



S.P.A. **BIRRA PERONI**

BILANCIO DI SOSTENIBILITÀ 2010-2011

Dieci priorità. Un futuro.



Facciamo la differenza producendo birra



A subsidiary of SABMiller plc

INDICE

Lettera agli stakeholder	3
Nota metodologica	5
In questo bilancio	6
Birra Peroni: l'identità	10
• L'azienda in sintesi	10
• La missione e i valori	10
• Gli obiettivi strategici	11
• L'organizzazione	11
• I brand	12
• Il processo produttivo	16
• La storia	18
Le performance economiche	20
Lo sviluppo sostenibile	22
Il contributo di Birra Peroni alle 10 priorità	
1. Consumo responsabile	26
2. Acqua	31
3. Energia ed emissioni	34
4. Packaging	39
5. Rifiuti	42
6. Sviluppo dell'imprenditorialità nella catena del valore	43
7. Comunità	46
8. HIV/AIDS	51
9. Diritti umani	52
10. Trasparenza ed etica	55
La gestione delle persone	57
Qualità dei prodotti	61
Celebrare i successi guardando al futuro	65

LETTERA AGLI STAKEHOLDER



Siamo orgogliosi di poter presentare il primo Bilancio di Sostenibilità di Birra Peroni: il documento che avete tra le mani vuole essere una testimonianza dell'attenzione che la nostra Azienda ha posto sul tema della sostenibilità e come questa sia oggi una parte fondamentale del nostro modo di operare sul mercato e di partecipare alla vita economica e sociale del Paese.

Da oltre 160 anni produciamo con impegno e passione birra di alta qualità per i nostri consumatori. Siamo una realtà fortemente radicata alla tradizione alimentare italiana ma anche con un ampio respiro internazionale grazie all'appartenenza al Gruppo SABMiller e al successo dei nostri prodotti ormai esportati in oltre 60 paesi nel mondo.

La nostra è una storia che inizia nel 1846 e che ha reso Birra Peroni partecipe di tutte le fasi cruciali della vita del Paese. È stata testimone delle battaglie risorgimentali che hanno formato l'Italia, ha intrapreso nel Novecento un impetuoso sviluppo industriale e commerciale, attraversato l'epoca dei conflitti mondiali per trasformarsi negli anni del cosiddetto "miracolo economico italiano" in gruppo industriale all'avanguardia; da allora in poi, Peroni è sinonimo di birra in Italia.

PERCHÉ OLTRE 160 ANNI DI STORIA E PASSIONE NON SONO CHE L'INIZIO DEL PERCORSO

Siamo consapevoli del grande valore del nostro passato che rende ancora più importante investire sul nostro futuro. Attraverso il Bilancio di Sostenibilità ci impegniamo a misurare, documentare e condividere in modo trasparente e puntuale il nostro impegno per uno sviluppo sostenibile. Il Bilancio, infatti, è uno strumento essenziale di comunicazione e dialogo con tutti gli stakeholder che interagiscono con la nostra azienda, ed ai quali vogliamo in questo modo offrire l'opportunità di conoscere non solo i nostri risultati economici ma anche il percorso che abbiamo fatto per raggiungerli. Allo stesso tempo il Bilancio rappresenta un'occasione di riflessione interna che ci consente di monitorare i progressi e valutare la coerenza tra i nostri principi, le politiche e le strategie adottate e i risultati ottenuti.

Siamo convinti che lo sviluppo sostenibile rappresenti una vera opportunità per mantenere alto il livello delle nostre performance e garantirci una crescita nel lungo termine. È per questo che la sostenibilità è per noi di Birra Peroni un valore fondamentale della filosofia aziendale che si concretizza in azioni e strategie tangibili incentrate su 10 priorità. Per ciascuna di esse ci impegniamo a misurarne regolarmente i risultati attraverso un sistema di rendicontazione chiamato Sustainability Assessment Matrix (SAM).

Nell'ambito delle 10 priorità, identificate a livello globale, in Italia abbiamo deciso di concentrare i nostri sforzi principalmente sul consumo responsabile, sul sostegno alle comunità locali e sulla conservazione delle risorse naturali.

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 di un consumo irresponsabile di alcol sugli individui e la società ed è per questo che abbiamo adottato uno specifico codice di comunicazione commerciale e avviato numerose azioni volte a promuovere una cultura del bere all'insegna della moderazione e della responsabilità.

Dal punto di vista della tutela ambientale, nel 2010 abbiamo ulteriormente razionalizzato e ottimizzato i nostri processi produttivi per ridurre l'utilizzo delle risorse, eliminare gli sprechi, diminuire la quantità di emissioni e di rifiuti prodotti.

