti produttivi, commerciali e di costume che hanno sancito il successo, dal 1846 ad oggi, prima nazionale e poi internazionale, dei marchi Peroni e Nastro Azzurro.

L'esposizione si articola in tre sezioni dove i pannelli narrativi si accompagnano ad oggetti, arredi d'ufficio, materiali di confezionamento e promozionali, filmati d'epoca, fotografie, utensili, mezzi di trasporto, manifesti e antichi macchinari.

Il Museo organizza visite guidate e percorsi didattici alla scoperta della storia dell'azienda e dei suoi marchi; funziona come centro di ricerca per studiosi e studenti del settore; collabora con università del territorio.

La memoria dell'azienda è invece raccolta nell'Archivio Storico che conserva oltre 500 metri lineari di documentazione in faldoni e registri, 10.000 immagini,

di cui 3.000 digitalizzate e 1.400 pellicole che comprendono i vecchi caroselli, bozzetti, scatti fotografici.

A questi oggetti si aggiungono inoltre video, oggettistica, confezioni e materiali pubblicitari. Oltre a valorizzare la memoria storica, l'Archivio è un luogo di ricerca e di documentazione, incrementato ed aggiornato costantemente, dotato di una biblioteca, una sala conferenze accessibile ai disabili.

A conferma dell'intreccio profondo tra cultura e industria, Birra Peroni è uno dei soci fondatori di Museimpresa – Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa – che riunisce oggi circa 50 realtà imprenditoriali rappresentative della storia produttiva, culturale e progettuale del Paese.



LE ATTIVITÀ DEL 2012

Bari, febbraio 2012 – “Storie di Cose. La Parola all’Oggetto”. Incontro promosso dal Club delle Imprese per la Cultura di Confindustria Bari in collaborazione con Museimpresa, per presentare al pubblico le storie di quattro grandi aziende che con i loro prodotti hanno caratterizzato le abitudini e gli stili di vita degli italiani.

Roma, novembre 2011 – “L’iconografia e il packaging di Peroni nella storia del design italiano”. In occasione della decima edizione della Settimana della Cultura di Impresa, promossa ogni anno da Confindustria, Birra Peroni ha aperto le porte del suo stabilimento al pubblico per un’esclusiva lezione di design. Attraverso la guida esperta di una storica del design, Domitilla Dardi, il pubblico è stato guidato in un viaggio nel tempo alla scoperta di come oltre 160 anni di storia aziendale e di cultura birraria si intreccino con la storia del costume e della creatività del Paese.

Roma, giugno 2011 – “Portale Archivi d’Impresa”. Birra Peroni, al fianco dei più importanti attori del panorama industriale italiano, ha aderito al progetto realizzato dalla Direzione Generale per gli Archivi del Ministero per i Beni e le Attività Culturali, con una raccolta di fotografie, materiali e immagini pubblicitarie.

Roma, maggio 2011 – “Marcando la Storia. 1960 – 2020: il futuro raccontato da 15 storiche marche italiane”. Mostra esposta al MACRO Testaccio di Roma. La rassegna curata da Antonio Romano, uno dei maggiori esperti italiani di marchi e design, ha raccontato il percorso economico e i successi delle aziende italiane dagli anni '60 ad oggi.

<http://www.birraperoni.it/azienda/museo.php>

BIRRA PERONI OGGI

Intorno all'anima italiana c'è un'impalcatura industriale che ha portato Birra Peroni a produrre 4,5 milioni di ettolitri di birra all'anno. Di questi, più di un milione sono esportati in oltre 40 Paesi dal brand Nastro Azzurro, simbolo indiscusso dell'Italia nel mondo, grazie all'impegno dei 741 dipendenti impiegati presso i tre impianti di produzione: uno in Veneto (Padova), uno in Puglia (Bari) e uno nel Lazio (Roma), dove si trova anche il quartier generale e la sede storica dell'azienda. I suoi marchi principali sono Peroni, Nastro Azzurro e Pilsner Urquell, ai quali si aggiungono altri marchi di prestigio, sia nazionali che internazionali, come Peroni Gran Riserva, Raffo, Wührer e Tourtel. Birra Peroni controlla la società Saplo, che svolge attività di produzione e commercio del malto impiegato nel processo di fabbricazione della birra e la cui sede e stabilimento di produzione sono situati a Pomezia (Roma).

Collaborazioni con il territorio

La scelta dei *partner* commerciali, da parte di Birra Peroni, segue il principio fondamentale della territorialità. I contratti di collaborazione commerciale dell'azienda, infatti, sono stipulati – per la gran parte – con consorzi e imprese industriali radicati sul territorio: CONSEL Consorzio Elis Srl, CONAI, Consorzio Birraviva, Consorzio Padova Energia, Consorzio Bari Energia, Consorzio Napoli Energia, CONAI Kanterbrau Maes Italia Srl.



L'AZIENDA

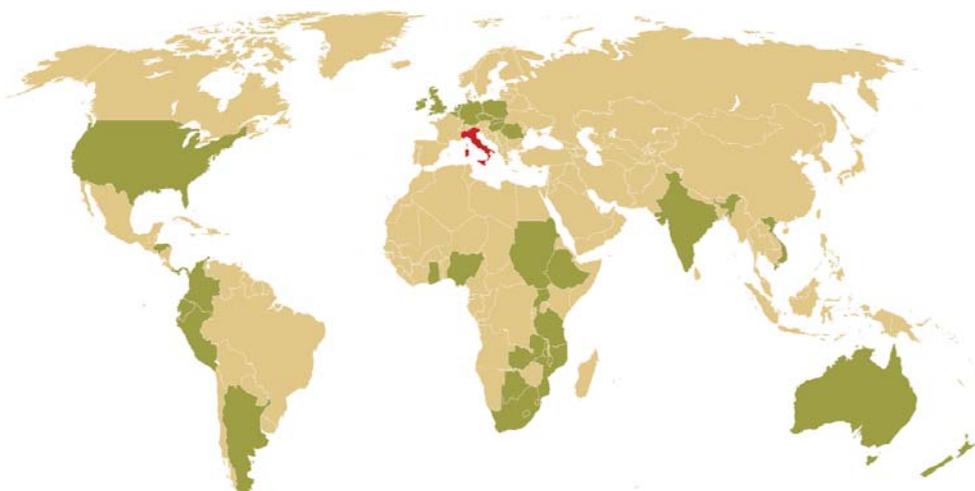
LA VISION	Essere l'azienda a livello globale più stimata nel settore della Birra
LA MISSION	Gestire e sviluppare brand locali ed internazionali che rappresentino la prima scelta del consumatore
I VALORI	Le persone rappresentano il nostro migliore e permanente investimento
	La responsabilità è chiara e personale
	Lavoriamo e vinciamo in squadra
	Capiamo e rispettiamo i nostri clienti ed i nostri consumatori
	La nostra reputazione è la cosa più importante



Executive Committee Birra Peroni:

Emiliano Maria Cappuccitti, Roberto Cavalli, Luca Beretta, Tommaso Norsa, Daniel Grass, Marco Pesaresi, Federico Sannella, Roberto Jarrin, Mauricio Orbe

UN'AZIENDA ITALIANA IN UN GRUPPO MULTINAZIONALE



Dal 2003 Birra Peroni è entrata a far parte del Gruppo SABMiller plc, uno dei principali produttori mondiali di birra, presente in 75 Paesi e 6 continenti con oltre 200 marchi in portafoglio e più di 70.000 dipendenti.

SABMiller dispone di un ampio portafoglio di marchi premium come le birre internazionali Grolsch, Miller Genuine Draft, Peroni Nastro Azzurro e Pilsner Urquell, nonché numerose birre leader sui mercati locali, come Aguila, Castle, Miller Lite, Snow (la birra più venduta in Cina) e Tyskie. La dipendenza di Birra Peroni dal Gruppo SABMiller è funzionale alla definizione strategica e alla gestione di tutte le tematiche connesse ai processi produttivi, dipende direttamente dal Gruppo SABMiller.

UN'IMPRESA RADICATA NEL TERRITORIO

Compito di una grande azienda è restituire parte della ricchezza prodotta alla sua comunità e a quel territorio che è stato terreno di coltivazione ideale non solo per l'orzo ma anche per un'idea visionaria vincente. Fedele a questa filosofia Birra Peroni ha generato – al 31 marzo 2012 –

oltre 495 milioni di euro di valore economico distribuito, un contributo importante alla ricchezza, allo sviluppo economico del Paese e al benessere dei propri stakeholder, siano essi dipendenti, fornitori, Pubblica Amministrazione e tutta la comunità di riferimento. I ricavi aziendali

non sono ad esclusivo appannaggio degli azionisti, ma vengono ridistribuiti in termini di ricchezza prodotta. Questi comprendono la retribuzione del personale; le tasse pagate allo Stato (accise sulla produzione, IVA, imposte dirette e contributi sociali per gli occupati); i pagamenti verso i fornitori (al 90% italiani); e infine le liberalità, ovvero le erogazioni di denaro, di beni e di *know-how* in favore di progetti e attività per il territorio e le comunità locali in cui opera Birra Peroni.

I risultati finanziari

Nonostante il perdurare della crisi economica, il mercato della birra ha beneficiato di un aumento medio delle temperature nell'ordine del 6% e ha registrato un incremento di circa il 2,7% grazie soprattutto alle buone performance registrate ad agosto e a settembre. Negli ultimi tre mesi dell'anno (gennaio, febbraio e marzo) definiti "fuori stagione", l'impatto della crisi è apparso evidente e ha colpito maggiormente il settore Ho.Re.Ca. (hotel, ristoranti e caffè) facendo segnare un -0,4% mentre il canale della Grande Distribuzione ha confermato, nello stesso periodo, una leggera crescita rispetto all'anno precedente (+0.5%). In questo difficile contesto di mercato Birra Peroni è riuscita a dare ulteriore valore ai propri marchi principali Peroni e Nastro Azzurro in termini di immagine e prezzo, raggiungendo un sostanziale mantenimento della propria quota di mercato. Il brand Peroni si conferma così leader di mercato in Italia con una quota del 13%.

VALORE ECONOMICO DIRETTAMENTE GENERATO

a) RICAVI	Vendite nette più ricavi da investimenti finanziari e vendita di beni. Il valore riportato non include le accise	424,1 ml EUR
------------------	--	---------------------

VALORE ECONOMICO DISTRIBUITO

b) COSTI OPERATIVI	Pagamenti a fornitori, investimenti non strategici, royalty	320,4 ml EUR
c) RETRIBUZIONI E BENEFIT PER I DIPENDENTI	Uscite monetarie per i dipendenti	46,7 ml EUR
d) REMUNERAZIONE DEI FORNITORI DI CAPITALE	Tutti i pagamenti ai fornitori di capitale	3,7 ml EUR
e) PAGAMENTI ALLA PUBBLICA AMMINISTRAZIONE	Imposte e tasse lorde. Il valore include le accise	124,6 ml EUR
f) INVESTIMENTI NELLA COMUNITÀ	Contributi volontari e investimenti nella comunità	331mla EUR

UN SOSTEGNO ALL'ECONOMIA DEL PAESE

Con una produzione annuale di 4,5 milioni di hl, Birra Peroni, oltre ad impiegare più di 700 persone direttamente, distribuisce la maggior parte dei ricavi (531 milioni nel 2010) alle imprese del territorio, allo Stato e alle comunità locali in cui è inserita.

Questa peculiarità dipende dal fatto che la stragrande maggioranza degli acquisti di prodotti e di servizi (circa il 90% sul totale), sono effettuati verso imprese e microimprese del tessuto economico Italiano.

Il dato emerge da uno studio condotto da Ernst & Young per conto di SABMiller, nel quale la società ha esaminato l'impatto economico diretto e indiretto della produzione e vendita dei prodotti di Birra Peroni con riguardo alle più importanti variabili socio-economiche riferite all'anno 2010.

Dallo studio è emerso il ritratto di un'azienda che, seppur parte di un Gruppo multinazionale, presenta caratteristiche non comuni che ne conservano il proprio DNA Italiano al 100%.

I settori su cui si riflette maggiormente il valore generato da Birra Peroni sono l'**industria del packaging**, l'**agricoltura locale**, il **pubblicitario**, i **trasporti** e l'**industria meccanica di precisione**.

Lo studio condotto da Ernst & Young ha stimato che gli acquisti effettuati da Birra Peroni, nella sola catena di fornitura per la produzione della birra, generano 4.000 posti di lavoro in Italia e ricavi superiori a 400 milioni di euro.

Il **packaging dei prodotti** (bottiglie in vetro, lattine in alluminio, carta, cartone e tappi in acciaio) viene garantito dagli operai delle fabbriche distribuite in prevalenza in Veneto, Lazio, Puglia ed Emilia Romagna. Ogni giorno centinaia di autotrasportatori consegnano fusti di birra, bottiglie e lattine

LE SEDI DEGLI STABILIMENTI BIRRA PERONI



di prodotti a marchio Peroni in tutta Italia, presso i 2.300 punti vendita distribuiti sul territorio.

La partnership di Birra Peroni con il **settore agricolo** rappresenta poi un esempio virtuoso di collaborazione diretta tra i comparti rurale e industriale che genera occupazione per più di 1.600 persone impegnate a lavorare la terra per soddisfare il fabbisogno di orzo e mais pari a oltre 70.000 tonnellate all'anno, con una spesa totale di 37 milioni di euro. Anche lo **Stato** beneficia di entrate dirette e indirette (705

milioni di euro solo nel 2010) sotto forma di tasse che comprendono: le imposte, le accise, i contributi pensionistici versati dall'azienda, e i proventi dell'IVA sui prodotti venduti.

Se si considerano anche gli **impatti economici indiretti**, cioè quelli stimati calcolando i ricavi prodotti dalla vendita dei prodotti Birra Peroni al consumo, nel settore Ho.Re.Ca. (hotel, ristoranti e caffè) e nel settore Retail (supermercati e negozi al dettaglio), il contributo economico all'economia del Paese è ancora maggiore con un'occupazione generata pari a 19.000 persone e un valore economico dalle vendite al pubblico superiore al miliardo di euro.

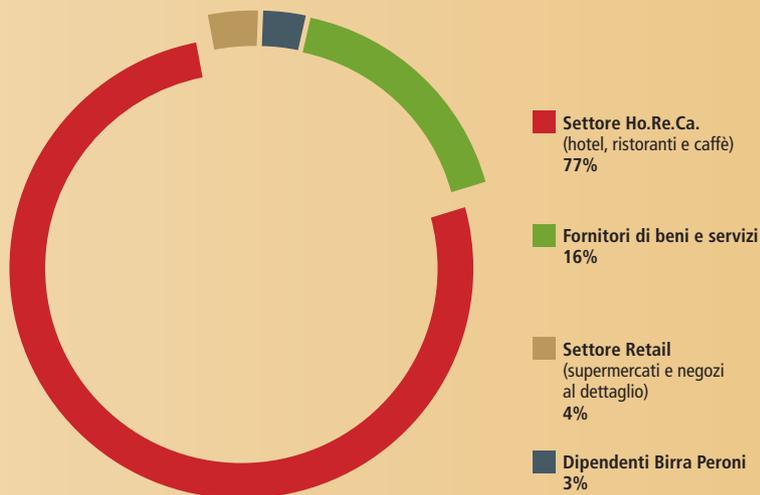
Birra Peroni ha stabilimenti in Veneto, Lazio e Puglia; l'impatto economico, in termini di occupazione, su tali regioni è considerevole.

Birra Peroni è direttamente responsabile di 730 posti di lavoro nei suoi stabilimenti. Circa 2.200 posti di lavoro nei settori delle forniture in Veneto, Lazio e Puglia sono originati dalla produzione e dalla vendita di birra prodotta da Birra Peroni.

Il settore agricolo e il settore del packaging sono quelli che traggono maggiori benefici dalla presenza di Birra Peroni.

Un importante produttore di malto si trova nella Regione Lazio. Questa è anche la regione in cui il settore agricolo trae maggiori benefici dalla presenza di Birra Peroni. Quasi 950 posti di lavoro nel settore agricolo della Regione possono essere attribuiti agli acquisti effettuati da Birra Peroni.

OCCUPAZIONE DIRETTA E INDIRETTA GENERATA DA BIRRA PERONI: 25.150 POSTI DI LAVORO NEL 2010



CREDERE
NELLA QUALITÀ
DEL NOSTRO PRODOTTO



QUATTRO INGREDIENTI NATURALI

Un prodotto naturale nasce da materie prime naturali. E naturali sono l'acqua, il malto d'orzo, il luppolo e il lievito, i quattro ingredienti fondamentali da cui viene prodotta la birra. Dei quattro l'acqua è il componente più rappresentato quantitativamente; deve essere di buona qualità organolettica e pura dal punto di vista microbiologico. Inoltre il suo contenuto di sali deve essere controllato in relazione alla tipologia di birra che si vuole produrre. L'orzo è selezionato in varietà specifiche per la produzione di birra e di qualità controllata per quanto riguarda il contenuto di proteine, di enzimi e la sua capacità germinativa.

Spesso, oltre all'orzo, si ricorre all'utilizzo di altri cereali tra cui il granturco e il mais, ma quello che conta in ogni caso è la capacità di combinare nelle giuste percentuali le diverse qualità di malto disponibili, con gli

altri cereali e con il luppolo sulla base del risultato che si vuole ottenere.

La qualità dell'orzo è inevitabilmente soggetta a variazioni dovute alle diverse condizioni atmosferiche cui è sottoposto durante il ciclo vegetativo. Solo la sapienza del maltatore e del birraio, maestri nell'operare opportune miscele tra le diverse varietà, riesce a mantenere costanti le caratteristiche del prodotto anno dopo anno, evitando così diversità di colore, sapore e aroma.

La stessa cura nella selezione viene dedicata al luppolo. Sono i "coni", i fiori non fecondati delle piante femminili a contenere le sostanze amare e profumate che conferiscono alla birra le sue specifiche caratteristiche aromatiche.

E come ogni ricetta di un grande chef, ogni ingrediente fa la sua parte nel paniere del gusto. Una volta dati alla birra colore,

Dal 2007 Birra Peroni ha avviato il progetto "Mais Nostrano" per recuperare varietà autoctone di mais

profumo e sapore, arriva il momento del mais che aggiunge alla bevanda freschezza e fragranza. Da questa consapevolezza nasce l'esigenza di Birra Peroni di promuovere le caratteristiche dei suoi ingredienti in modo che rispondano alla sua filosofia di prodotto, ovvero qualità ed eccellenza italiane. Per questo dal 2007 ha avviato un progetto denominato "Mais Nostrano" che, recuperando varietà autoctone quasi dimenticate, ne sviluppasse le caratteristiche colturali e organolettiche per renderle idonee all'utilizzo nel processo di produzione delle sue birre. Il risultato di questa ricerca è il "Nostrano Peroni", una varietà di mais prodotto nelle tradizionali aree maidicole italiane esclusivamente per le nostre birre.



PASSIONE PER LA QUALITÀ

Alcune idee fermentano nello spazio di pochi attimi; altre impiegano un tempo lungo e ad ogni epoca si arricchiscono di qualità ed esperienza. In oltre 160 anni di storia Birra Peroni ha fatto della qualità un segno distintivo riuscendo a rinnovarsi mentre manteneva elevata la sua reputazione aziendale. Questo prodotto di qualità nasce soprattutto dall'impegno e dalla dedizione delle persone che lavorano in Birra Peroni e che rappresentano il vero investimento per un'azienda che ha fatto della passione condivisa il segnale della propria continuità.

Prima di arrivare nelle case degli italiani, la birra inizia il suo processo produttivo nelle campagne italiane dove le materie prime vengono generate e coltivate; acqua, cereali, lievito e luppolo sono gli ingredienti della terra e della natura che aggiungono identità e sapore alla bevanda.

La birra prende corpo nella malteria Saplo e in altre malterie che collaborano con l'azienda, nel corso del quale l'orzo viene trasformato in malto. Il primo passaggio, dopo la selezionatura e la ripulitura, avviene nelle vasche di macerazione, dove per circa due giorni l'orzo riceve l'acqua e l'ossigeno necessari per la germinazione. Acqua e ossigeno, due elementi semplici e naturali, ma fondamentali per la qualità del prodotto. Da questa fase in poi il processo della birra passa in capo agli stabilimenti Birra Peroni dove il malto d'orzo viene macinato e mescolato con la giusta proporzione di acqua riscaldata. Si compie così la prima fase della realizzazione della birra, detta ammostatura, il cui risultato è la produzione di un mosto zuccherino, ricco di maltosio.

Il mosto viene poi separato dalle parti insolubili del chicco, in serbatoi a fondo grigliato. La parte insolubile viene destinata all'alimentazione del bestiame, mentre il

La passione condivisa è il segnale della continuità di Birra Peroni per la creazione di un prodotto di alta qualità

mosto è sottoposto a un processo di ebollizione. Dopo questo passaggio avviene l'aggiunta del luppolo, che regala alla birra il suo inconfondibile sapore amaro. La fermentazione è il punto di arrivo, raggiunto con l'aggiunta del lievito, ed equivale alla maturazione del prodotto che si completa con un periodo di affinamento che va dalle due alle quattro settimane. È questa la maggiore età del sapore, il culmine di un processo più naturale che industriale vissuto sull'onda lunga di una profonda dedizione.

Le affinate tecniche produttive sono infatti strumenti per rendere al meglio la purezza delle materie prime, asservita a quella passione per la qualità che è l'ingrediente principale di Birra Peroni.

IL PROCESSO PRODUTTIVO DI BIRRA PERONI





Il World Class Manufacturing (WCM)

World Class Manufacturing (WCM) è un sistema di produzione strutturato e integrato che abbraccia tutti i processi dello stabilimento, dalla sicurezza all'ambiente, dalla manutenzione alla logistica e alla qualità. L'obiettivo è quello di migliorare continuamente le performance produttive, ricercando una progressiva eliminazione degli sprechi, in modo da garantire la qualità del prodotto e la massima flessibilità nel rispondere alle richieste del cliente, attraverso il coinvolgimento e la motivazione delle persone che lavorano negli stabilimenti. Il WCM considera, infatti, il contributo dei dipendenti di fondamentale importanza per il miglioramento dei processi e la soddisfazione dei clienti.



Il World Class Manufacturing è una sintesi moderna di discipline già note quali: Total Quality Control, Total Productive Maintenance, Total Industrial Engineering, Just In Time, Lean Manufacturing e Kaizen.

L'approccio al WCM seguito da SABMiller si è sviluppato negli ultimi 15 anni inizialmente in Sudafrica per poi perfezionarsi in Europa e Nord America. In Italia il progetto è partito circa 4 anni fa, ottenendo ottimi risultati. Tale progetto rappresenta un investimento fondamentale perché consente di agevolare lo sviluppo di una capacità di produzione caratterizzata da un costante miglioramento e l'incremento della capacità di implementare pratiche innovative più efficacemente dei concorrenti.

IL "GUSTO" PER LA QUALITÀ

Centoquattordici analisi del mosto, 180 sulla fermentazione, 156 sulla birra in maturazione o deposito, 108 per l'autorizzazione al confezionamento (VISA) e 544 analisi di birra al confezionamento: è questo il *check-up* completo, dal mosto al confezionamento, cui viene sottoposta, in una giornata tipo, una birra come Nastro Azzurro prima che raggiunga il suo inconfondibile sapore.

Degustare, del resto, non è solo una questione di palato. Ci vuole esperienza, formazione, competenza per rilevare le caratteristiche organolettiche del prodotto, le sue qualità e, in certi casi, anche i suoi difetti. I degustatori di Birra Peroni sono impiegati, operai e capi servizio che hanno acquisito la qualifica di *Advanced Tester*, partecipando ai corsi di formazione avanzata (imposti dalla

procedura SABMiller) che li hanno abilitati a riconoscere difetti *off flavour* nei prodotti. La capacità di valutare la qualità dei marchi Birra Peroni attraverso una degustazione professionale è un valore aggiunto e aiuta a proteggere e a migliorare le prestazioni delle birre. Gli stabilimenti di Birra Peroni sono dotati di un reparto per la degustazione dove ogni giorno si eseguono controlli organolettici sui semilavorati della birra e sul prodotto finito su base statistica, al fine di assicurare gli standard prefissati in associazione alle analisi chimico-fisiche. Le sedute di degustazione vengono eseguite in ogni stabilimento con una frequenza bisettimanale e il numero di birre degustate a seduta si aggira su una media di tre campioni. Ogni due mesi gli esperti della degustazione vengono sottoposti a una prova di abilità aggiungendo nelle birre difetti *off flavour* anonimi da riconoscere forniti da una società specializzata, Aroxa. Il test consente, soltanto dopo l'inserimento

delle risultanze in un sistema online, di decodificare la chiave dei difetti, di valutare in percentuale le abilità del singolo degustatore che ha partecipato alla seduta e di trasferire l'informazione. A questi esperti si aggiunge un pannello di degustatori base (operai e capi turno) in grado di valutare le caratteristiche organolettiche meno sofisticate ma altrettanto importanti lungo l'intero processo produttivo.

Una volta controllato, il prodotto finito viene inviato dagli stabilimenti al Laboratorio Centrale che lo sottopone ad un ulteriore controllo di qualità in base ad un calendario prefissato ad inizio anno.

La degustazione non è l'unico processo di controllo cui vengono sottoposte le birre. Un'analisi approfondita viene fatta anche sulle materie prime adoperate per la produzione partendo dal semilavorato fino al prodotto finito e su tutti questi passaggi vengono effettuate una serie di analisi chimico-fisiche.



I NOSTRI PRODOTTI



PER NOI dal 1846.

Peroni è la birra più venduta in Italia, sinonimo di qualità e tradizione dal 1846. Il gusto pregevole, il retrogusto pulito e la freschezza dissetante regalano sempre la soddisfazione e il piacere di bere una grande birra italiana.

Riconoscimenti

- ✓ Medaglia d'oro nell'American Tasting Institute per il biennio 2000-2001.
- ✓ Medaglia d'argento conferita dal Monde Selection Organizing Committee (Istituto Internazionale per la selezione della Qualità. Bruxelles 2006).
- ✓ Partner Ufficiale della Nazionale Italiana di Calcio (Federazione Italiana Giuoco Calcio) e Fornitore Ufficiale della Federazione Italiana Rugby.
- ✓ Partner del campionato nazionale italiano di Rugby d'Eccellenza (campionato italiano per club di rugby).
- ✓ Guinness World Records (12 Marzo 2011): la più grande scultura al mondo costruita con lattine di birra (20.076 lattine).



Lanciata nel 1994, Peroni Doppio Malto rappresenta l'eccellenza della

tradizione italiana. Il suo caratteristico aroma speziato viene conferito dal lungo processo di ammostamento a bassa temperatura e dall'utilizzo di malti speciali (caramello).

Riconoscimenti

- ✓ Medaglia d'oro nella Categoria "Premium Lager" nell'International Beer & Cider Competition nel 1999.
- ✓ Medaglia d'oro nel Brewing Industry International Award 2000.



Peroni Rossa Puro Malto è una birra di altissima

qualità caratterizzata da un lungo processo produttivo e da un grado alcolico moderato, ideale nell'accompagnamento ai pasti.

NASTRO AZZURRO.

Gusto dissetante e colore brillante, in due parole

Nastro Azzurro, icona dello stile italiano in oltre 55 Paesi. Nata nel 1963 dall'utilizzo dei migliori luppoli e del mais nostrano, è la birra italiana più venduta nel mondo.



La storia di Pilsner Urquell è cominciata nel 1842 e da allora,

grazie all'utilizzo degli stessi ingredienti e degli stessi processi produttivi, questa birra è divenuta un esempio per tutte le altre della categoria.



Nasce nel 2002 e viene lanciato in esclusiva nel canale Ho.Re.Ca

registrando da subito un ottimo successo in termini di crescita a volume e un crescente apprezzamento da parte dei consumatori.



La birra Raffa è per antonomasia "la birra dei tarantini".

La sua storia cominciò nel 1919, quando Vitantonio Raffa inaugurò lo stabilimento nella città pugliese. È una lager chiara prodotta utilizzando una combinazione delle più aromatiche qualità di luppolo e malto pregiato.



Nel 1829 Franz Saverio Wührer porta per primo in Italia la fabbricazione della

birra. Dal 1829 al 1935 si sono susseguite una serie di acquisizioni di birrerie locali che hanno garantito una distribuzione nazionale capillare.



Miller Genuine Draft è una birra lager dall'incredibile freschezza. Viene

prodotta con un esclusivo processo di filtrazione a freddo per quattro volte, che elimina la necessità di pastorizzazione a caldo.

TOURTEL

Tourtel è la birra analcolica leader in Italia con il 60% di quota di mercato ed una produzione che ha raggiunto i 54.000 hl nel 2012. Francese d'origine, ma prodotta in Italia da oltre 20 anni, è stata acquisita da Birra Peroni nel 2011; propone una ricetta rivoluzionaria che assicura tutto il gusto di una birra alcolica. Nel 2012 Tourtel si è posta l'obiettivo di guidare il segmento oltre gli attuali limiti delle birre analcoliche, attraverso:

- ✓ una nuova ricetta che assicura tutto il gusto di una birra alcolica;
- ✓ un esteso piano di prova prodotto rivolto ai consumatori;
- ✓ l'introduzione di nuovi formati e dell'etichetta nutrizionale.

Grazie al suo basso contenuto alcolico (meno dello 0,5% vol) e alle sue poche calorie (69Kcal per una bottiglia da 33cl) è perfetta per chi ama la buona birra ed ha voglia di gustarla a pranzo o nelle pause quotidiane.



HOPF, CRYSTALL, FULLER'S, ST BENOIT

Fanno parte del mondo di Birra Peroni anche Hopf, una birra weisse dal gusto leggermente fruttato; Crystall, una birra speciale puro malto dal gusto armonico e delicato; Fuller's, nelle varianti rossa o strong e St Benoit nelle varianti Ambrée, Suprême o Blanche.



CERTIFICAZIONI DI QUALITÀ

Al fine di continuare ad assicurare a tutti i consumatori la qualità e la sicurezza dei suoi prodotti, l'azienda ha richiesto a tutti gli stabilimenti

– Padova, Roma, Bari – di aderire a standard internazionali di sicurezza, qualità, ambiente e rispetto delle norme che regolano il settore agroalimentare.

LE CERTIFICAZIONI

STANDARD	CERTIFICAZIONE*	ARGOMENTO	CERTIFICATORE ESTERNO	ORGANISMO DI ACCREDITAMENTO
International Food Standards (IFS)	sì	Selezione e qualificazione selezione dei fornitori di prodotti alimentari	SGS	DAKKS (Bari) DAR (Padova - Roma)
British Retailer Consortium (BRC)	sì	Verifica della corretta realizzazione dei prodotti alimentari a marchio del distributore e/o del produttore in tutte le fasi di preparazione e trasformazione dei prodotti	SGS	Accredia
ISO 9001	sì	Sistema di gestione per la Qualità	SGS	Accredia
ISO 14001	sì	Sistema di gestione per l'Ambiente	SGS	Accredia
ISO 18001	sì	Sistema di gestione per la Salute e la Sicurezza sul lavoro	SGS	Accredia

* Tutti gli stabilimenti (Padova, Roma, Bari) hanno ottenuto le certificazioni.





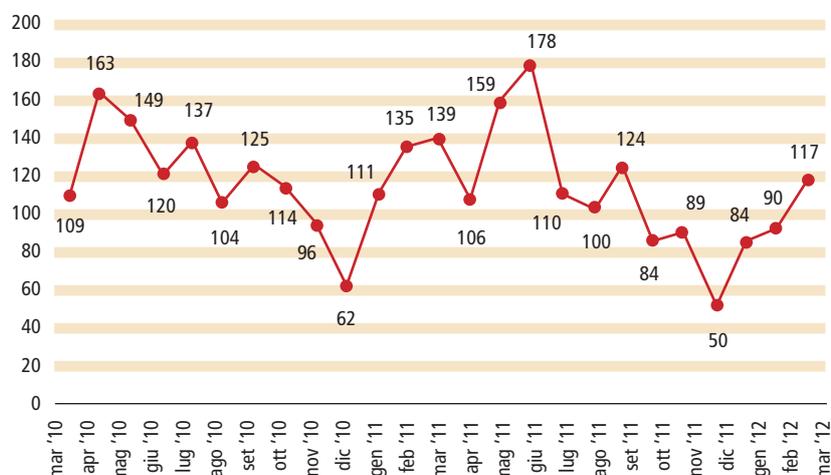
IL DIALOGO APERTO CON IL CLIENTE

Numero Verde
800-247-720

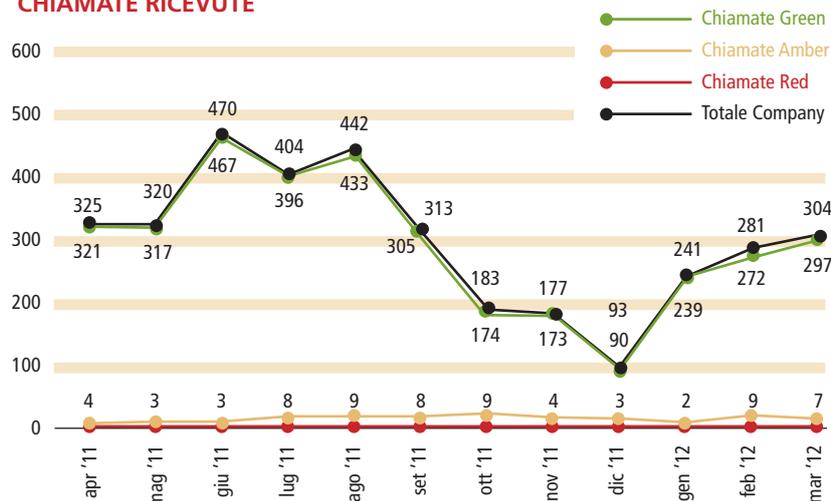
3.861 chiamate ricevute tra il 2011 e il 2012 con una media di 296 al mese e 1.291 mail: sono questi i numeri del filo diretto aperto tra Birra Peroni e la sua comunità di clienti e consumatori, interessati a un marchio che sentono in parte anche loro.

Le domande più frequenti, rivolte all'azienda attraverso i suoi canali aperti 24 ore su 24, 365 giorni l'anno, vanno dalle richieste di prodotti alle curiosità sui gadget, fino alle informazioni in merito ad attività ed eventi. Una volta raccolte, mail e telefonate vengono smistate ai dipartimenti interessati in base al contenuto e, mensilmente, il customer service invia resoconti dettagliati ai dipartimenti stessi con le statistiche sui temi più richiesti dai consumatori e le segnalazioni relative ai prodotti, che vengono catalogate e portate sistematicamente all'attenzione del management Birra Peroni per consentire un miglioramento continuo della soddisfazione dei clienti.

MAIL RICEVUTE



CHIAMATE RICEVUTE



**CREDERE
NELLA NOSTRA
SOSTENIBILITÀ**



BIRRA PERONI E L'ECCELLENZA ITALIANA

Essere sostenibili, attenti alle esigenze del territorio e ai bisogni della comunità, è un imperativo per Birra Peroni che ha declinato, in chiave italiana, l'impalcatura di 10 Priorità indicata da SABMiller. Le priorità sono capisaldi di uno sviluppo sostenibile, ispirate ai dialoghi interni ed esterni con diverse categorie di stakeholder sulle principali problematiche legate al business in termini di rischio ambientale, sociale ed economico. Birra Peroni come parte del Gruppo SABMiller ha fatto sue queste priorità che nascono dalle indicazioni di esponenti del mondo accademico, organizzazioni non governative, agenzie delle Nazioni Unite e rappresentanti del mondo delle imprese, nei territori in cui è presente il Gruppo, da Città del Capo, a Washington, da Londra a Ginevra fino a Bogotà. La filosofia che le ha ispirate è quella di indicare dei principi e delle linee guida universali che fossero però adattati alle esigenze e alle specificità locali delle comunità in cui operano le società del Gruppo. Seguendo questa linea è stato ideato un modello, utilizzato da tutte le società del Gruppo SABMiller, per l'integrazione nel

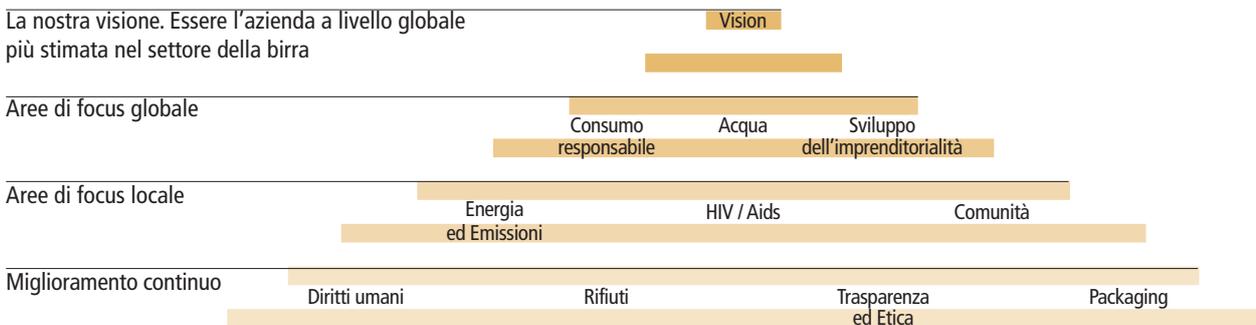
business delle 10 priorità per lo sviluppo sostenibile, che viene regolarmente monitorato e aggiornato per garantire la sua continua rilevanza e applicabilità. Le 10 priorità sono alla base della strategia di business di tutte le consociate e orientano la pianificazione e il processo decisionale a livello locale, regionale e di Gruppo. Il Corporate Accountability and Risk Assurance Committee (CARAC) è un sub-comitato del consiglio di amministrazione di SABMiller ed è responsabile della supervisione dei progressi del Gruppo nello sviluppo delle 10 priorità. Ogni organizzazione territoriale ha il proprio CARAC, guidato dal direttore generale regionale, che supervisiona l'attività e definisce la migliore strategia a livello locale. Il CARAC globale viene regolarmente aggiornato sulle performance e sull'evoluzione di ciascuna regione. Ognuna delle società che compongono il Gruppo SABMiller ha assegnato la responsabilità per la diffusione delle politiche per la sostenibilità e la promozione delle priorità di sviluppo sostenibile verso i dipendenti e gli stakeholder alla propria Direzione Corporate Affairs. Inoltre, a livello locale,

ogni azienda del Gruppo è tenuta a identificare le priorità maggiormente critiche nel proprio mercato, nella comunità di riferimento e a concentrare, in quelle aree, maggiori sforzi e risorse. Ogni azienda opera, infatti, in un ambiente e in una realtà differenti che, come tali, pongono sfide ed opportunità diverse da cogliere e valorizzare. Ad esempio la diffusione del virus dell'HIV/Aids è una problematica particolarmente sentita in Africa mentre rappresenta una questione marginale in Europa, di conseguenza l'impegno delle aziende su questo tema varia in base all'importanza del problema percepito dai propri stakeholder.

Birra Peroni ha focalizzato i punti chiave espressi dalle 10 priorità individuando gli impegni primari da perseguire in base alle caratteristiche della realtà in cui opera, dei consumatori e dei mercati di riferimento. Tra questi sicuramente il consumo responsabile di alcol, gli investimenti sulle comunità locali e la salvaguardia dell'ambiente.