Crediamo che il profondo legame che ci lega al territorio sia il risultato di un rapporto trasparente e di fiducia che abbiamo instaurato nel corso degli anni con i nostri stakeholder. È per questo che vogliamo continuare ad essere vicini e sostenere le comunità in cui operiamo collaborando con le istituzioni, il mondo accademico e le associazioni e con tutti coloro che condividono le nostre passioni.

Nel complesso il 2010 ha rappresentato un anno difficile dal punto di vista macro-economico a causa del perdurare della profonda crisi economico finanziaria che ha fortemente colpito il nostro comparto e l'economia intera. In questo difficile contesto, ci siamo impegnati per mantenere alti i livelli di competitività e siamo riusciti ad ottenere un sostanziale mantenimento della quota di mercato dando valore ai nostri marchi principali, Peroni e Nastro Azzurro; allo stesso tempo abbiamo fissato dei traguardi ancora più sfidanti per i prossimi anni.

Il Bilancio di Sostenibilità di Birra Peroni è un primo passo in questa direzione: rappresenta un atto di fiducia nel futuro, un modo per guardare oltre le sfide del momento e fissare nuovi obiettivi per gli anni a venire. Primo fra tutti, quello di avviare una comunicazione sempre più aperta e trasparente sul tema della sostenibilità, che riteniamo di fondamentale importanza per la nostra azienda e per tutto quello che le ruota attorno.

Perché oltre 160 anni di storia e passione non sono per noi che l'inizio del percorso.

Alfonso J. Bosch



NOTA METODOLOGICA

Il Bilancio di Sostenibilità di S.p.A. Birra Peroni (di seguito anche "Azienda"), alla sua prima edizione, è stato redatto secondo le Sustainability Reporting Guidelines della Global Reporting Initiative (GRI) versione 3.0, livello di applicazione B. Nel sito web www.birraperoni.it è disponibile il content index GRI, che indica dove sono posizionate nel Bilancio le informazioni richieste dalle linee guida, fungendo dunque da bussola per i lettori interessati agli aspetti metodologici.

PROCESSO E QUALITÀ DELLE INFORMAZIONI

Nel documento sono rappresentati i principali impatti economici, ambientali e sociali dell'azienda. I fondamentali temi 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. Tali priorità, inerenti alle problematiche più importanti percepite dagli stakeholder e ai maggiori rischi ambientali, sociali ed economici legati all'attività dell'azienda, tengono altresì conto dell'impegno assunto nei confronti delle Nazioni Unite con l'adesione al Global Compact e del sostegno accordato agli Obiettivi di Sviluppo del Millennio delle Nazioni Unite.

Il documento 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, come già ricordato, 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 engagement realizzate. Nelle sezioni "Consumo responsabile", "Sviluppo dell'Imprenditorialità nella catena del valore" e "Comunità" sono riportate le testimonianze di alcuni stakeholder. Per facilitare la consultazione del lettore, nell'impostazione editoriale del documento si è scelto di adottare un linguaggio il più possibile semplice e chiaro e di presentare i dati con immagini, grafici e tabelle che possano rendere più intellegibile il documento. Gli indicatori

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

I dati e gli indicatori presenti nel Bilancio di Sostenibilità fanno riferimento a S.p.A. Birra Peroni. Sono state escluse dal perimetro Doreca S.r.l., in quanto oggetto di cessione nel periodo immediatamente successivo all'esercizio oggetto di rendicontazione, e Saplo. Si precisa che per "2011" (di seguito anche "F11") si intende l'esercizio che va dal 01 aprile 2010 al 31 marzo 2011 e che per "2010" (di seguito anche "F10") si intende l'esercizio che va dal 01 aprile 2009 al 31 marzo 2010. Dove possibile è stato proposto il confronto tra i dati 2011 e i dati dell'esercizio precedente; laddove significativo è stato presentato il trend anche su più anni. Si precisa che ove riportati i dati degli esercizi 2001, 2002, 2003 afferenti alla gestione antecedente l'acquisizione da parte di SABMiller, gli stessi coprono il periodo dal 1 gennaio al 31 dicembre dell'anno cui si riferiscono. Inoltre, quando disponibili, le informazioni più aggiornate rispetto alla chiusura di esercizio sono state riportate. Si precisa che i dati relativi ai consumi energetici dei passati esercizi sono oggetto di stima in quanto nel corso degli anni è stata modificata la metodologia di calcolo.