APPROCCIO ALLA SOSTENIBILITÀ DI BIRRA PERONI



La task force europea per lo sviluppo sostenibile

Birra Peroni partecipa attivamente alla task force europea per lo sviluppo sostenibile creata da SABMiller per elaborare sinergie tra le diverse società del Gruppo, sulla sostenibilità. La task force si occupa, nello specifico, delle tematiche legate al risparmio energetico, alla riduzione delle emissioni e al controllo delle risorse idriche. È composta da dipendenti di società controllate da SABMiller – tra cui rappresentanti di Birra Peroni – che si incontrano periodicamente per raccogliere informazioni, creare un database comune e mettere a sistema le migliori pratiche e soluzioni per la sostenibilità già attivate presso le diverse società che fanno parte del Gruppo SABMiller in Europa. L'obiettivo è declinare e implementare, presso tutti gli stabilimenti europei, le migliori pratiche per il risparmio idrico ed energetico e per la riduzione delle emissioni. Alla task force partecipano rappresentanti delle società Birra Peroni, Compañia Cervecería de Canarias S.A., Plzeňský Prazdroj a.s., Dreher Sörgyarak Zrt, Kompania Piwowarska S.A., Ursus Breweries S.A., Pivovary Topvar a.s., Royal Grolsch N.V. Birra Peroni è attualmente leader della task force sul tema del recupero della CO₂ dal processo di fermentazione e del recupero dell'acqua in tutti i processi di produzione della birra.

MISURARE LA SOSTENIBILITÀ

Misurare il livello di sostenibilità dei suoi prodotti; verificare la vicinanza al territorio; analizzare i passi avanti compiuti nella formulazione di un nuovo modello di sviluppo significa, per Birra Peroni, essere sulla strada giusta e guardare avanti. Per monitorare le performance raggiunte rispetto ai principi indicati nelle 10 priorità, il Gruppo SABMiller ha ideato il Sustainability Assessment Matrix, un modello di misurazione che permette di tenere sotto controllo i progressi e sintetizzare i risultati raggiunti. Una "scala" di cinque livelli indica il grado di aderenza ad ogni priorità. Si passa da un minimo standard fino alla leadership globale su una tematica specifica. Per raggiungere ciascun livello l'azienda deve soddisfare una serie di criteri di valutazione che includono sia misurazioni quantitative che qualitative. Se un'azienda non raggiunge almeno il primo livello per ognuna delle 10 priorità, allora sarà obbligata ad impostare un piano d'azione per colmare il ritardo. L'autovalutazione viene effettuata ogni sei mesi. I risultati, raccolti in una scheda di sintesi chiamata *scorecard*, permettono una valutazione complessiva delle performance della regione e del Gruppo nel suo complesso. Le schede vengono poi valutate dai CARAC regionali e di Gruppo e si inseriscono nel processo più ampio di verifica delle prestazioni. I team dei diversi Paesi sono inoltre chiamati ad esaminare, a vicenda, le schede in modo da favorire la condivisione delle best practice, oltre a un modello unico e coerente di valutazione. Una volta compilata, ogni scheda viene caricata sul sito web www.sabmiller.com/sam. La *scorecard* di Birra Peroni, riprodotta di seguito e disponibile sul sito web del Gruppo, mostra le performance dell'azienda nel corso degli ultimi tre anni evidenziando un percorso di miglioramento su quasi tutte le 10 priorità. Nel corso dell'ultimo anno Birra Peroni ha conseguito miglioramenti nelle aree:

- ✓ **Consumo responsabile:** per aver condiviso politiche aziendali e iniziative di sensibilizzazione dei consumatori con le associazioni italiane di settore e con gruppi di stakeholder, oltre ad aver commissionato una verifica (eseguita dalla KPMG) sulla corretta presenza dei messaggi responsabili in tutte le comunicazioni esterne di Birra Peroni.
- ✓ **Sviluppo dell'imprenditorialità nella catena del valore:** per il fatto che tutti i fornitori di Birra Peroni sono risultati conformi a quanto stabilito dalle linee guida SABMiller per gli acquisti sostenibili.
- ✓ **Comunità:** dal momento che più dell'80% degli investimenti in progetti e attività in favore della comunità erano legati alle 10 priorità per lo sviluppo sostenibile e/o alle esigenze del territorio e degli stakeholder di Birra Peroni.
- ✓ **Trasparenza ed Etica:** per aver coinvolto formalmente gruppi di stakeholder in un processo di ascolto con lo scopo di verificarne l'opinione sulla coerenza delle attività svolte dall'azienda in linea con le 10 priorità per lo sviluppo sostenibile, e aver valutato, insieme a loro, possibili azioni di miglioramento per il futuro.

I cinque livelli delle performance secondo il SAM

Livello 1 Minimum standard: gestione dei rischi chiave della sostenibilità e implementazione di un piano di azione

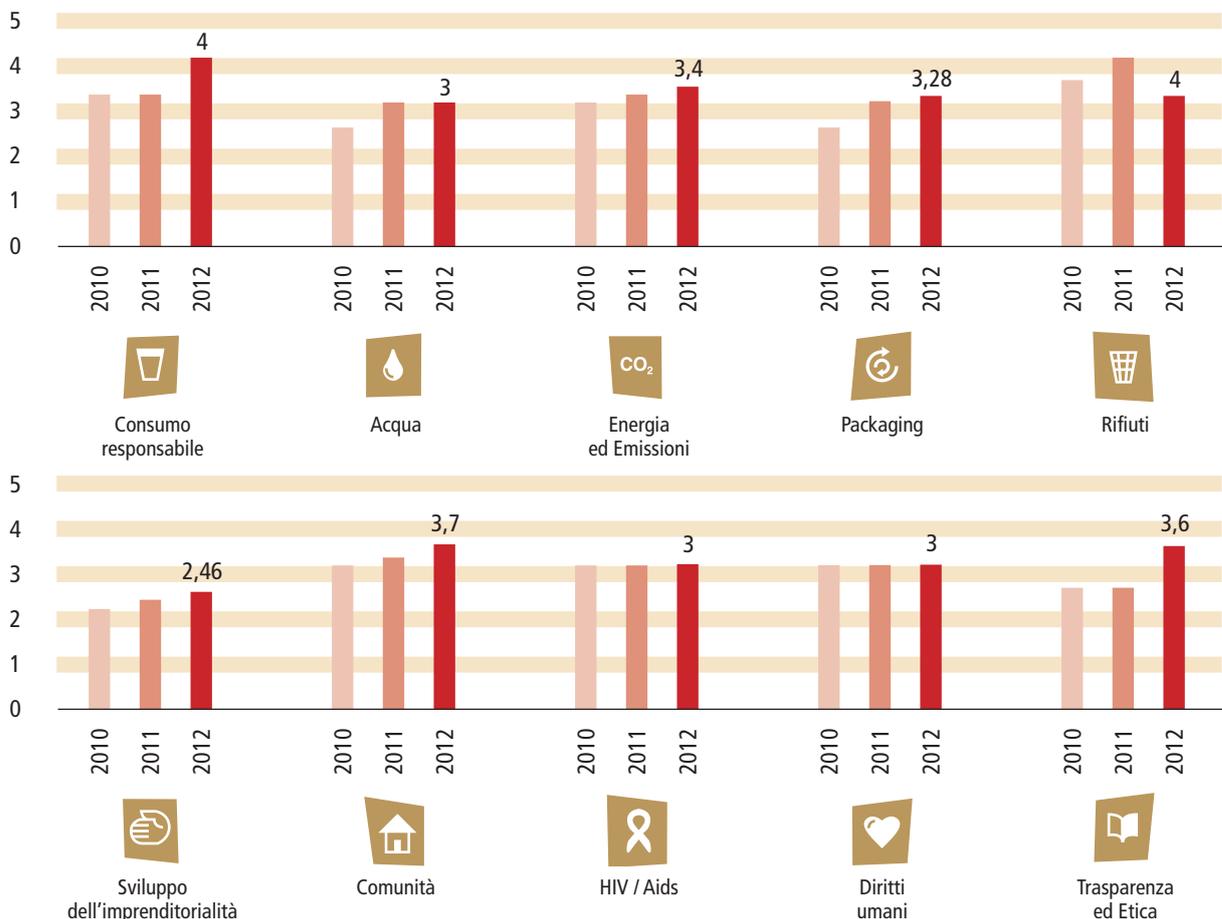
Livello 2 Progressing: performance in continuo miglioramento

Livello 3 Developing leadership: approccio trasversale all'azienda con strumenti innovativi e attività di stakeholder engagement

Livello 4 Best practice: performance e approccio in linea con le best practice a livello globale

Livello 5 Leading edge: indiscussa leadership a livello globale su una determinata tematica

IL PERCORSO DELL'AZIENDA NEGLI ULTIMI 3 ANNI



LE 10 PRIORITÀ: OBIETTIVI E RISULTATI F12

PRIORITÀ	OBIETTIVI SELEZIONATI	PROGRESSI
PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE	PER IL 2011	
 <p>Consumo responsabile. Essendo uno dei maggiori produttori di birra al mondo, pensiamo che la birra aggiunga divertimento e gusto alla vita della maggior parte delle persone che bevono in modo responsabile. Tuttavia siamo a conoscenza degli effetti negativi del consumo irresponsabile di alcol sugli individui e la società per questo ci impegnamo a sostenere campagne di sensibilizzazione e informazione sul tema</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sensibilizzare al consumo responsabile di bevande alcoliche, promuovendo iniziative rivolte sia ai propri dipendenti che ai consumatori ✓ Avviare un dialogo con i propri stakeholder per valutare le iniziative più efficaci da poter intraprendere in futuro 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Comunicati nuovi messaggi responsabili attraverso tutte le campagne marketing dell'azienda ✓ Sostenute nuove iniziative con Assobirra ✓ Mantenuto attivo il Forum "Alcol parliamone" ✓ Condotto un workshop per valutare diverse opinioni degli stakeholder su attività e progetti aziendali legati alle 10 priorità per lo sviluppo sostenibile
 <p>Acqua. La scarsità dell'acqua rappresenta un potenziale rischio a lungo termine per il business di Birra Peroni e per la comunità in cui opera. L'obiettivo dell'azienda è quello di produrre più birra utilizzando meno acqua</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ridurre di un ulteriore 5% i consumi di acqua in Italia 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Raggiunto e superato il target stabilito (-7,4% riduzione consumi di acqua nel 2012)
 <p>Energia ed Emissioni. La crescente attenzione per le tematiche connesse ai cambiamenti climatici vede Birra Peroni impegnata per dare il suo contributo verso una diminuzione delle emissioni e dei consumi energetici</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ridurre di un ulteriore 5% i consumi di energia in Italia 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Anche quest'anno sono stati ridotti del 6% i consumi di energia per hl di birra prodotta
 <p>Packaging. L'impegno ecologico dell'azienda si dimostra attraverso il costante sforzo di ridurre l'impatto degli imballaggi</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rendere i propri imballaggi sempre più sostenibili 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ In fase di sperimentazione avanzata il progetto per la riduzione del peso dei tappi corona in collaborazione con il Gruppo Pelliconi
 <p>Rifiuti. Birra Peroni si impegna ad utilizzare le risorse in maniera efficiente. Segue il principio di "riduzione, riutilizzo e riciclo" dei propri rifiuti con il fine ultimo di raggiungere una struttura produttiva ad impatto minimo sull'ambiente</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ridurre la quantità di rifiuti prodotti e incrementare la percentuale di quelli da destinare al riciclo 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Migliorata l'efficienza relativa agli scarti di prodotti sulla linea di confezionamento del packaging ✓ Aumentata la percentuale di riciclo dei rifiuti prodotti (97%)
 <p>Sviluppo dell'imprenditorialità. Birra Peroni è convinta che l'impatto del proprio business vada oltre la sua attività estendendosi a tutta la catena del valore. L'azienda riconosce il valore di una collaborazione costruttiva con i propri fornitori</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Proseguire nella promozione e supporto dell'economia locale privilegiando la collaborazione con fornitori operanti sul territorio italiano ✓ Conclusa la fase di qualificazione del settore trasporti 100% aziende Italiane 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conclusa la fase di qualificazione del settore trasporti 100% aziende italiane ✓ Continuata la collaborazione con il mondo agricolo italiano per la fornitura della maggior parte delle materie prime del processo di produzione
 <p>Comunità. Gli investimenti dell'azienda in ambito sociale sono volti alla costruzione di solidi rapporti con il territorio in cui opera</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Rendere le iniziative finanziate sempre più aderenti alle esigenze prioritarie delle comunità nelle quali l'azienda opera 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Avviati nuovi progetti in favore della comunità
 <p>Trasparenza ed Etica. Birra Peroni si impegna ad operare e a relazionarsi in maniera trasparente ed etica con i propri stakeholder</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Avviare forme di dialogo e di coinvolgimento specifiche in materia di sviluppo sostenibile 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Condotto un workshop con alcuni gruppi di stakeholder per condividere l'approccio allo sviluppo sostenibile adottato da Birra Peroni



CONSUMO RESPONSABILE

Perché il consumo responsabile

Educare, soprattutto le nuove generazioni, a consumare alcol in maniera responsabile è una battaglia di civiltà che va combattuta sulla trincea dell'informazione, della cultura, dell'amore per se stessi e di chi ci sta affianco, consapevoli che la nostra comunità è espressione di quello che siamo. Birra Peroni ha fatto sua questa battaglia e la combatte su più fronti incrementando il suo impegno già largamente profuso negli anni scorsi, a sostegno di campagne di sensibilizzazione e informazione sul tema.

Le nostre risposte

- ✓ Nuovi messaggi sul bere responsabile sono stati inseriti in tutte le nostre comunicazioni commerciali e nelle campagne di marketing.
- ✓ Avviate nuove iniziative con AssoBirra.
- ✓ Sono stati mantenuti attivi il sito internet e il Forum "Alcol parliamone".
- ✓ È stato condotto un workshop per valutare le opinioni degli stakeholder su attività e progetti aziendali legati alle 10 priorità per lo sviluppo sostenibile.

Sulla strada della responsabilità

Alla base delle campagne di sensibilizzazione realizzate da Birra Peroni, c'è la volontà di promuovere la prassi del consumo responsabile sia all'interno che all'esterno dell'azienda. A questo scopo, Birra Peroni, pur mantenendo la sua finalità di azienda produttrice di una bevanda alcolica, ha definito una propria regolamentazione interna sull'alcol strutturata in politiche aziendali e position paper.

6 PRINCIPI FONDAMENTALI

- ✓ La nostra birra aumenta il piacere della vita per gran parte dei consumatori.
- ✓ Prendiamo in attenta considerazione gli effetti nocivi di un consumo irresponsabile.
- ✓ Coinvolgiamo gli interlocutori sociali e lavoriamo insieme a loro per affrontare il tema del consumo responsabile.
- ✓ Il consumo di alcolici riguarda gli adulti ed è una questione di giudizio e responsabilità individuali.
- ✓ Le informazioni fornite ai consumatori riguardo il consumo di alcol dovrebbero essere accurate ed obiettive.
- ✓ Ci aspettiamo che i nostri dipendenti adottino alti livelli di condotta in relazione al consumo di alcol.

Il consumo responsabile di alcol è la prima priorità della strategia di sviluppo sostenibile identificata da Birra Peroni

Politiche aziendali. Gli obiettivi e gli indirizzi generali di Birra Peroni sul tema del consumo responsabile sono comunicati attraverso quattro politiche aziendali:

- codice di autoregolamentazione commerciale
- ricerche di mercato
- regole di condotta per i dipendenti
- portfolio prodotti

Position paper. La posizione dell'azienda sul consumo responsabile è spiegata attraverso documenti specifici che riguardano diversi argomenti:

- alcol e salute
- informazione al consumatore
- alcol e guida
- abuso di alcol, consumo da parte di minorenni
- consumo di alcol durante il periodo di gravidanza
- pubblicità
- alcol e violenza
- alcol e HIV/Aids

La cultura dell'autodisciplina

Il codice di autoregolamentazione commerciale è uno strumento adottato dall'azienda per stabilire le regole e gli standard da adottare nelle attività di marketing e in ogni tipo di comunicazione commerciale: pubblicità su tutti i media, incluso internet e SMS; confezionamento; posizionamento di prodotto; sponsorizzazioni; attività di ricerca e merchandising. Una funzione importante del codice è quella di assicurare una promozione efficace del consumo responsabile di alcol. In particolare il codice stabilisce che le etichette dei prodotti e in generale il packaging devono contenere messaggi responsabili chiaramente identificabili per il consumatore. Con lo scopo di vigilare sulla corretta applicazione del codice di autoregolamentazione commerciale è stato costituito un comitato interno – **Sales & Marketing Compliance Committee** – che valuta costantemente tutte le proposte di

comunicazione prima della veicolazione esterna dei messaggi e controlla che tutte le attività collegate siano in linea con i requisiti richiesti. Al fine di rendere ancor più incisiva ed efficace l'azione del Comitato, sono entrati a farne parte anche dirigenti e manager della **Direzione Internal Audit e Affari Istituzionali** che, insieme alle direzioni **Sales & Marketing e Trade Marketing**, costituiscono l'attuale Compliance Committee di Birra Peroni.

Il buon esempio parte dall'interno

Tutti i dipendenti di Birra Peroni partecipano regolarmente a programmi di formazione specifica per recepire e fare proprie la politica di condotta aziendale e le

Da quest'anno la formazione sul consumo responsabile viene erogata anche in modalità e-learning, attraverso corsi di aggiornamento online per far sì che tutti i dipendenti siano sempre informati sulle scelte e sull'impegno dell'azienda. Birra Peroni ritiene che le attività di formazione siano uno strumento efficace non solo per veicolare informazioni, ma anche per sensibilizzare le persone sul tema dell'alcol e su come viene affrontata la questione del consumo responsabile, che risulta strategica per il business e caratterizza fortemente il suo approccio allo sviluppo sostenibile.

Le nostre iniziative

Alcol Parliamone: il sito e il

Forum. "Alcol parliamone" è

lo slogan scelto per la campagna di Birra Peroni lanciata in tutto il Paese per incoraggiare la conoscenza degli effetti e dei rischi legati al consumo eccessivo di bevande alcoliche.

Il sito internet –

www.alcolparliamone.it – è la declinazione italiana di

talkingalcohol.com, il portale realizzato da SABMiller nel 2009 e attualmente tradotto in 9 lingue. Articolato in diverse sezioni tematiche, il sito fornisce spiegazioni dettagliate sugli effetti dell'alcol nella vita di tutti i giorni – nello sport, alla guida, con gli amici, durante la gravidanza, sul lavoro – e sulle principali conseguenze legate ad un consumo non responsabile di bevande alcoliche. Nel dicembre 2010 l'azienda ha lanciato il Forum "Alcol Parliamone" – www.forumalcolparliamone.it – una piattaforma di discussione online volta a promuovere il dialogo e lo scambio di opinioni sul consumo delle bevande alcoliche. L'iniziativa, realizzata insieme all'Università LUMSA e patrocinata dal Ministero della Gioventù, costituisce un impegno concreto che l'azienda ha presentato al Forum Europeo su Alcol e Salute (EAHF). Sfruttando la potenzialità dei media digitali e gli strumenti di comunicazione interattiva come il web 2.0, il Forum si presenta come un canale privilegiato di comunicazione pensato per i giovani, e non solo, al fine di favorire il dibattito sui temi legati all'alcol e contribuire a conoscere i comportamenti e le abitudini di consumo degli utenti della rete.

Anche quest'anno i dipendenti delle funzioni Sales e Marketing hanno seguito corsi di formazione specifica sul consumo responsabile di alcol

linee guida sul tema dell'alcol. Ogni tre anni vengono organizzate sessioni formative aventi per oggetto il tema dell'alcol e del consumo responsabile, mentre per i dipendenti delle funzioni Sales e Marketing vengono organizzate annualmente sessioni specifiche, con focus sulle politiche, sulle linee guida commerciali e di comunicazione.

MESSAGGI RESPONSABILI LA VERIFICA ESTERNA DI KPMG

SABMiller, durante l'European Alcohol and Health Forum, ha preso un impegno: diffondere, entro il 31 dicembre 2011, messaggi riguardanti il bere responsabile. Da allora su tutte le confezioni di birra e all'interno di tutte le comunicazioni aziendali sono iniziati a comparire messaggi rivolti ai consumatori per ricordare che la birra non deve essere assunta dalle donne in gravidanza, dai minori e dai guidatori (le tre priorità identificate da SABMiller).

Il messaggio "O bevi o guidi" è stato scelto come slogan per contrastare il fenomeno della guida in stato di ebbrezza ed è stato inserito da Birra Peroni su tutti i propri materiali di comunicazione e sulle etichette dei propri marchi commercializzati nella Penisola. In Italia, Birra Peroni ha diffuso i messaggi tramite tutti i suoi brand (Peroni, Peroni Gran Riserva Rossa, Peroncino, Nastro Azzurro, Whürer, Raffo) riuscendo da quest'anno a coprire il 100% delle comunicazioni e del packaging dei prodotti.

Le nuove etichette sono state diffuse nel mercato a partire dal 2010, e anche sul packaging secondario sono stati inseriti messaggi sul bere responsabile, un numero verde e il link al sito specifico dedicato.

La corretta diffusione e presenza dei messaggi contro il bere irresponsabile in tutta la comunicazione è stata anche oggetto nel corso dell'ultimo anno di una verifica esterna da parte della società di revisione KPMG (richiesta e finanziata volontariamente da Birra Peroni). Tale verifica è stata effettuata tra novembre 2011 e febbraio 2012 e si è focalizzata sulle campagne di comunicazione tv, stampa e online e sulle etichette delle bottiglie in vetro e delle lattine dei principali marchi di Birra Peroni; l'obiettivo è stato quello di monitorare l'efficacia e la conformità dei messaggi veicolati. La verifica a campione ha evidenziato che su 56 prodotti analizzati in Italia solo 3 sono risultati non conformi.



O BEVI O GUIDI
www.alcolparliamone.it





LA SPIAGGIA SI AVVICINA, LA TUA PERONI GHIACCIATA TI ASPETTA.



O BEVI O GUIDI
www.alcolparliamone.it

I temi maggiormente dibattuti nel corso del primo anno e mezzo di vita del Forum sono stati: la solitudine e l'alcol; l'alcol come piacere o fuga; bere rende sicuri?; alcol e informazione. Il Forum di discussione è stato moderato da tre studenti universitari coordinati dal Dipartimento di Scienze dell'Educazione e di Psicologia dell'Università LUMSA. Allo scopo di coinvolgere la comunità di studenti sono stati allestiti punti d'informazione all'interno dell'Università per fornire indicazioni sul Forum e promuovere l'iniziativa. Nel corso dell'anno è stata anche conclusa un'analisi da parte della LUMSA – attraverso la somministrazione di un questionario agli utenti del forum – con l'obiettivo di raccogliere informazioni utili a comprendere le spinte motivazionali e le abitudini che inducono a consumi eccessivi di alcol.

Birra Peroni e AssoBirra

Una sinergia per il Paese. Come membro di AssoBirra, Birra Peroni partecipa attivamente alle iniziative di consumo responsabile promosse dall'Associazione con numerose campagne di sensibilizzazione rivolte alle fasce di consumatori che non dovrebbero far uso di alcolici, come le donne in stato di gravidanza, i minori e i guidatori.

www.beviresponsabile.it. Il sito **www.beviresponsabile.it** è il punto di raccordo di tutte le iniziative di consumo responsabile realizzate da AssoBirra in collaborazione con Birra Peroni. È volto a promuovere un consumo responsabile di bevande alcoliche e a informare i consumatori sui rischi connessi all'abuso e all'uso scorretto di alcol. Il sito è il contenitore di vari programmi

che AssoBirra dedica agli utenti ed è una piattaforma dove incontrarsi e confrontarsi a cuore aperto sul tema dell'alcol e del suo consumo responsabile.

Il Edizione: Se aspetti un bambino l'alcol può attendere. La prima edizione della campagna d'informazione sulla prevenzione delle patologie fetali correlate all'uso dell'alcol promossa da SIGO, Società Italiana di Ginecologia e Ostetricia, e da AssoBirra, l'Associazione degli Industriali della Birra e del Malto, ha permesso di cominciare a far luce su questo problema ancora poco conosciuto. I risultati sono soddisfacenti, infatti, secondo un'indagine Demoskopea, oggi quasi l'80% delle donne in generale conosce i rischi del consumo di alcol nelle settimane precedenti e durante la gravidanza. Ma tra le donne che hanno avuto figli, l'8,4% dichiara che, al momento della gravidanza non erano al corrente del fatto che bere alcol durante la gestazione può creare danni al nascituro, tra queste in particolare le **under 30**. Per questo motivo **l'obiettivo della seconda edizione 2011-2012 è stato mirato a informare le donne, in particolare la fascia d'età under 30, sui rischi connessi al consumo delle bevande alcoliche durante la gravidanza.** È, infatti, in questa fascia d'età che in Italia si registra 1/3 delle nascite totali nell'arco di un anno. La campagna ha lanciato alle giovani future mamme un messaggio semplice e di prudenza: "Se aspetti un bambino o hai in programma di averlo, evita di bere alcolici e chiedi comunque al tuo ginecologo informazioni sui rischi dell'alcol in gravidanza".

Il edizione: O bevi o guidi.
Campagna di comunicazione

dedicata alla sensibilizzazione dei giovani in seguito all'entrata in vigore del nuovo Codice della strada che prevede il divieto completo di assumere sostanze alcoliche anche in minima dose prima di mettersi alla guida per i patentati da meno di tre anni, i giovani sotto i 21 anni e i conducenti professionali.

Si è svolta in oltre 3.000 autoscuole italiane aderenti all'UNASCA, dove chi ha frequentato i corsi per prendere la patente ha potuto seguire una lezione dedicata ai rischi legati al consumo di alcol in caso di guida.

Sono state inoltre coinvolte alcune tra le più importanti università italiane, con l'obiettivo di raggiungere i giovani studenti con i messaggi della campagna e informarli sulle novità del nuovo Codice della strada.

Obiettivi di Miglioramento

- ✓ Proseguire sulla strada della sensibilizzazione al consumo responsabile di bevande alcoliche continuando a promuovere iniziative rivolte ai propri dipendenti e a tutti i consumatori.
- ✓ Continuare ad investire su attività di formazione sul tema del consumo responsabile.
- ✓ Tenere vivo il dialogo con i propri stakeholder al fine di valutare le iniziative più efficaci da poter intraprendere nel prossimo futuro.



ACQUA

Perché l'acqua

L'acqua è un bene prezioso. Secondo le Nazioni Unite nel 2025 oltre tre miliardi di persone vivranno in aree con difficile reperibilità di risorse idriche. Ridurne il consumo nei processi industriali è un dovere morale per evitare la dispersione di una risorsa primaria.

Il valore di ogni singola goccia d'acqua

Attenta alla tipicità del Paese, dove l'acqua è una risorsa abbondante, ma preziosa, **Birra Peroni si è posta come traguardo una riduzione dei consumi di acqua tra il 2008 e il 2015 pari al 37%** provando a migliorare gli obiettivi SABMiller.

Per farlo ha sposato una strategia per ridurre al minimo l'utilizzo di questo ingrediente primario attraverso due interventi differenti:

- ✓ migliorare i processi produttivi e gli impianti in modo da limitare gli sprechi ma anche la quantità di acqua necessaria;
- ✓ recuperare e riutilizzare internamente l'acqua quanto più possibile (solo in processi non a diretto contatto con il prodotto), laddove la qualità della stessa e lo specifico processo lo consentano.

Birra Peroni, attraverso le iniziative di recupero idrico declinate sulle specificità del territorio italiano, è in linea con l'obiettivo di SABMiller di ridurre del 25% il rapporto tra utilizzo di acqua/ettolitri di birra prodotti nel periodo compreso tra il 2008 e il 2015.

Contestualmente, il Gruppo SABMiller ha sposato varie iniziative per la preservazione delle risorse di acqua come ad esempio la partecipazione al Water Resources Group – un consorzio cui aderiscono soggetti come McKinsey&Company e l'International Finance Corporation, oltre che importanti multinazionali e centinaia di esperti – che si prefigge lo scopo di esaminare le conseguenze della scarsità dell'acqua sul Pianeta (per approfondire: www.2030waterresourcesgroup.com). Inoltre, dal settembre 2010 è stato avviato un progetto con il WWF e l'Agenzia di sviluppo tecnico del governo tedesco (GTZ), che ha dato vita a "Water Futures" un programma che ha come obiettivo quello di sviluppare la tecnica del footprinting (impronta ecologica) dell'acqua lungo tutta la catena di valore, identificando i maggiori impatti del settore, per sviluppare soluzioni innovative al problema dei consumi idrici nella catena di fornitura (per approfondire: www.sabmiller.com/files/reports/water_futures_report.pdf). Per favorire la sensibilizzazione della business community su questo tema, il Gruppo è stato promotore del CEO Water Mandate. (Per approfondire: www.unglobalcompact.org/Issues/Environment/CEO_Water_Mandate/).

Dove abbiamo risparmiato

I maggiori impatti sui consumi idrici nel processo di produzione sono legati ai lavaggi dei macchinari e delle tubazioni all'interno dei quali vengono spinti e movimentati gli ingredienti (malto, mais) e la birra stessa. Inoltre, ulteriori

*In un anno
abbiamo ridotto
i consumi idrici del 74%*

consumi sono legati al processo di pastorizzazione e di imbottigliamento dei prodotti (packaging) e a processi complementari come la produzione e fornitura delle *utilities*.

I lavaggi e la pastorizzazione sono processi essenziali per assicurare l'igiene e la salubrità del prodotto.

A partire dai maggiori consumi di acqua, lo schema che segue descrive le principali attività condotte negli ultimi anni per il risparmio idrico e le ultime iniziative corrispondenti adottate in ogni stabilimento produttivo nel 2012.



IL CICLO DELL'ACQUA

LAVAGGI E SPINTE DEI PRODOTTI	PASTORIZAZIONE E PACKAGING	PRODUZIONE E FORNITURA UTILITIES
----------------------------------	-------------------------------	-------------------------------------

Lavaggi

Per il lavaggio delle tubazioni e dei serbatoi dei macchinari sono stati conseguiti risparmi di acqua grazie all'ottimizzazione di tempi, livelli di pressione, temperature e portate dei volumi di acqua utilizzati per i lavaggi. Parte dell'acqua viene riutilizzata in altri processi laddove i requisiti di qualità lo consentono.

Spinte dei prodotti

I consumi di acqua utilizzata per spingere mosto e birra nelle tubazioni degli impianti sono stati ridotti attraverso tecniche di calcolo applicate ai tempi e ai volumi di acqua necessari a movimentare le materie prime e la birra. Parte dell'acqua utilizzata per le spinte di mosto e birra nelle tubazioni viene inoltre recuperata e riutilizzata in altri processi (ad esempio pastorizzazione o le pulizie generali).

Pastorizzazione

Per la pastorizzazione della birra si utilizza una parte rilevante di acqua di recupero utilizzata in altri processi. L'ottimizzazione dell'automazione del pastorizzatore – tramite l'uso di tubi di bilanciamento ed *inverters* per il pompaggio dell'acqua – ha permesso di diminuire la quantità totale di acqua persa per trascinamento delle vasche. Parte dell'acqua usata per il processo di pastorizzazione viene inoltre recuperata e riutilizzata in altri processi.

Packaging

Nel processo di imbottigliamento dei prodotti sono stati ridotti i consumi di acqua ottimizzando l'automazione degli impianti e la lubrificazione dei nastri trasportatori con successo prodotti più performanti per la lubrificazione dei nastri trasportatori.

Per questi utilizzi sono stati conseguiti risparmi idrici attraverso l'ottimizzazione degli impianti di raffreddamento dei motori e del circuito del vapore e delle condense.

Per il raffreddamento dei compressori frigoriferi e dei motori degli impianti ad aria compressa viene inoltre utilizzata in parte acqua di recupero proveniente da altri processi (ad esempio acqua recuperata da spinte del prodotto oppure acqua per la rigenerazione delle torri nell'impianto di trattamento acqua).

ULTIME INIZIATIVE FY2012

PADOVA

Ottimizzazione dei lavaggi nel reparto cantine

PADOVA

Sistema di recupero centralizzato al Packaging

PADOVA

Recupero acque di desalinizzazione delle torri evaporative

ROMA

Ottimizzazione dei lavaggi in sala cotte

ROMA

Automazione del pastorizzatore
Ottimizzazione della lubrificazione dei nastri trasportatori

ROMA

Ottimizzazione dell'impianto di trattamento acqua

BARI

Ottimizzazione dei lavaggi in sala cotte

BARI

Ottimizzazione della lubrificazione dei nastri trasportatori

BARI

Ottimizzazione del circuito del vapore e delle condense

Recupero acqua per autoconsumo al depuratore

IL CASO DI PADOVA

Lo stabilimento di Padova ha ulteriormente perfezionato il bilanciamento del sistema di recupero e riutilizzo dell'acqua. Per le fasi di produzione in cui è possibile utilizzare acqua di recupero, il sistema attuale permette quindi di gestire i diversi flussi d'acqua con maggiore flessibilità, minimizzando i problemi legati alla non contemporaneità fra la disponibilità e la richiesta d'acqua di recupero.



I Risultati

Il significativo trend di riduzione del consumo di acqua – pari al -7.4% solo nell'ultimo anno – è stato possibile grazie alla ricerca continua e all'introduzione di nuove tecnologie nei processi produttivi. Inoltre, un contributo fondamentale è stato dato dal personale. Mettere insieme le idee e l'impegno di tutti i dipendenti ha favorito una forte cooperazione tra differenti funzioni aziendali (Sala Cotte, Filtrazione, Cantine, Packaging, Utilities, Ingegneria), sia di stabilimento che della direzione centrale di Birra Peroni. I successi ottenuti sono infine legati anche all'adozione di un modello industriale moderno, il World Class

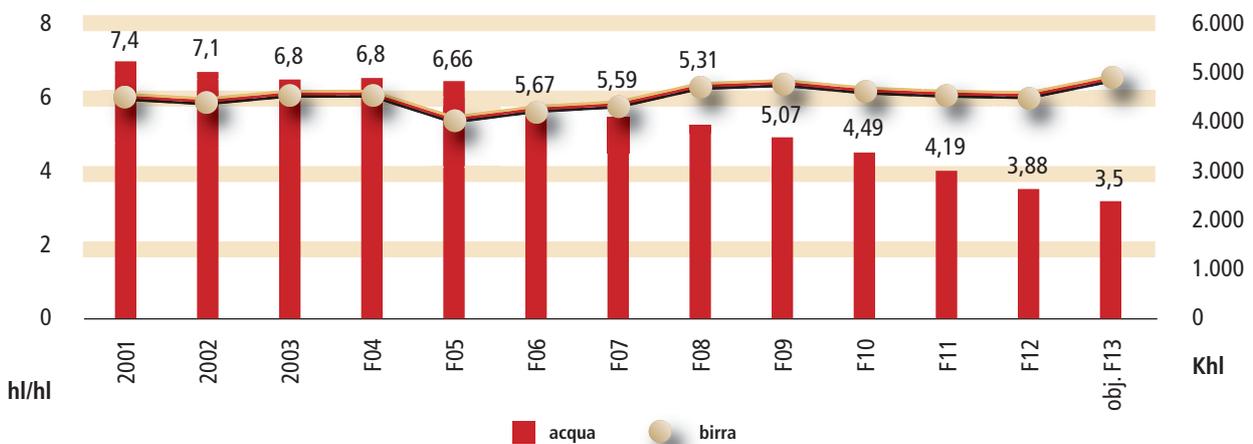
Manufacturing (WCM,) che nel corso degli ultimi anni ha generato risultati importanti anche in termini di maggiore sostenibilità del processo produttivo in quanto basato sulla filosofia della riduzione di qualsiasi tipo di scarto e di perdita.

Anche quest'anno Birra Peroni ha raggiunto l'obiettivo di produrre birra con meno acqua, passando da un consumo di 4,19 hl a 3,88 hl di acqua necessari per produrre un hl di birra. Questi risparmi coincidono con una riduzione di **140 milioni* di litri d'acqua** utilizzati per la produzione degli stessi volumi di birra del 2011. I risultati ottenuti sono ancora più evidenti se si

Birra Peroni si impegna a ridurre del 37% il rapporto tra utilizzo di acqua/ettoltri di birra prodotti nel periodo compreso tra il 2008 e il 2015

considera che per produrre i 4,5 milioni di hl di birra commercializzati nel 2012 **Birra Peroni ha utilizzato circa 840 milioni di litri d'acqua** in meno rispetto ai consumi del 2006**. Tale quantitativo è pari al consumo annuale di acqua per utenze domestiche di una cittadina italiana di 13.000 abitanti o al consumo giornaliero di acqua nella città di Roma***.

ACQUA. Il trend storico dei risparmi ottenuti sui consumi totali di acqua per ettoltri di birra prodotti (hl/hl)



* Calcolato moltiplicando la differenza dei 2 kpi FY11 vs FY12 (4,19 hl/hl a 3,88 hl/hl) per i volumi prodotti nel 2012.

** Calcolato moltiplicando la differenza dei 2 kpi FY06 vs FY12 (5,67 hl/hl a 3,88 hl/hl) per i volumi prodotti nel 2012.

*** Dati Istat riferiti ai consumi medi pro capite di acqua per utenze domestiche degli italiani nel 2008.

Obiettivi di Miglioramento

- ✓ Effettuare ulteriori investimenti e azioni per ottenere risparmi idrici.
- ✓ Migliorare l'indicatore di performance "hl di acqua necessari per produrre 1 hl birra" portandolo a 3,50 hl per produrre 1 hl di birra.



CO₂

ENERGIA ED EMISSIONI

Perché energia ed emissioni

In un Paese industrializzato come l'Italia riuscire a crescere, a produrre valore e a competere sui mercati internazionali riducendo l'inquinamento non è un'utopia, ma un obiettivo raggiungibile con sacrifici, politiche di sviluppo avvedute e un grande amore per il territorio.

Birra Peroni crede fermamente in questi valori e ha fatto del risparmio energetico uno standard per rilanciare il processo produttivo.

Il contenimento degli impatti ambientali rappresenta un elemento chiave della strategia di sostenibilità aziendale e si concretizza in un impegno quotidiano tangibile anche sul tema del risparmio energetico e sulla conseguente riduzione delle emissioni, che determina inoltre importanti risparmi a livello economico.

Partecipazione dei dipendenti nelle strategie aziendali

La crescente attenzione verso le tematiche connesse all'inquinamento dell'aria e ai cambiamenti climatici ha visto Birra Peroni impegnata nella realizzazione di sistemi di produzione sempre più efficienti che sfruttano, a parità di produzione, meno energia da un lato e utilizzano, dall'altro, anche fonti alternative capaci di ridurre il fabbisogno energetico di carburanti, come il biogas autoprodotta dall'impianto di depurazione. Nel corso degli anni la riduzione delle emissioni, anche indirette a carico dei fornitori, è stata possibile principalmente grazie a:

- ✓ miglioramento continuo dei processi

produttivi, ottenuto attraverso piccoli passi e aggiustamenti applicati alla produzione grazie alle idee dei dipendenti, e alle pratiche legate al World Class Manufacturing, come le settimane Kaizen durante le quali i team di lavoro si focalizzano su tematiche specifiche tra cui l'efficienza energetica;

- ✓ introduzione di innovazioni tecnologiche e investimenti in nuovi impianti presso gli stabilimenti produttivi;
- ✓ una maggiore efficienza nella catena di fornitura logistica, con la razionalizzazione degli spostamenti delle merci (affidata a fornitori esterni di servizi per i trasporti) e l'utilizzo sempre crescente del trasporto intermodale (ferrovia e nave) per le merci destinate alle esportazioni.

Il miglioramento continuo dei processi produttivi

La strategia adottata da Birra Peroni per ridurre i propri consumi energetici si basa principalmente su:

- ✓ ottimizzazione dei processi di produzione;
 - ✓ recupero energetico in alcuni reparti.
- Questo consente all'azienda di produrre gli stessi quantitativi di birra con un minor consumo di energia termica ed elettrica, il che determina una maggiore efficienza energetica nel processo industriale.

Ottimizzazione dei processi di produzione.

Da diversi anni gli stabilimenti di Roma e Bari producono mosto con ebollizione "dinamica"; un processo che ha come effetto un minor consumo di vapore in sala cotte.

84% degli impianti di Birra Peroni per spillare birra hanno un consumo energetico pari a 1/3 di quelli tradizionali

In alcuni impianti sono stati installati *inverters* per modulare la velocità dei motori in base alle reali esigenze richieste dai processi. La produzione è stata resa più efficiente migliorando inoltre temperature, pressioni, durata per ciascuno dei processi in cui si prevedono scambi energetici.

In tutti i reparti degli stabilimenti produttivi di Birra Peroni l'attenzione volta alla minimizzazione dei consumi energetici è raggiunta attraverso pratiche specifiche:

- ✓ gli operatori possono segnalare in tempo reale, tramite sistema informativo, eventuali anomalie e conseguenti perdite;
- ✓ vengono effettuate verifiche trimestrali volte ad individuare sprechi e definire azioni di miglioramento;
- ✓ vengono organizzate periodicamente – anche sul tema dell'efficienza energetica – settimane Kaizen in cui team di lavoro concentrano la loro attenzione sull'ottimizzazione dei processi produttivi;
- ✓ in tutti gli stabilimenti è presente un *Energy Supervisor* che verifica, settimanalmente, eventuali sovraconsumi e condivide con il personale piani di miglioramento;
- ✓ nei reparti di ciascuno stabilimento sono presenti monitor che proiettano i consumi effettivi, gli obiettivi da raggiungere e i risultati delle varie azioni correttive implementate.

Recuperi energetici. Nella fase produttiva del mosto, l'energia termica consumata in sala cotte viene parzialmente recuperata tramite condensazione dei vapori generati in caldaia di cottura. Lo stabilimento di Roma è dotato di un impianto di cogenerazione a metano per la produzione congiunta di energia termica ed energia elettrica. Grazie a questo impianto il 30% dell'energia inviata al cogeneratore viene recuperata sotto forma di acqua calda e vapore. All'impianto di cogenerazione sono per questo riconosciuti circa 1.000 titoli di efficienza energetica all'anno (i "Certificati bianchi") che attestano i risparmi energetici conseguiti. Importanti risultati, in tema di risparmio sull'acquisto di combustibili, sono stati ottenuti con la produzione di biogas derivante da scarti organici della produzione; residui di trebbie, lievito, birra.

Nuove tecnologie

Negli ultimi anni Birra Peroni ha effettuato investimenti nel campo dell'innovazione tecnologica introducendo nuovi e più moderni dispositivi. Tra questi il catalizzatore di cui è dotato il CHP di Roma o le nuove apparecchiature e i macchinari più efficienti ed ecologici volti a ridurre al minimo le emissioni di CO₂ e a tenere sotto controllo le emissioni di Ossidi di Azoto (NOx), attualmente molto al di sotto dei livelli consentiti dalla legge italiana, tra le più ferree d'Europa. Contestualmente, sono stati installati nuovi sistemi di illuminazione a basso consumo presso tutti gli stabilimenti di produzione di Birra Peroni e coibentati tubi e serbatoi dei macchinari per garantire una minore dispersione di calore e un conseguente risparmio di energia. Con la stessa finalità sono stati effettuati lavori di ammodernamento e ottimizzazione per il controllo della centrale termica.

Frigo vetrine ed impianti spina più ecologici. Il 40% delle frigovetrine utilizzate da Birra Peroni è a basso impatto ambientale. Grazie all'impiego di gas refrigeranti, ma allo stesso tempo ecologici (R134a) e al motoventilatore ad alta efficienza, si ottiene un risparmio pari a 1/5 dei consumi energetici degli impianti tradizionali. Della stessa tecnologia è dotato l'84% degli impianti per spillare la birra, ideati e prodotti – su specifiche indicazioni di Birra Peroni – per essere totalmente riciclabili, facilmente riparabili, razionalizzati negli ingombri e a bassa rumorosità. In questo caso il risparmio energetico è pari a 1/3 dei consumi energetici degli impianti tradizionali.

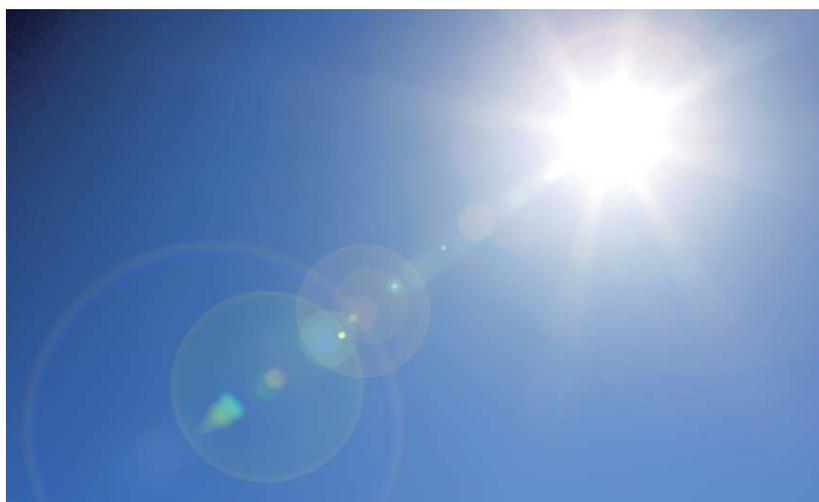
Le iniziative degli stabilimenti:

Roma

- ✓ Nuovo compressore frigorifero ad ammoniaca

UN COMBUSTIBILE ALTERNATIVO

Il biogas (costituito per il 50-70% da metano) è un biocombustibile gassoso ottenuto dalla fermentazione, in assenza di ossigeno, dei materiali residui della produzione di origine organica vegetale utilizzati per la produzione del mosto. Il biogas è una delle maggiori fonti di energia alternativa ed è sfruttato da Birra Peroni come combustibile insieme al metano per la produzione di vapore in centrale termica presso gli stabilimenti di Padova e Roma e attraverso l'impianto di cogenerazione dello stabilimento di Bari alimentato con solo biogas per la produzione energia termica ed energia elettrica. Nel 2012 la produzione interna di biogas (32.128 GJ valorizzati al PCI) è stata sufficiente a coprire l'8% del fabbisogno totale di energia termica utilizzata per i processi industriali. Questo processo offre quindi la possibilità di rendere "risorsa" quelle sostanze residue del processo di produzione della birra altrimenti destinate allo smaltimento.



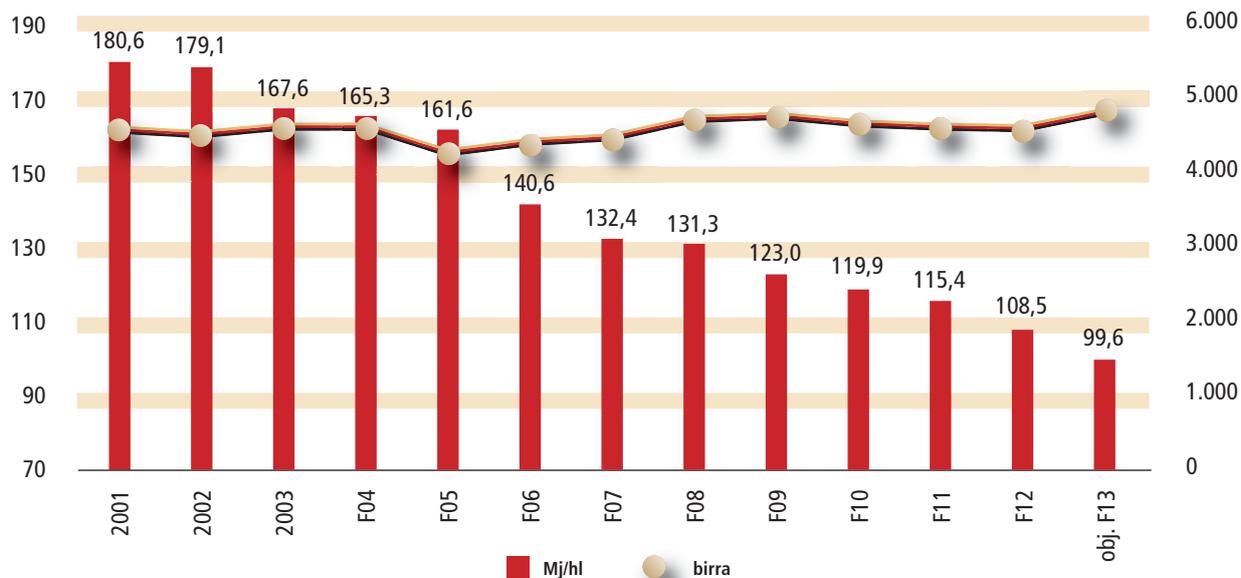
- ✓ Nuova caldaia con economizzatore e recupero del calore di condensazione dei fumi
 - ✓ Nuovo chiller ad assorbimento ai sali di bromuro di litio
 - ✓ Ottimizzazione set point aria compressa, installazione compressori e soffianti dedicati a processi specifici
 - ✓ Nuovi diffusori ad alta efficienza al depuratore
 - ✓ Automazione pastorizzatore
 - ✓ Ottimizzazione delle reti di distribuzione vapore e ritorno condense
 - ✓ Ottimizzazione della rete ad aria compressa
 - ✓ Coibentazioni
- Padova**
- ✓ Ottimizzazioni dell'automazione e controllo centrale termica
 - ✓ Miglioramento dell'automazione dei compressori per il recupero di CO₂
 - ✓ Coibentazioni
 - ✓ Ottimizzazione delle reti di distribuzione vapore e ritorno condense
 - ✓ Riduzione tasso di evaporazione in caldaia di cottura
- Bari**
- ✓ Motoriduttori ad alta efficienza per i nastri trasportatori al confezionamento
 - ✓ Ottimizzazione dell'impianto di aspirazione polveri nei silos

UN'AZIENDA ALL'AVANGUARDIA

Gli stabilimenti di Roma e Bari hanno installato all'interno delle loro centrali termiche nuovi scambiatori di calore a condensazione, una tecnologia all'avanguardia che in SABMiller Europa è presente solo negli stabilimenti italiani e polacchi. I nuovi scambiatori di calore consentono di recuperare l'energia termica proveniente dalla condensazione del vapore contenuto nei fumi di combustione delle caldaie. Questa nuova soluzione ha permesso di aumentare il recupero energetico dai gas di scarico, diminuendo le perdite delle centrali termiche e aumentandone l'efficienza.

TOTALE ENERGIA (termica* + elettrica). Il trend storico (MJ/hl)

* Con potere calorifero superiore.



Efficienza e risparmi nella catena di fornitura logistica

Razionalizzazione delle rotte della distribuzione. La birra prodotta negli stabilimenti di Bari, Roma e Padova viene trasportata dai fornitori di servizi che si occupano della distribuzione presso circa 2.300 punti di consegna dislocati su tutto il territorio. A partire dal 2009, Birra Peroni ha compiuto una razionalizzazione della rete distributiva per aumentare la saturazione dei mezzi di trasporto e la riduzione dei chilometri percorsi. Il progetto ha determinato risultati importanti nella riduzione delle emissioni inquinanti dei mezzi di trasporto e delle CO₂ totali emesse. La tabella riporta i progressi in termini di minori km percorsi, combustibili utilizzati ed emissioni, conseguiti nel corso degli ultimi tre anni fiscali (FY) che hanno determinato una riduzione delle emissioni di CO₂ legate ai trasporti pari a circa mille tonnellate. Nel corso del 2012 anche il personale di vendita, sempre in movimento perché in visita presso i soggetti della catena commerciale, è stato interessato da un processo di razionalizzazione dei percorsi che, da una prima analisi, evidenzia una diminuzione media dei tragitti del 10-15%.

Il trasporto intermodale delle merci.

Oltre alla razionalizzazione delle rotte della distribuzione, gli stabilimenti di Padova e Bari utilizzano per le merci destinate all'export (circa il 26% della produzione totale), un sistema di trasporto intermodale, gomma-ferro, con un impatto positivo in termini di contenimento di CO₂. Il trend storico mostra un aumento del trasporto intermodale delle merci destinate al mercato estero negli ultimi tre anni: 2010 = 15%; 2011 = 25%; 2012 = 34%.

La logistica dei materiali che costituiscono il packaging.

La maggior parte delle vetrerie che forniscono le bottiglie di Birra Peroni sono situate a una distanza massima di 250 km dagli impianti di riferimento. Questa regola vale per il 91% delle vetrerie che forniscono i materiali all'impianto di Roma, per il 97% di quelle collegate a Bari, e per l'87% di quelle che lavorano con lo stabilimento di Padova. È in fase finale la costituzione di un nuovo impianto per il riciclaggio del vetro proprio alle porte della Capitale, che determinerà un minor impatto sull'ambiente riconducibile alle emissioni prodotte nel trasporto delle bottiglie, verso lo stabilimento di Roma, il più grande di Birra Peroni. Per quanto riguarda invece la rotazione del magazzino, importante non solo per l'impatto sul costo ma per l'incidenza sui consumi energetici, l'azienda ha lavorato per utilizzare più volte le bottiglie senza ricorrere all'acquisto di nuove presso un fornitore esterno, con relativi consumi energetici indiretti.

EARTH HOUR

Anche quest'anno, l'azienda ha aderito all'edizione 2012 dell'Earth Hour, un'iniziativa promossa dal WWF a livello globale, che il 31 marzo ha spento simbolicamente le luci di monumenti, uffici, luoghi simbolo e abitazioni private in tutto il mondo. La partecipazione di Birra Peroni all'appuntamento è stata un motivo per sensibilizzare ulteriormente i dipendenti sul valore che l'azienda riconosce alla sostenibilità.

Obiettivi di Miglioramento

- ✓ Effettuare ulteriori investimenti e azioni per ottenere risparmi energetici.
- ✓ Migliorare in maniera ulteriore l'indicatore di performance "rapporto energia consumata/totale produzione" portandolo sotto i 100 MJ di energia utilizzata per produrre 1 hl di birra.

RISULTATI DEL PROGETTO DI RAZIONALIZZAZIONE

	2010 vs 2009	2011 vs 2010	2012 vs 2011	Totale 3 anni
Riduzione dei chilometri	-671.517	-154.090	-711.270	-1.228.697
Riduzione dei litri di carburante	-203.490	-46.694	-215.536	-372.332
Riduzione delle CO ₂ (chilogrammi)	-533.144	-122.538	-564.705	-975.311

Birra Peroni si impegna a ridurre le emissioni di CO₂ del 35% dal 2008 al 2020



Più di 1/3 dei componenti del packaging dei prodotti Birra Peroni è costituito da materiali riciclati



PACKAGING

Perché il packaging

Tenere tra le mani una bottiglia di Peroni è un'esperienza tattile che riporta alla memoria un senso di appartenenza, di condivisione e di una familiarità tutta italiana. Ma dietro ogni singola bottiglia, dietro ogni cassa e ogni fusto c'è una politica di gestione, smaltimento e riduzione del packaging che va di pari passo con la tradizione. In quest'ottica Birra Peroni è impegnata nella ricerca continua di soluzioni per ridurre la propria impronta ecologica anche in relazione ai materiali utilizzati per il confezionamento dei prodotti lavorando a stretto contatto con i fornitori su progetti innovativi.

I percorsi del packaging

Attualmente i materiali che costituiscono il packaging di Birra Peroni sono costituiti da:

- ✓ vetro delle bottiglie;
- ✓ alluminio delle lattine;
- ✓ acciaio dei tappi;
- ✓ carta e cartone per il confezionamento e il trasporto dei prodotti;
- ✓ fusti di acciaio inox per la vendita della birra alla spina.

Il circuito del riciclo che caratterizza i materiali del packaging di Birra Peroni è molto virtuoso: oltre l'**80% della carta e del cartone** delle confezioni, il **57% dell'alluminio** delle lattine, il **72% dell'acciaio** dei tappi ed il **67% del vetro** delle bottiglie è costituito da materiali riciclati. Inoltre l'**88%** dei fornitori di packaging è localizzato in Italia. Birra Peroni è attiva nella ricerca e nello sviluppo; attività condotte con i propri fornitori di materiali. Inoltre partecipa – in collaborazione con istituzioni, associazioni di settore e altre aziende del settore delle bevande – al **"Progetto vetro indietro"** che dopo una prima fase di sperimentazione presso il Comune di Conegliano Veneto (TV) si propone di rilanciare il vuoto a rendere in tutta Italia. Per maggiori informazioni sul progetto è possibile consultare la pagina web: <http://www.birraperoni.it/sviluppo-sostenibile/iniziativa-vetro-indietro.php>

IL CIRCUITO DEL RICICLO



acciaio: 72%

carta: 80%

vetro: 67%

ECO DESIGN PER IL PACKAGING SOSTENIBILE

È in fase di sperimentazione avanzata un progetto pilota, in collaborazione con il Gruppo Pelliconi, per la diminuzione dell'incidenza in termini di peso dei tappi corona, con la riduzione del loro spessore (da 0,23mm a 0,18mm). Ciò permetterà di utilizzare una minore quantità di materia prima e quindi una riduzione dell'impatto ambientale, nonché vantaggi in termini di costi di produzione.

Obiettivi di Miglioramento

- ✓ Portare a termine il progetto pilota, in collaborazione con il Gruppo Pelliconi, per la diminuzione dell'incidenza in termini di peso dei tappi corona.



Nel 2012 sono state prodotte 5.017 tonnellate di rifiuti di cui il 97% sono stati riciclati o riutilizzati

stampanti per uffici. Il trasporto e lo smaltimento dei rifiuti speciali pericolosi viene effettuato da società esterne autorizzate e specializzate. Lo smaltimento avviene nel rispetto della normativa specifica del settore. Ai rifiuti speciali pericolosi viene associato un codice identificativo CER (codice europeo dei rifiuti) in base alla composizione e al processo di provenienza. Tutti i materiali considerati rifiuti pericolosi vengono registrati in un apposito registro di carico e scarico per consentirne la tracciabilità continua. In fase di smaltimento viene emesso un Formulario di Smaltimento, contenente tutte le informazioni sul rifiuto nonché i dati sul produttore, lo smaltitore e il destinatario del rifiuto. In fase di trasporto il mezzo viene pesato sia al momento di uscita dallo stabilimento che al momento di arrivo presso il luogo di destinazione.



RIFIUTI

Perché i rifiuti

Quella dei rifiuti è una delle emergenze ambientali più sentite nel nostro Paese. Una politica di razionalizzazione, riduzione e riciclo dei rifiuti è quindi essenziale per un'azienda che abbia a cuore il suo territorio e abbia fatto della crescita sostenibile un caposaldo del suo sviluppo.

Gestione responsabile

La gestione dei rifiuti di Birra Peroni ha raggiunto livelli di performance tali e una struttura produttiva così efficiente da poter definire il suo processo industriale a basso impatto ambientale.

Il riciclo virtuoso

Nel 2012, rispetto alle 5.017 tonnellate di rifiuti prodotti, il 97% di questi sono stati riciclati o riutilizzati. Tutto ciò è stato possibile grazie anche all'impegno profuso dall'azienda in merito alla minimizzazione degli scarti della produzione. In quest'ambito ottimi risultati sono stati raggiunti con l'adozione di un modello industriale moderno che, attraverso il World Class Manufacturing (WCM), ha generato nel corso degli ultimi anni risultati importanti anche in termini di maggiore sostenibilità del processo. In generale, i rifiuti prodotti dagli stabilimenti

aziendali sono costituiti quasi interamente da scarti di lavorazione provenienti dal processo di confezionamento: vetro (2.050 t), carta e cartone (1.270 t), polietilene e plastica (725 t), legno (420 t) ferro, acciaio e alluminio (215 t). Il totale dei rifiuti degli scarti prodotti ogni anno da Birra Peroni è legato ai volumi di vendita dei prodotti e all'efficienza della produzione.

Sottoprodotti del processo

Altri sottoprodotti del processo produttivo della birra sono le trebbie (bucce del malto che risultano dalla produzione del mosto) e i lieviti. Le trebbie e i lieviti, nell'ammontare di 77.000 e 7.000 tonnellate annue, sono scarti organici vegetali di lavorazione che vengono rivenduti a società dell'industria alimentare e impiegati come mangimi e cosmetica. Anche i fanghi risultanti dal processo di depurazione delle acque reflue degli stabilimenti vengono centrifugati, essiccati e riutilizzati in agricoltura. L'intero processo risponde ai vincoli normativi in vigore e, due volte l'anno, un laboratorio di analisi indipendente verifica che la composizione dei fanghi sia conforme ai requisiti per il riutilizzo in agricoltura.

Rifiuti speciali pericolosi

I rifiuti speciali pericolosi (pari allo 0,5% sul totale nel 2012) sono costituiti perlopiù da oli esausti presenti all'interno dei macchinari, luci neon esaurite e toner per

IL PROGETTO DI RIDUZIONE DEI RIFIUTI

Per ridurre l'impatto ambientale legato ad alcuni materiali ausiliari della produzione, come la colla per le etichette e i prodotti utilizzati per i lavaggi dei macchinari è stato implementato un sistema di fornitura ad **impatto zero imballaggi** che prevede al momento della consegna, il pompaggio diretto di questi materiali all'interno di fusti e cisterne industriali presenti presso gli stabilimenti Birra Peroni, evitando completamente l'utilizzo di materiale di confezionamento a rendere o a perdere.

Obiettivi di Miglioramento

- ✓ Continuare nell'attività di sviluppo di componenti del packaging ad impatto ambientale minore in collaborazione con i propri fornitori.
- ✓ Avviare nuove attività di sensibilizzazione dei consumatori al riciclo.
- ✓ Continuare a lavorare sul progetto "Vetro Indietro" per il ritorno del vuoto a rendere in Italia.

IL CICLO DEI RIFIUTI

*Comprende lavori speciali e dismissioni di materiale non più utilizzabile.

Rifiuti prodotti	2010	2011	2012
Speciali pericolosi (t)	33,08*	17,91	38,05*
Speciali totali (t)	5.420	5.436	5.017
Tot. speciali riciclati (%)	94,82	94,61	97,29



SVILUPPO DELL'IMPRENDITORIALITÀ

Perché lo sviluppo dell'imprenditorialità

L'impatto del business di una grande azienda si estende a tutta la catena del valore, ossia a tutte quelle attività con cui un'impresa costruisce valore per i propri consumatori e per la comunità in cui è inserita.

Birra Peroni: l'anello forte nella catena del valore

Birra Peroni è impegnata per migliorare diversi aspetti della catena del valore, partendo dai fornitori di materie prime fino ai responsabili della distribuzione dei prodotti. L'azienda è attiva sul tema del supporto all'economia locale e nella sensibilizzazione dei propri partner sui temi della sostenibilità.

Guardando all'approvvigionamento di materie prime e servizi Birra Peroni predilige, dove possibile, l'utilizzo di fornitori del territorio. L'utilizzo di materie prime da aziende locali non solo risulta spesso più conveniente rispetto all'importazione ma genera anche effetti positivi sull'economia del Paese incoraggiando, in questo modo, lo sviluppo dell'imprenditorialità nella catena del valore.

Alcuni esempi di pratiche attivate anche nell'ottica di favorire l'economia e l'imprenditorialità locale sono:

- ✓ la selezione e l'approvvigionamento di materie prime volto a favorire i prodotti dell'**agricoltura italiana**, che rappresentano ad oggi circa il 70% sul totale;

- ✓ lo sviluppo di un prodotto agricolo italiano "speciale" per il marchio Nastro Azzuro: il **Mais Nostrano** creato in collaborazione con l'Unità di Ricerca per la Maiscoltura di Bergamo, ente del Ministero dell'Agricoltura, all'avanguardia nella ricerca scientifica ed agronomica del settore;
- ✓ la **nuova partnership con Fiat**, scelta come fornitore unico di veicoli per la flotta aziendale anche in una logica di supporto all'economia del Paese;
- ✓ la collaborazione con **fornitori locali di servizi** per la gestione di **eventi e sponsorizzazioni** dei marchi Birra Peroni;
- ✓ la scelta di fornitori di trasporti che ha privilegiato la selezione di **piccole e medie imprese italiane**, preferite (a parità di qualità, economicità e sostenibilità) a grandi gruppi multinazionali per i servizi esterni dedicati alla distribuzione dei prodotti.

La filiera della qualità

Per cercare di assicurare la sostenibilità nella catena di fornitura, la politica aziendale di Birra Peroni prevede un rigido processo di valutazione dei fornitori, sia in fase di qualificazione che durante lo svolgimento del rapporto. L'azienda monitora periodicamente, nell'arco di tre anni, tutti i fornitori di prodotto attraverso un set di indicatori di performance che riguardano sia ambiti operativi che il rispetto dei principi e delle pratiche per lo

Il 95% dei fornitori di prodotti è certificato secondo schemi ISO9001 e 14001 e l'89% della spesa totale per gli acquisti è localizzato in Italia

sviluppo sostenibile. Ad esempio in relazione a quest'ultimo punto vengono presi in considerazione indicatori e informazioni relative alla salute, alla sicurezza e al rispetto dei diritti umani, le politiche per la minimizzazione dell'impatto ambientale, alla corretta gestione del personale.

La correttezza delle informazioni raccolte viene verificata da personale qualificato di Birra Peroni attraverso visite (almeno una ogni tre anni) sul campo presso gli impianti produttivi dei partner che per quanto riguarda gli acquisti di prodotti legati ai processi di produzione.

Da diversi anni ormai, in tutti i contratti di fornitura, si rimanda il fornitore alla presa d'atto che l'azienda ha adottato un Codice Etico. Con la sottoscrizione degli accordi commerciali i fornitori si impegnano anche a rispettare, e a far rispettare, i canoni di comportamento richiesti ai partner di Birra Peroni.

L'azienda ha anche adottato meccanismi sanzionatori che, in caso di gravi inadempimenti, possono determinare azioni di richiamo, sospensione o cancellazione dall'albo fornitori. Attualmente il 95% dei fornitori di prodotti è certificato secondo gli schemi ISO9001 e 14001 e l'89% della spesa totale per gli acquisti è localizzato in Italia, a conferma dell'impegno dell'azienda per lo sviluppo dell'economia locale.

Le "strade" della sostenibilità

L'ultimo anno fiscale di rendicontazione è stato caratterizzato dalla qualificazione del settore trasporti. Il progetto è stato gestito da Birra Peroni in collaborazione con una società di consulenza esterna specializzata (BravoSolution) e ha determinato la selezione e l'inclusione al nuovo albo fornitori di 18 imprese per i servizi di trasporto merci su strada, su un totale di 60 aziende valutate. Il processo di qualificazione del comparto trasporti è stato condotto prendendo in considerazione anche aspetti legati al possesso di certificazioni, di una politica per la sicurezza e documentazione specifica per la corretta gestione del personale come il DURC (la dichiarazione unica di regolarità contributiva), la posizione Inps e Inail e l'iscrizione alla Camera di Commercio. La scelta dei fornitori di trasporti ha privilegiato la selezione di piccole imprese italiane, preferite (a parità di qualità, economicità e sostenibilità) a grandi gruppi multinazionali.

La collaborazione tra mondo agricolo e industriale italiano

Il Nostrano Peroni è una varietà di mais che coniuga le caratteristiche delle varietà tradizionali con quelle culturali moderne. Risultato reso possibile dall'adozione delle più avanzate tecniche di selezione e miglioramento agronomico, il Nostrano Peroni risponde alla volontà dell'azienda di sviluppare varietà di mais provenienti da coltivazioni proprie del territorio italiano. Seguendo questo principio, anche lo scorso anno Birra Peroni ha dato continuità a un percorso intrapreso negli anni precedenti grazie anche alla collaborazione avviata nel 2007 con l'Unità di Ricerca per la Maiscoltura di Bergamo, ente del Ministero dell'Agricoltura. La *partnership* ha avuto come obiettivo principale quello di individuare e sviluppare delle varietà di mais proprie del territorio italiano che avessero i requisiti tecnico-agronomici tali da poter essere vantaggiosamente utilizzate per la produzione della birra. Da questa collaborazione è nato il Nostrano Peroni che oggi viene utilizzato per l'intera produzione del marchio Nastro Azzurro.

DISTRIBUZIONE DELLE COLTIVAZIONI

Puglia	5%
Molise	16%
Abruzzo	8%
Umbria	12%
Toscana	2%
Lazio	30%
Marche	26%

MAIS NOSTRANO 100% ITALIANO

Il Nostrano Peroni nasce dalla costituzione di due varietà ibride di classe FAO 300 e 500, iscritte ai Registri Nazionali e ai Cataloghi Europei come NOSTRANO PERONI PR e NOSTRANO PERONI ME. Inoltre, attraverso una serie di accordi siglati con la Coopsementi SCARL di Sossano, è stata curata la produzione del seme ibrido commerciale destinato alla filiera. Il risultato è la realizzazione di una vasta filiera di produzione esemplare nel panorama dell'agroindustria italiana, della quale fanno parte un centro pubblico di ricerca genetica e di sviluppo ibridi, una società cooperativa di produzione sementi, 80-100 aziende agricole di base con capacità produttiva modulabile tra 800 e 1200 ettari e con crescente "senso di appartenenza" alla organizzazione, 4 centri di stoccaggio situati in Piemonte, Lombardia e Veneto, 3 molini di rilevanza nazionale "a fianco" degli stoccatore, ed infine Birra Peroni e SABMiller.



Gli agricoltori bevono Peroni

Il rapporto tra Birra Peroni e il mondo agricolo italiano è gestito anche in collaborazione con malteria Saplo che opera, sin dal 1964, attraverso contratti di coltivazione stipulati direttamente o attraverso *partner* locali per il supporto logistico con agricoltori del Centro-Sud Italia. Il fabbisogno di orzo è pari a circa 50.000 tonnellate all'anno che equivale ad una superficie seminata, per il 2011, di 16.880 ettari e, approssimativamente, 1.600 agricoltori.

Il valore della merce che si andrebbe ad acquistare dagli agricoltori è stimato, per il raccolto 2011, nella misura di 11,6 milioni di euro a cui va aggiunto un costo per il trasporto, effettuato da trasportatori locali, per circa 1 milione di euro.

Il valore aggiunto di questo modo di operare è rappresentato da:

- ✓ rapporti duraturi e fiduciosi con gli agricoltori (per alcuni da oltre 30 anni);
- ✓ utilizzo di varietà di orzo, testate da Saplo in partnership con l'Università Agraria di Perugia, con alte rese di raccolto e il minimo utilizzo di fitosanitari;
- ✓ collocazione certa del raccolto a condizioni trasparenti;
- ✓ utilizzo di seme prodotto direttamente da Saplo, quindi senza intermediari e relativo costo per l'agricoltore, con garanzia di qualità;
- ✓ prefinanziamento del costo del seme,

Sono 1.600 gli agricoltori italiani impegnati nella produzione di 50mila tonnellate di orzo l'anno

valore del quale viene rimborsato solamente al momento del raccolto in detrazione del valore dell'orzo;

- ✓ assistenza agronomica per la coltivazione dell'orzo durante tutto il ciclo vegetativo.

Obiettivi di Miglioramento

- ✓ Le iniziative di collaborazione realizzate nel corso degli anni si sono rivelate preziose e costruttive sia per Birra Peroni che per i fornitori. L'azienda intende, quindi, nei prossimi anni proseguire nella promozione di progetti per lo sviluppo e il supporto all'industria del Paese e del proprio indotto agricolo proveniente dal territorio italiano.



COMUNITÀ

Perché comunità

Restituire al proprio territorio parte della ricchezza prodotta e dare un contributo reale e positivo di *know-how* e risorse umane è prassi consolidata per chi guarda non solo al profitto ma anche alla costruzione di solidi rapporti con i principali stakeholder.

Realtà industriale e spirito solidale

Birra Peroni è impegnata a contribuire attivamente allo sviluppo economico e al benessere del Paese, un impegno che si sposa in pieno con il concetto di *corporate social investment* e coincide con la filosofia di una realtà industriale dallo spiccato spirito solidale. L'obiettivo è quello di dare un contributo positivo, in termini economici, di *know-how* e di risorse umane, per migliorare la qualità della vita nelle comunità in cui l'azienda è presente.

Per questo motivo ogni anno l'azienda investe su progetti e iniziative locali in favore dell'occupazione, dello sviluppo culturale, della ricerca scientifica, del mondo accademico, del sociale e dell'ambiente.

L'individuazione e la messa in opera dei progetti a sostegno della comunità nascono dall'analisi delle necessità territoriali e mirano alla realizzazione di progetti che, a parità di investimenti economici, siano in grado di determinare risultati sempre migliori, anche sfruttando le eventuali sinergie con *partner* istituzionali, dell'associazionismo non profit e dell'università.

LE INIZIATIVE

Nell'ultimo anno l'azienda ha attivato nuovi progetti in favore:

- ✓ della ricerca in Psicologia del Lavoro e delle Risorse Umane sviluppato dal Dipartimento di Scienze Umane dell'**Università LUMSA** con l'obiettivo di studiare le variabili che influiscono sulla soddisfazione lavorativa delle persone;
- ✓ del **MOPAmbiente**, una ricerca volta a registrare le opinioni e le aspettative del tessuto sociale ed economico italiano sulle tematiche ambientali;
- ✓ di nuove campagne di sensibilizzazione dei consumatori sul tema del consumo responsabile promosse da Assobirra (*cf.* par. Consumo responsabile);
- ✓ di nuove attività in favore della cultura organizzate e gestite dal **Museo Birra Peroni** (*cf.* cap. Essere italiani);
- ✓ della **Fondazione Nicolò Galli** con un progetto di solidarietà gestito nel corso del Torneo di Golf Pilsen Urquel pro tour;
- ✓ della mostra **Noi l'Italia** realizzata da persone disabili del laboratorio sperimentale di Tor Bella Monaca della Comunità di Sant'Egidio.

Inoltre Birra Peroni

continua a sostenere:

- ✓ la **Comunità di Sant'Egidio** sul progetto "Trattoria de Gli amici" per favorire l'inclusione sociale e lavorativa di soggetti svantaggiati;

L'impegno con il territorio italiano è stato costruito e consolidato nel tempo

- ✓ il **Consorzio Elis** su diversi programmi formativi d'eccellenza per giovani talenti italiani con minori possibilità economiche e corsi specialistici per i propri dipendenti;
- ✓ il **gruppo Birra Peroni AVIS** per la donazione del sangue;
- ✓ **Ho.Re.Ca Distech**, il corso universitario nel settore della distribuzione promosso dalla Facoltà di Economia dell'Università di Parma;
- ✓ l'**Università LUMSA** con il progetto di sensibilizzazione sul tema del consumo responsabile gestito attraverso il canale di comunicazione del **Forum Alcol parliamone** (*cf.* par. Consumo responsabile);
- ✓ l'**Associazione volontari Capitano Ultimo** che opera nel campo dell'assistenza sociale con la finalità di promuovere la cultura della legalità, attraverso eventi culturali e azioni di sostegno sociale e di solidarietà.

Insieme alla LUMSA per la ricerca universitaria

Le collaborazioni con il mondo accademico consentono all'azienda di agire come soggetto integrato nel sistema socio-economico, non solo nella sua tradizionale funzione economica e di business, ma anche nella veste di attore

sociale, direttamente implicato nei problemi di fluidità e di efficienza del mercato del lavoro.

Per questo Birra Peroni ha ribadito il suo impegno a sostenere la ricerca in campo accademico con il finanziamento di un progetto di dottorato presso la LUMSA.

Il progetto di ricerca in Psicologia del Lavoro e delle Risorse Umane finanziato da Birra Peroni è sviluppato dal Dipartimento di Scienze Umane della LUMSA. Il focus della ricerca avrà l'obiettivo di studiare come e in che misura alcune variabili possano influire sulla soddisfazione lavorativa del singolo individuo. Questa nuova iniziativa testimonia un saldo intento di *partnership* a beneficio della collettività tra LUMSA e Birra Peroni che ha già prodotto, nel 2010, il progetto "Forum Alcol Parliamone" in materia di consumo responsabile.

Testimonianza della LUMSA:

"Siamo davvero entusiasti di poter dare il via a questo progetto assieme a Birra Peroni. In un ambiente lavorativo sempre più complesso come quello odierno, una conoscenza approfondita di come alcune variabili influiscano sul benessere del lavoratore da un lato e dell'organizzazione dall'altro è diventata fondamentale".

Flavio Urbini Ph. D. Student
del Dipartimento di Scienze Umane
dell'Università LUMSA

MOPAmbiente, le opinioni degli italiani

Birra Peroni ha contribuito a finanziare la redazione del 7° Rapporto annuale "Monitoraggio degli Orientamenti e delle Politiche per l'Ambiente" che fotografa da un lato l'evoluzione normativa e dall'altro le opinioni e le aspettative dei principali soggetti istituzionali e sociali rispetto alle politiche ambientali e alla responsabilità sociale delle imprese. Il progetto è nato da un'iniziativa RISL con il patrocinio del Ministero dell'Ambiente e della Tutela del Territorio dal 2003, volta a favorire la comunicazione ambientale tra istituzioni, imprese e cittadini. Il Rapporto MOPAmbiente è stato curato dall'Istituto internazionale GFK Eurisko, operante in Italia nelle ricerche sul consumatore e nelle indagini che coprono l'intero panorama della ricerca sociale e di mercato. Il rapporto è disponibile per libera consultazione:

<http://www.mopambiente.it/Settimo%20Rapporto.pdf>.

Pilsen Urquell pro Tour per la Fondazione Niccolò Galli

Pilsner Urquell è stata presente con un'area di ristoro – la **19esima Buca** – in cui ospiti e campioni del golf hanno potuto godere di un momento di relax, o festeggiare le vittorie a fine gara. Durante ciascuna tappa del torneo, Pilsner Urquell ha avviato una collaborazione con la Fondazione Niccolò Galli a cui ha deciso di

devolvere tutti i ricavi provenienti dalle donazioni effettuate da ogni ospite a fronte di ogni bottiglia messa a disposizione da Pilsner Urquell.

"Gli Amici" di Birra Peroni

Anche quest'anno Birra Peroni ha continuato la *partnership* con la Comunità di Sant'Egidio che si occupa dell'assistenza, della riabilitazione e della socializzazione delle persone disabili. L'incontro delle due realtà si è tradotto nel sostegno da parte di Birra Peroni al progetto "**Trattoria de Gli Amici**" a Trastevere (Roma), un programma di formazione e inserimento riservato a persone svantaggiate e con difficile accesso al mondo del lavoro. Questa iniziativa solidale garantisce alle persone disabili una buona autonomia economica e una possibilità di crescita professionale, con le complesse logiche proprie di questo tipo di attività.

Consorzio Elis e i giovani talenti italiani

IL Centro Elis di Roma è un ente non profit costituito nel 1964 da 33 grandi imprese. La sua missione consiste nell'erogare programmi formativi d'eccellenza per giovani talenti con difficoltà di inserimento sociale e lavorativo. Birra Peroni è membro del Consorzio Elis e partecipa sia finanziando alcuni progetti, sia mettendo a disposizione le competenze dei propri manager.

NOI L'ITALIA E "GLI AMICI" DI SANT'EGIDIO

Nel corso dell'ultimo anno fiscale l'azienda ha sponsorizzato la mostra **Noi l'Italia** organizzata da "Gli Amici" – persone disabili che partecipano ai laboratori d'arte della Comunità di Sant'Egidio – in collaborazione con il Museo Laboratorio d'Arte Contemporanea dell'Università Sapienza di Roma, l'Assessorato alle Politiche Culturali e della Comunicazione e la Sovrintendenza ai Beni Culturali del Comune di Roma.

La mostra è stata inaugurata il 3 dicembre 2011 al Palazzo del Quirinale dal Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano.

L'ideazione e la realizzazione del progetto di allestimento dell'architetto Federico Lardera è stato costruito attorno alle centocinquanta opere e ai testi realizzati da persone disabili e l'installazione/scultura "Tavolo Italia" dell'artista Anton Roca, per celebrare e rileggere criticamente i 150 anni dell'Unità.



Nel corso del 2012 Birra Peroni ha sostenuto i progetti:

HR Academy. I manager di Birra Peroni hanno contribuito, anche quest'anno, al percorso di formazione rivolto ai migliori laureati in discipline umanistiche ed economiche con uno spiccato interesse per le Risorse Umane. Il progetto – che prevede docenze e uno *stage* conclusivo presso le aziende *partner* – ha l'obiettivo di trasferire le conoscenze per comprendere al meglio il contesto economico e sociale in cui operano le organizzazioni e il ruolo delle Risorse Umane.

Management by Ethics. Un master organizzato dal Consorzio Elis e dalla Pontificia Università della Santa Croce, cui hanno partecipato anche alcuni HR manager di Birra Peroni. Il master è strutturato in un ciclo di incontri dedicati ai top manager delle maggiori imprese italiane con l'obiettivo di promuovere la conciliazione tra pratica manageriale ed etica, facendo leva sui principi e le migliori pratiche della Responsabilità sociale d'impresa.

School of Future Leaders. Programma formativo del Consorzio Elis che vede 27 studenti universitari confrontarsi con top manager d'azienda. Gli studenti, selezionati da Bocconi, LUISS, Politecnico di Torino, Politecnico di Milano, Università di Pisa e Politecnico di Cagliari, sono stati impegnati per una settimana a risolvere casi aziendali reali proposti dai manager

delle aziende e gli studenti più meritevoli hanno fruito del programma denominato *shadowing*, durante il quale hanno affiancato per tre giornate, nel lavoro di tutti i giorni, alcuni top manager di Birra Peroni e di altre aziende del consorzio.

Testimonianza degli studenti:

"Grazie alla collaborazione tra il Consorzio Elis e Birra Peroni ho avuto l'opportunità di poter conoscere una realtà aziendale di primaria importanza nel panorama italiano e sperimentare sul campo le conoscenze teoriche acquisite in aula sul tema della gestione delle Risorse Umane. Nel contesto nel progetto HR Academy VII ho infatti lavorato per un mese all'interno del Dipartimento Risorse Umane di Birra Peroni occupandomi, in collaborazione con diversi manager delle Risorse Umane, della mappatura della formazione realizzata fino al 2011, della progettazione del piano di formazione e della redazione del catalogo formativo annuale 2012-2013".

Paolo Montano, Partecipante VII edizione HR Academy

Con AVIS insieme per la vita

Birra Peroni collabora da molti anni con l'AVIS per incentivare la donazione del sangue, iniziativa che ha determinato la nascita del gruppo di donatori "Birra Peroni-AVIS".

Ho.Re.Ca Distech

Birra Peroni ha sponsorizzato Ho.Re.Ca Distech, un corso universitario che si rivolge a giovani laureati, laureandi o persone che desiderano sviluppare le proprie competenze nel settore della distribuzione. Il corso, riconosciuto a livello internazionale e promosso dalla Facoltà di Economia dell'Università di Parma con il supporto accademico dell'Institut Commercial de Nancy, è stato sponsorizzato da Birra Peroni che, oltre a un contributo finanziario, ha coinvolto il proprio personale nell'attività didattica ospitando stagisti presso gli impianti dell'azienda.

Solidarietà per i vicini di casa

Birra Peroni ha continuato a sostenere i propri "vicini di casa" dell'associazione Volontari Capitano Ultimo Onlus la cui sede si trova proprio nei pressi dello stabilimento Birra Peroni di Roma. L'associazione opera nel campo dell'assistenza sociale con la finalità di promuovere la cultura della legalità, attraverso eventi culturali e azioni di sostegno sociale e di solidarietà. Attualmente è impegnata nella gestione della casa famiglia per minori "Capitano Ultimo", che si trova a Roma in via della Tenuta della Mistica, presso cui organizza incontri didattici e formativi di educazione ambientale e legale rivolti agli studenti delle scuole materne, primarie e medie di primo grado, nonché ai minori ospiti di case famiglia.



Obiettivi di Miglioramento

- ✓ Birra Peroni vuole continuare a migliorare il proprio approccio strategico al tema degli investimenti in ambito sociale per rendere le iniziative in campo sociale e ambientale sempre più aderenti alle esigenze prioritarie delle comunità locali nelle quali opera. In particolare tenendo in considerazione le necessità locali e degli stakeholder di riferimento, realizzando progetti che a parità di investimenti economici determinino una sempre maggiore efficacia in termini di risultati sfruttando sinergie con *partner* di fiducia, con un forte radicamento nella comunità ed una profonda comprensione degli obiettivi, delle iniziative e delle strategie necessarie per raggiungerli.



formazione ed educazione anche in collaborazione con alcune categorie rilevanti di stakeholder locali quali, ad esempio, governi e ONG. Anche quest'anno SABMiller ha sostenuto, a livello globale, diversi progetti per contrastare la diffusione dell'HIV/Aids. Le attività svolte si propongono da un lato di assicurare un generale miglioramento del sistema sanitario, attraverso il recupero di centri di salute, laboratori dei grandi ospedali regionali e servizi di assistenza; dall'altro di introdurre nelle zone colpite dal virus farmaci antiretrovirali per la cura diretta dei sieropositivi e dei malati.



HIV / AIDS

L'impegno di Birra Peroni riflette la politica della Capogruppo SABMiller che considera la lotta all'HIV/Aids un tema particolarmente rilevante. L'infezione, infatti, può colpire dipendenti, fornitori, clienti delle aziende locali e può avere impatti sulla stabilità politica e sulla

crescita economica di alcuni Paesi nei quali il Gruppo opera. A tale scopo SABMiller è impegnata ad accrescere la conoscenza della malattia e la consapevolezza verso i rischi che questa comporta presso i propri dipendenti e le loro famiglie, i propri fornitori e più in generale presso le comunità locali. In particolare sono state avviate attività di

LA PRESENZA DEL GRUPPO

L'impegno del Gruppo si focalizza principalmente nei Paesi a maggior diffusione dell'epidemia, come Sudafrica, Botswana, Zambia, Mozambico, Uganda, Angola, Malawi e Tanzania.



DIRITTI UMANI

Tutelare i diritti umani è una prerogativa per il Gruppo SABMiller che opera in Paesi in via di sviluppo. In Italia, Birra Peroni nel rispetto dei diritti dei lavoratori non presenta particolari criticità nella catena di fornitura, grazie anche a una legislazione sul lavoro rigorosa e a un'attività di controllo capillare. Una maggiore tutela sul rispetto dei diritti umani nella catena commerciale dell'azienda è dimostrata anche dal fatto che il 90% della spesa totale per acquisti di beni e servizi è effettuata verso fornitori italiani. Nella conduzione del proprio business, Birra Peroni si impegna a promuovere i valori

condivisi dalla comunità internazionale e in particolare quanto sancito dalla Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, dalle linee guida emanate dall'OCSE per le imprese multinazionali, dalla Dichiarazione tripartita di principi sulle imprese multinazionali e le altre convenzioni emanate dall'Organizzazione Internazionale del Lavoro. L'attenzione di Birra Peroni è focalizzata su aspetti legati ad una corretta gestione dei dipendenti e alla sicurezza sul lavoro anche da parte dei propri fornitori verso i quali, da tempo, viene effettuato un continuo lavoro di sensibilizzazione. Inoltre, la Direzione acquisti di Birra Peroni verifica periodicamente sul campo che non vi siano violazioni dei diritti umani (in particolare rapporti di lavoro, salute e sicurezza)

all'interno della catena di fornitura. Tra le informazioni richieste come garanzia da Birra Peroni alle ditte cui sono affidati appalti di lavoro ci sono il Piano Operativo di Sicurezza, il Certificato di iscrizione alla Camera di Commercio, l'autocertificazione di idoneità tecnico-professionale, la lista delle persone impiegate – il nominativo e la prova della sua regolare assunzione – i tesserini di riconoscimento per tutti i lavoratori coinvolti (completi di fotografia e da esibire per tutta la durata dei lavori), l'elenco dell'attrezzatura utilizzata e, se previsto, la richiesta di autorizzazione al subappalto. A tutti i contratti è poi allegata una clausola che chiede ai fornitori la presa visione e l'accettazione dei principi e delle regole contenute nel Codice Etico di Birra Peroni.

IL CODICE ETICO

Birra Peroni, come specificato nel Codice Etico, si impegna a rispettare i principi universali e offre ai lavoratori le medesime opportunità senza alcuna discriminazione in relazione all'età, al sesso, alle origini etniche, alle preferenze sessuali e considerando sempre i valori di pari opportunità ed eguaglianza. Contestualmente promuove una cultura di apertura ed eticità nella quale i dipendenti vengono valorizzati e trattati con dignità.





TRASPARENZA ED ETICA

Perché trasparenza ed etica

Trasparenza, etica e ascolto dei nostri stakeholder rappresentano un valore riconosciuto dall'azienda. L'apertura nei confronti di fornitori, consumatori, istituzioni ed altri soggetti che contribuiscono alla mission di Birra Peroni è un imperativo che contribuisce a rendere l'azienda amata dal mercato. Per questo Birra Peroni rendiconta e comunica le proprie attività e le performance in maniera trasparente, impegnandosi anche nel dar vita a *partnership* con gli stakeholder su diversi argomenti dello sviluppo sostenibile e comunicandone i risultati.

Promuovere la cultura dell'etica in azienda

Birra Peroni ha adottato tutti gli strumenti necessari (politiche, procedure interne, codici di comportamento, e un modello organizzativo) per la diffusione, la sensibilizzazione e il controllo dei principi etici a cui si ispira. Il Codice etico, la politica contro la corruzione e il modello organizzativo 231 per la prevenzione dei reati societari sono da anni parte integrante del piano di comunicazione e di formazione dei dipendenti. La comunicazione interna e le attività di formazione su queste tematiche sono concepite per assicurare la diramazione dei contenuti etici e di condotta a tutta l'azienda. Birra Peroni ha attivato, inoltre, una specifica procedura di divulgazione protetta che consente ai dipendenti in maniera assolutamente anonima di segnalare eventuali e presunte violazioni del Codice Etico.

Nell'ultimo triennio non si sono registrate sanzioni amministrative o penali, pecuniarie e non pecuniarie passate in giudicato per non conformità o mancato rispetto di leggi e regolamenti riferite a: concorrenza sleale, anti-trust, pratiche monopolistiche, fornitura e utilizzo di prodotti, impatto ambientale nocivo.

Il Codice Etico. Il Codice Etico adottato ha lo scopo di definire e diffondere i valori e le regole di comportamento a cui l'azienda fa riferimento nell'esercizio delle proprie attività.

Il documento è accessibile a tutti i dipendenti ed è oggetto di specifiche clausole che fanno parte integrante dei contratti con tutti i fornitori di beni e servizi dell'azienda.

Le principali regole di condotta indicate e approfondite all'interno del Codice Etico sono riferite alle tematiche:

- ✓ rispetto ed etica commerciale;
- ✓ la nostra gente e l'ambiente di lavoro;
- ✓ clienti e consumatori;
- ✓ società - sviluppo sostenibile;
- ✓ frodi;
- ✓ conflitto di interessi.

I principi universali cui fa riferimento il Codice Etico sono: onestà, integrità e correttezza, in tutti gli aspetti del business. Il Codice Etico è disponibile per libera consultazione, insieme ad altri documenti sulla corporate governance, all'indirizzo internet:

http://www.birraperoni.it/azienda/corporate_governance.php

Nel Codice Etico sono indicate le principali regole di condotta aziendale

La politica anticorruzione. La politica anticorruzione adottata da Birra Peroni rappresenta una guida che individua i comportamenti e le attività che possono generare episodi di corruzione come, ad esempio, elargire o accettare doni inappropriati o palesemente eccessivi. La politica anticorruzione fornisce, inoltre, indicazioni precise per una corretta gestione dei contributi in denaro da destinare alle attività di beneficenza delle Onlus con cui collabora l'azienda.

La linee guida per il rispetto della legge Antitrust. L'azienda aderisce alle linee guida in termini di prevenzione contro le possibili infrazioni della legge Antitrust. Il documento adottato da Birra Peroni descrive, in modo puntuale, tutte le situazioni e i comportamenti che potrebbero, anche se compiuti in buona fede, pregiudicare il rispetto delle norme applicabili in materia di concorrenza sul mercato.

Il modello Organizzativo 231. Il d.lgs. n. 231/01 disciplina la "Responsabilità amministrativa delle Società" e ha introdotto in Italia un regime di responsabilità amministrativa – ma di fatto penale – a carico delle società per alcuni tipi di reati commessi nei rapporti



con la Pubblica Amministrazione da dipendenti e rappresentanti dell'azienda stessa. A tutela delle aspettative degli stakeholder, della propria posizione legale, della continuità del business e della propria reputazione, Birra Peroni ha quindi deciso di adottare uno specifico "Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo" per rafforzare il sistema di controllo interno, e per la prevenzione dei reati previsti dal decreto, che vanno dal riciclaggio alla violazione delle norme sulla sicurezza sul lavoro. L'adozione del modello ha determinato una capillare mappatura di tutti i processi aziendali potenzialmente a rischio nonché l'adozione di idonee procedure di controllo degli stessi. È stato inoltre nominato un apposito Organismo di Vigilanza del modello 231 e sono stati implementati i relativi flussi di comunicazione da e verso l'Organismo di Vigilanza. Il modello organizzativo viene aggiornato all'occorrenza di eventuali modifiche legislative e/o di processo.

La formazione dei dipendenti. Nel corso dell'ultimo anno fiscale è stata erogata formazione in aula a tutti i soggetti cui compete l'amministrazione della società e a coloro che ricoprono posizioni di responsabilità in aree a rischio corruzione. In particolare sono stati formati sul contenuto della politica anticorruzione e sul modello

organizzativo 231 tutti i membri del Comitato Esecutivo (Excom). È inoltre in fase di partenza un corso online per tutti i manager e i dipendenti del Gruppo.

Il rapporto con gli stakeholder

Birra Peroni considera importante instaurare un dialogo aperto con i propri stakeholder per comprendere le posizioni e le aspettative soprattutto in relazione alle tematiche dello sviluppo sostenibile. Questo tipo di approccio, basato sull'ascolto e il coinvolgimento, ha permesso all'azienda di allineare le proprie attività con i bisogni espressi dagli stakeholder, consentendo, nel corso degli anni, di poter **verificare la rilevanza per i propri interlocutori di ciascuna delle 10 priorità per lo sviluppo sostenibile** così come la coerenza delle diverse attività e progetti connessi.

Alcuni strumenti di ascolto degli stakeholder sono ad esempio:

- ✓ le indagini di clima, utilizzate per misurare la soddisfazione dei dipendenti e progettare attività di miglioramento rispetto ai bisogni espressi;
- ✓ incontri con i fornitori su diverse tematiche che riguardano aspetti

Birra Peroni ha instaurato un dialogo aperto con i propri stakeholder per un confronto sullo sviluppo sostenibile

caratteristici della relazione di business;

- ✓ il dialogo con le istituzioni a tutti i livelli su aspetti legati al business, al sistema regolatorio e allo sviluppo sostenibile;
- ✓ il contatto diretto con i consumatori attraverso il numero verde messo a disposizione dall'azienda per fornire chiarimenti e ricevere segnalazioni relative ai prodotti, che vengono poi catalogate e portate istematicamente all'attenzione del *management* di Birra Peroni per consentire un miglioramento continuo della soddisfazione dei clienti;
- ✓ i workshop di consultazione e i tavoli di lavoro che coinvolgono tutti quei soggetti (organizzazioni, associazioni) che per propria natura, settore di appartenenza o vicinanza all'azienda sono considerati a tutti gli effetti stakeholder.

Inoltre ogni due anni SABMiller conduce un'indagine per analizzare la percezione degli stakeholder sulla reputazione delle singole aziende nei diversi territori in cui operano e del Gruppo nel suo insieme. L'indagine condotta nel 2012 ha coinvolto un campione rappresentativo di impiegati, consumatori, istituzioni locali e nazionali e rappresentanti degli organi di stampa. Agli stakeholder intervistati è stato chiesto come l'azienda viene vista su diverse tematiche come il contributo allo sviluppo della comunità in cui opera, la qualità dei prodotti, la gestione delle tematiche ambientali, la promozione del consumo responsabile di bevande alcoliche e molto altro. I risultati dell'indagine offrono un valido supporto al *management* di Birra Peroni per comprendere le leve su cui si

basa la reputazione dell'azienda e impostare conseguentemente piani di miglioramento, azioni e progetti specifici.

Ascoltando i nostri stakeholder

Lo scorso 17 aprile Birra Peroni ha organizzato presso lo stabilimento di Roma una tavola rotonda ristretta che ha coinvolto alcuni stakeholder dell'azienda sul tema dello sviluppo sostenibile. All'incontro hanno partecipato rappresentanti di diverse categorie che compongono la mappa complessiva delle relazioni della società tra cui: fornitori, associazioni ambientaliste, mondo accademico, organi di informazione e associazioni non profit. La finalità dell'incontro è stata quella di condividere con gli stakeholder l'approccio allo sviluppo

sostenibile adottato da Birra Peroni. I principali temi trattati nel corso dell'incontro sono stati:

- ✓ la condivisione dei contenuti del primo **Rapporto di Sostenibilità 2010-2011**;
- ✓ l'approccio adottato da Birra Peroni nei confronti dello **sviluppo sostenibile**;
- ✓ la ricerca di *input* di miglioramento attraverso il confronto tra l'azienda e gli stakeholder sul valore delle **10 priorità** per lo sviluppo sostenibile nel contesto italiano.

L'incontro è stato organizzato e moderato dalla società di consulenza Pricewaterhousecoopers (PwC) e gestito secondo quanto prescritto dalle linee guida internazionali "AA1000 Stakeholder Engagement Standard" per il coinvolgimento degli stakeholder.

L'incontro si è articolato in due momenti:

- ✓ **la prima parte**, iniziata con una visita allo stabilimento di Roma, è stata dedicata ad illustrare la metodologia di coinvolgimento degli stakeholder scelta e i principali risultati ottenuti da Birra Peroni sulla sostenibilità (a cura delle direzioni Corporate Affairs e Operations);
- ✓ **nella seconda parte** dell'incontro il facilitatore (PwC) ha avviato la discussione con gli stakeholder chiedendo loro un riscontro sulla coerenza delle attività svolte dall'azienda rispetto alle 10 priorità per lo sviluppo sostenibile e il loro punto di vista per migliorare la materialità e la completezza delle informazioni fornite attraverso il Rapporto di Sostenibilità. A tutti gli stakeholder invitati era stato chiesto infatti, con largo anticipo, di leggere attentamente il primo Rapporto di Sostenibilità di Birra Peroni con particolare attenzione alla parte relativa alle 10 priorità per lo sviluppo sostenibile.

GLI STAKEHOLDER E L'AMBIENTE

È stato molto apprezzato l'impegno dell'azienda volto a ridurre l'utilizzo di acqua, di emissioni di CO₂. Sono state valutate positivamente anche le attività volte al riciclo e riutilizzo dei rifiuti prodotti.

Alcuni stakeholder suggeriscono all'azienda di:

- ✓ valutare l'opportunità di introdurre impianti per la produzione di energia rinnovabile presso gli stabilimenti;
- ✓ continuare a sensibilizzare i consumatori sull'importanza del corretto riciclo dei rifiuti;
- ✓ considerare la possibilità di intraprendere un percorso di partnership con i fornitori, in particolare gli agricoltori, volto a sperimentare soluzioni per la minimizzazione dei maggiori impatti ambientali anche nella catena di fornitura.

GLI STAKEHOLDER E I TEMI SOCIALI

Rispetto all'impegno di Birra Peroni alla promozione del consumo responsabile è stato molto apprezzato l'impegno nel trovare una relazione positiva tra prodotto alcolico e consumo, per non demonizzare il consumo stesso, ma educare il consumatore.

Alcuni stakeholder suggeriscono all'azienda di:

- ✓ valutare nuove forme di collaborazione con il mondo del non profit, attraverso progetti sempre più orientati a generare una ricaduta sociale positiva e duratura;
- ✓ continuare a sensibilizzare business *partner* e fornitori sui temi dello sviluppo sostenibile;
- ✓ proseguire nell'attività di comunicazione ai consumatori sull'importanza del consumo responsabile di alcol analizzando anche altre problematiche, oltre a quelle già oggetto di diverse campagne specifiche come alcol e guida ed alcol e gravidanza.

IL RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ

Lo strumento è valutato nel suo complesso positivamente per la completezza e per la diversità dei contenuti rappresentati (performance sociali, economiche e ambientali). In considerazione dell'attuale contesto socio-economico, si suggerisce di evidenziare maggiormente l'impegno di Birra Peroni nel gestire le relazioni con le proprie risorse concentrandosi sul tema del benessere aziendale.

Obiettivi di Miglioramento

- ✓ L'azienda si propone di continuare e sensibilizzare dipendenti e fornitori sui temi della legalità e dell'etica attraverso corsi di formazione, comunicazione specifica, strumenti di controllo e momenti di dialogo e coinvolgimento.
- ✓ Birra Peroni ha in programma di organizzare ulteriori momenti di coinvolgimento e dialogo con gli stakeholder sui diversi temi dello sviluppo sostenibile con particolare focus per il 2013 sul consumo responsabile.



**CREDERE
NELLA NOSTRA SQUADRA**

IL VALORE DELLE RISORSE UMANE

C'è un legame invisibile ma solido tra il consumatore e il prodotto che sceglie, tanto più forte quanto più riconoscibile è il valore del marchio, la sua appartenenza al territorio, il vincolo mai rinnegato con la sua storia. Tutto questo si chiama senso di appartenenza, un principio che Birra Peroni ha deciso di declinare iniziando con gli uomini e le donne che operativamente e di giorno in giorno trasformano un'idea imprenditoriale in un prodotto amato dal mercato. Sono loro il nucleo di Birra Peroni, un'azienda italiana che si fonda sul senso di partecipazione a una visione condivisa, convinta che la crescita professionale del singolo equivalga allo sviluppo di tutto il gruppo.

E per sostenere lo sviluppo delle risorse umane, riconosciute come uno dei maggiori vantaggi competitivi, l'azienda ha messo sul campo interventi mirati in termini di:

- ✓ employer branding;
- ✓ ricerca, selezione e inserimento in azienda;
- ✓ formazione, sviluppo e gestione dei talenti;
- ✓ gestione del clima aziendale e del senso di appartenenza;
- ✓ welfare aziendale;
- ✓ salute e sicurezza sul lavoro;
- ✓ comunicazione interna.

LA FILOSOFIA CHE UNISCE

Il lungo processo che porta alla costituzione di una squadra perfettamente identificata con i principi che ispirano



l'azienda inizia con la ricerca e la selezione del personale, un processo continuo che non viene attivato solo per ricoprire una posizione vacante. Seguendo questa filosofia, Birra Peroni segue le evoluzioni del mercato del lavoro e può contare su un numero già selezionato di talenti, pronti a rinforzare l'azienda nel momento in cui si presenta la necessità di inserimento di nuove risorse. Il vero e proprio processo di selezione – a seguito di una ricerca aperta – è gestito a partire da un'attenta descrizione della posizione ricercata che definisce competenze, attitudini ed esperienze necessarie per ricoprire un determinato ruolo. Il continuo aggiornamento dei ruoli necessari in azienda, tenuto conto anche dei nuovi obiettivi contenuti nei piani strategici aziendali, consente di condurre

Accompagnamo ogni nostro nuovo assunto in un percorso di orientamento e formazione che dura dai 3 ai 6 mesi

una ricerca diretta e continua sul mercato del lavoro e di contenere i costi relativi alle agenzie di selezione del personale.

A supporto del processo di selezione e con l'obiettivo di favorire l'integrazione con il mondo dei giovani laureandi, Birra Peroni è attiva su tutto il territorio nazionale attraverso numerose collaborazioni con università e business school (tra cui LUISS, LUMSA, Fondazione CUOA e molte altre), presso cui si svolgono giornate dedicate alle interviste di selezione a giovani laureati e laureandi, e veri e propri progetti aziendali realizzati con il contributo degli studenti. Una volta individuati i profili di interesse, la valutazione dei candidati è svolta con l'ausilio di tecniche e strumenti che mirano – oltre a identificare le competenze richieste dal ruolo ricercato – a comprendere già in questa fase le potenzialità di sviluppo e il talento delle persone.

Il processo di selezione è affidato alla responsabilità sia dell'Area Risorse Umane che del manager dell'Area in cui si ricerca il candidato e si conclude con il processo di inserimento in azienda. Quest'ultimo corrisponde a un programma di formazione e orientamento per i neoassunti, della durata di 3-6 mesi, volto a garantire un'integrazione rapida attraverso la condivisione di tutte le informazioni necessarie allo svolgimento delle attività e per la condivisione della cultura aziendale e degli obiettivi di mercato. Un passaggio necessario per entrare di diritto a far parte di Birra Peroni.



INVESTIRE SUI TALENTI

Credere nel talento, nella sua capacità di fornire risposte nuove alle richieste del mercato e insieme nelle sue attitudini a integrarsi perfettamente con quei valori di italianità e di appartenenza propri dell'azienda, è un punto fermo della strategia di valorizzazione del personale sposata da Birra Peroni. Per favorire lo sviluppo tra i dipendenti di queste attitudini e radicarne ancor di più il senso di appartenenza, Birra Peroni ha sperimentato un modello di valorizzazione del talento e valutazione delle performance.

L'obiettivo di questi processi è quello di:

- ✓ diffondere una cultura della performance in azienda;
- ✓ premiare le persone sia in base alla prestazione erogata che al potenziale di crescita;
- ✓ gestire e sviluppare il talento e le attitudini dei dipendenti per garantire la giusta combinazione di competenze necessarie per far crescere l'azienda;
- ✓ pianificare percorsi di sviluppo e di carriera coerenti con le potenzialità delle persone e le necessità del business;
- ✓ sostenere lo sviluppo di piani di successione del personale.

Seguendo queste finalità le prestazioni individuali, quelle dei team di lavoro e delle direzioni aziendali vengono gestite formalmente, valutate, discusse e comunicate in maniera aperta e trasparente su base semestrale e annuale per assicurare, da una parte, il raggiungimento di obiettivi condivisi e sfidanti e allo stesso tempo migliorare la qualità della prestazione lavorativa e generare uno sviluppo continuo del capitale umano, delle competenze e dei talenti dei dipendenti.

Il processo di gestione dei talenti prende avvio da incontri tra l'Area Risorse Umane e i dipendenti durante i quali vengono discussi possibili percorsi di carriera che generano veri e propri piani di sviluppo. Nel corso degli anni il processo è stato esteso a un numero sempre maggiore di persone e

coinvolge attualmente quasi un terzo dei dipendenti. Lo sviluppo delle competenze passa per l'organizzazione e la partecipazione a corsi di formazione interna (in aula, online e sul posto di lavoro) ed esterna, attraverso corsi di specializzazione e master presso università e business school. Oltre a queste, la crescita dei talenti avviene in modi differenti come il cambio frequente di mansioni e aree in azienda, programmi speciali di affiancamento a manager esperti, partecipazione a progetti di lavoro che coinvolgono più dipartimenti e in alcuni casi esperienze di lavoro all'estero presso le società che fanno parte del Gruppo SABMiller.

Gli elementi che orientano il piano di formazione annuale sono:

- ✓ le descrizioni dei ruoli;
- ✓ analisi specifiche volte a identificare se le competenze già presenti in azienda siano sufficienti a soddisfare le esigenze che emergono dai nuovi piani strategici aziendali;
- ✓ le discussioni di carriera;
- ✓ i piani di sviluppo dei dipendenti;
- ✓ le valutazioni delle prestazioni dei dipendenti.

UN'AZIENDA FATTA DI PERSONE

Birra Peroni considera lo stato d'animo, le condizioni lavorative, il senso di appartenenza delle sue risorse umane come una cartina tornasole di uno sviluppo sano e in linea con i principi che da sempre ispirano le scelte aziendali. Per questa ragione l'azienda verifica periodicamente il grado di soddisfazione delle proprie persone, su specifici aspetti della vita lavorativa e in un'ottica di miglioramento continuo.

Nel 2012 è stata **ripetuta un'analisi di clima** rispettando la totale comparabilità rispetto alla precedente ricerca, che ha fatto registrare un miglioramento del grado di soddisfazione generale dei dipendenti. Pur garantendo l'assoluto anonimato, il questionario distribuito ai dipendenti è stato

progettato in maniera tale da permettere una lettura delle risposte – sia positive che negative – suddivise per categorie specifiche di rispondenti raggruppati per sesso, età, anzianità aziendale, tipo di inquadramento. Rispetto ad ogni argomento proposto il questionario ha fatto emergere idee e considerazioni di tutta la forza lavoro, dai più giovani ai senior, dalle donne agli operai su tematiche quali la parità di trattamento, il riconoscimento dei meriti, il rapporto con i dirigenti, la vicinanza del management. Le risposte fornite dai diversi insiemi di dipendenti serviranno per strutturare un piano di interventi per i prossimi anni mirati a soddisfare i bisogni e gli aspetti critici emersi.

PREMIARE I RISULTATI

Il riconoscimento del merito, unito alla soddisfazione economica dei dipendenti, sono fattori chiave nella determinazione del clima aziendale e nella condivisione di una filosofia decisa a premiare i più meritevoli. Fedele a questi principi, lo scorso aprile Birra Peroni ha firmato con le sigle sindacali Fai-Cisl, Flai-Cgil e Uila-Uil il **nuovo contratto integrativo aziendale**. Si tratta di un approdo fondamentale, raggiunto nella difficile congiuntura italiana e internazionale, nel percorso di un sempre maggiore riconoscimento del merito ma anche delle pari opportunità tra tutte le anime dell'azienda. L'accordo interessa tutti i lavoratori degli stabilimenti produttivi di Roma, Padova e Bari. Nell'ottica di una sempre maggiore attenzione alle proprie risorse e di conciliazione dei tempi di vita e di lavoro, il contratto integrativo prevede l'impegno dell'azienda a valutare l'opportunità di sperimentare forme innovative di welfare aziendale. Tra queste il telelavoro in forma sperimentale per l'anno in corso, ipotesi di flessibilità di orario in entrata ed uscita per i lavoratori genitori, così come l'ipotesi di stipulare convenzioni con asili nido. È stato inoltre introdotto il libretto formativo anche negli stabilimenti produttivi.

LA CULTURA DELLA SICUREZZA

Birra Peroni considera di cruciale importanza la salute e la sicurezza dei propri dipendenti sul lavoro. Per questo motivo continua a investire risorse per offrire tutti gli strumenti e la formazione professionale utili a creare una forte cultura della sicurezza. Tutti gli stabilimenti sono dotati di un sistema di gestione per la salute e la



sicurezza certificato secondo lo standard internazionale OHSAS18001 da un soggetto esterno accreditato.

Le attività svolte per assicurare la conformità alle leggi, ai regolamenti e alle direttive – nazionali e comunitarie – e mantenere la certificazione OHSAS18001 sono:

- ✓ analisi e costante aggiornamento di tutti i rischi e pericoli per la salute e la sicurezza riconducibili a ciascuna mansione svolta dai dipendenti di Birra Peroni;
- ✓ corretta gestione, aggiornamento e comunicazione di politiche e procedure interne redatte e approvate dall'alta direzione per un corretto svolgimento delle attività lavorative in termini di prevenzione degli incidenti;
- ✓ intensa attività di formazione specifica in aula e sul campo per la prevenzione dei rischi sul lavoro identificati;
- ✓ campagne di informazione e coinvolgimento per la responsabilizzazione di tutti i dipendenti a tutti i livelli;
- ✓ miglioramento continuo del sistema di gestione per la salute e la sicurezza sul lavoro mediante la definizione di obiettivi misurabili monitorati secondo piani di attuazione prestabiliti.

LA VOCE DELL'AZIENDA È QUELLA DEI SUOI DIPENDENTI

Nell'intricato dedalo fatto di operatività, mercato, produzione, efficienza, e politiche di sviluppo c'è un ufficiale di collegamento che salda i tanti soggetti di un'unica azienda: la comunicazione. Condividere con i dipendenti gli aspetti più importanti della vita aziendale, come la cultura, i valori, gli obiettivi e le strategie di business, è da sempre un imperativo che Birra Peroni insegue attraverso lo strumento della comunicazione. Per questo motivo l'azienda mette a disposizione dei propri dipendenti

diversi canali e alcuni strumenti innovativi di comunicazione interna, tra cui:

- ✓ un **portale web interno** (intranet) recentemente ristrutturato, consente ai dipendenti di accedere a diverse informazioni (rassegna stampa, procedure interne, presentazioni, corsi di formazione online e molto altro) e partecipare al nuovo forum aziendale;
- ✓ un **notiziario mensile** (newsletter) racconta i fatti più salienti della vita e del business aziendale;
- ✓ l'utilizzo di **cartellonistica interna**;
- ✓ le **video e-mail**, veri e propri messaggi di posta elettronica costituiti da filmati di 3 minuti l'uno in cui manager e dipendenti, a rotazione, presentano progetti e attività speciali ai colleghi;
- ✓ **schermi interni** proiettano video aziendali su diversi argomenti come le priorità per lo sviluppo sostenibile, i risultati di business ed altri progetti speciali.

Un progetto speciale

I pranzi con l'Excom: un ciclo di incontri tra membri del vertice aziendale e gruppi di dipendenti – in media 12 persone – organizzati in occasione di un momento conviviale della giornata lavorativa. I pranzi con l'Excom – il top management Birra Peroni – funzionano come una tavola rotonda in cui vengono fatte domande e fornite delucidazioni circa strategie e progetti aziendali, in un contesto informale. Il nuovo format è concepito per avvicinare i vertici aziendali ai dipendenti e per aumentare le occasioni di interazione favorendo, nello stesso tempo, il senso di appartenenza e la motivazione dei dipendenti. Il progetto è in fase sperimentale e ha coinvolto, fino a marzo 2012, circa 90 persone.

Obiettivi di Miglioramento

Per il prossimo anno, Birra Peroni intende proseguire nel suo impegno focalizzando l'attenzione in diverse aree.

- ✓ Gestione dei talenti: continuare ad aumentare il numero di dipendenti coinvolti nello sviluppo di piani di carriera individuali.
- ✓ Comunicazione interna: completare la campagna di comunicazione sulla sostenibilità.
- ✓ Welfare aziendale: sperimentare nuove forme di conciliazione vita-lavoro come il telelavoro.
- ✓ Clima aziendale: implementare attività e progetti che vadano incontro ai bisogni dei dipendenti emersi dall'indagine di clima aziendale condotta nel 2012.

10 Priorità un futuro. Nel corso del 2011 è stata lanciata la campagna internazionale di comunicazione interna sui temi dello sviluppo sostenibile "10 Priorità un futuro".

Il percorso virtuoso compiuto in questi anni da Birra Peroni è stato rappresentato con una serie di messaggi esposti in azienda, dedicati a ciascuna delle 10 priorità per lo sviluppo sostenibile individuate dalla Capogruppo SABMiller. La creatività della campagna – iniziata nel 2012 con il tema dell'acqua – è caratterizzata da una serie di pillole sulla sostenibilità, inserite all'interno di cartelli stradali, che sensibilizzano i dipendenti verso un utilizzo corretto e sostenibile delle risorse idriche, illustrando anche i principali risultati ottenuti dall'azienda negli ultimi anni e gli obiettivi futuri.

IL POSTO IDEALE DOVE LAVORARE



Per il terzo anno consecutivo Birra Peroni è stata **certificata come azienda Top Employers 2012** dal CFR Institute, un'organizzazione internazionale indipendente che valuta e premia le migliori aziende italiane e mondiali sulla base di analisi di dettaglio sulle politiche di gestione del personale. Essere certificati Top Employers è un motivo di soddisfazione per i dipendenti già presenti in azienda e rappresenta un riconoscimento in più, utile per attirare potenziali nuovi talenti. La valutazione, che prevede una scala di eccellenze nella gestione delle risorse umane, ha visto Birra Peroni tra le aziende migliori nei settori: gestione dei talenti e crescita professionale, piani di sviluppo e formazione, opportunità internazionali e sostenibilità.



Lo sapevi che lo stabilimento di Roma ha ridotto del 7% l'uso di acqua nella produzione di birra?



Dichiarazione Verifica del livello di applicazione GRI

Il Global Reporting Initiative (GRI) dichiara che **BIRRA PERONI** ha presentato il proprio "RAPPORTO DI SOSTENIBILITA' 2011-12" al dipartimento GRI Report Services, il quale è giunto alla conclusione che il Report possiede i requisiti del Livello di Applicazione B.

I Livelli di Applicazione GRI indicano in che misura il contenuto delle linee guida GRI-G3.1 è stato utilizzato nel Report di Sostenibilità. La Verifica conferma il set e il numero delle informazioni previste per lo specifico Livello di Applicazione sono stati rendicontati nel Report e che l'Indice dei Contenuti GRI fornisce una valida rappresentazione delle informazioni richieste, come descritto nelle linee guida GRI-G3.1.

I Livelli di Applicazione non rappresentano un parere né sulla performance di sostenibilità della società dichiarante, né sulla qualità delle informazioni contenute nel Bilancio di Sostenibilità.

Amsterdam, 19 Settembre 2012

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Nelmara Arbex".

Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



Il GRI è un'organizzazione multi-stakeholder pioniera nello sviluppo del framework di rendicontazione di sostenibilità più utilizzata al mondo e si adopera per il suo continuo miglioramento e applicazione a livello globale. Le linee guida GRI forniscono i principi e gli indicatori che le organizzazioni possono utilizzare per misurare e rendicontare la loro performance economica, ambientale e sociale. www.globalreporting.org

Disclaimer: Laddove la rendicontazione di sostenibilità include link esterni, compreso eventuale materiale audiovisivo, la presente dichiarazione riguarda soltanto il materiale sottoposto al GRI al momento della verifica in data 13 Settembre 2012. GRI esclude esplicitamente che la presente dichiarazione sia applicata a cambiamenti successivi.



BIRRA PERONI S.R.L.
DIREZIONE GENERALE, SEDE LEGALE E AMMINISTRATIVA:
VIA R. BIROLI 8 - 00155 ROMA
CENTRALINO 06 22 54 41
BIRRAPERONI.IT - INFO@PERONI.IT

È POSSIBILE SCARICARE IL RAPPORTO DI SOSTENIBILITÀ 2011-2012
COMPLETO DI TUTTI GLI ALLEGATI PREVISTI DAL GLOBAL REPORTING GUIDELINES DAL SITO
WWW.BIRRAPERONI.IT

SUPPORTO METODOLOGICO E COORDINAMENTO EDITORIALE
SOSTENIBILE SRL - ROMA

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE
PRC SRL - ROMA

STAMPA IN OFF-SET
VARIGRAFICA ALTO LAZIO SRL - NEPI (VT)

PRODOTTO REALIZZATO IMPIEGANDO CARTA CERTIFICATA FSC



FINITO DI STAMPARE A SETTEMBRE 2012

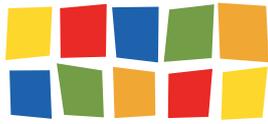
Un particolare ringraziamento ai membri del nostro comitato di sviluppo sostenibile che hanno contribuito alla stesura di questo Rapporto di Sostenibilità:

*Giorgio Fontana
Marco Salutari
Lino Lottini
Manuela Vacca Maggiolini
Mauro Cossu
Anna Taliani
Carlo Montanari
Francesca Romana Tomassini
Cristiano Marroni
Cristina Hanabergh*

e a tutti i colleghi che ogni giorno con il loro lavoro e la loro passione rendono possibile raggiungere questi risultati.



Dieci priorità. Un futuro.



Facciamo la differenza producendo birra