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 group reporting relativo a S.p.A. 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 Bilancio di Sostenibilità è stato approvato dai membri dell'Executive Committee.

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

Il Bilancio di Sostenibilità sarà pubblicato con cadenza annuale; per la sua diffusione si utilizzeranno gli strumenti di comunicazione istituzionale impiegati comunemente dall'azienda.

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

IN QUESTO BILANCIO

BIRRA PERONI RITIENE CHE OPERARE IN MANIERA SOSTENIBILE HA RICADUTE POSITIVE SUL PROPRIO BUSINESS IN TERMINI DI CRESCITA E REPUTAZIONE



Con questa prima edizione del Bilancio di Sostenibilità Birra Peroni vuole offrire a tutti i lettori uno strumento di conoscenza delle attività e del modo di operare dell'azienda, ponendo i riflettori sulle azioni intraprese per il perseguimento di uno sviluppo sostenibile. In particolare la struttura del documento prevede che le performance di sostenibilità siano riportate nel testo in dieci paragrafi, dedicati ciascuno ad una specifica area di intervento identificata dall'azienda come prioritaria. Il Bilancio è stato redatto seguendo le linee guida del Global Reporting Initiative (GRI), un modello universalmente accettato per misurare le performance economiche, sociali e ambientali di un'organizzazione. Di seguito si riporta una sintesi dei temi affrontati in maniera approfondita in questo documento partendo dalla storia dell'azienda, che nasce a Vigevano nel 1864. Da allora opera nel mercato birrario con passione e con un forte orientamento alla produzione di prodotti di alta qualità che le hanno permesso di diventare negli anni una azienda leader nel settore.

Nel 2003 Birra Peroni entra a far parte del Gruppo SABMiller, il secondo produttore mondiale di birra presente in 60 Paesi e 6 continenti. Con questa acquisizione l'azienda assume velocemente i tratti di un'azienda globale accelerando il processo di internazionalizzazione di alcuni suoi brand, come la birra Nastro Azzurro. Tuttavia, nonostante questo processo di globalizzazione, Birra Peroni è rimasta una realtà fortemente legata al territorio italiano come testimoniano alcuni brand tradizionali quali Raffo e Wührer tutt'ora prodotti dall'azienda.

Birra Peroni ritiene che operare in maniera responsabile possa avere una influenza positiva sulla propria crescita e reputazione. È per questo che ha adottato un approccio allo sviluppo sostenibile che si articola in 10 priorità inerenti ai maggiori rischi ambientali, sociali ed economici legati al proprio business e alle esigenze degli stakeholder.

L'APPROCCIO ALLO SVILUPPO SOSTENIBILE SI ARTICOLA SU 10 PRIORITÀ INERENTI AI MAGGIORI RISCHI AMBIENTALI, SOCIALI ED ECONOMICI

In particolare le dieci aree di intervento individuate sono:



Consumo responsabile



Acqua



Energia ed emissioni



Packaging



Rifiuti



**Sviluppo dell'imprenditorialità
nella catena del valore**



Comunità



HIV/AIDS



Diritti umani



Trasparenza ed etica

Lo stato di avanzamento delle performance in ciascuna di queste priorità viene misurato attraverso il sistema di rendicontazione Sustainability Assessment Matrix (SAM) e viene supervisionato attraverso il Corporate Accountability and Risk Assurance Committee (CARAC), un comitato del Consiglio di Amministrazione di SABMiller. Tra le 10 priorità, Birra Peroni si focalizza principalmente sulle tematiche che ritiene essere più rilevanti per il mercato italiano, concentrandosi sulla promozione del consumo responsabile, il sostegno alle comunità locali e la salvaguardia dell'ambiente.

CONSUMO RESPONSABILE

L'azienda si impegna a promuovere un consumo responsabile di alcol in tutte le attività, convinta che i propri prodotti possano aggiungere piacere e gusto alla vita della maggior parte delle persone se consumati in maniera moderata. Questa scelta si traduce in azioni specifiche che vedono l'azienda impegnata nella realizzazione di attività di sensibilizzazione e informazione sul bere responsabile rivolte sia ai consumatori che ai dipendenti, oltre ad aver istituito un codice di autoregolamentazione relativo alla comunicazione commerciale. In questa direzione rientra, ad esempio, una delle ultime iniziative che prevede l'inserimento di messaggi responsabili su tutti i materiali di comunicazione e sulle etichette dei prodotti. Il primo messaggio individuato è "O BEVI O GUIDI" per contrastare il fenomeno della guida in stato di ebbrezza. Inoltre come membro di AssoBirra – Associazione degli Industriali della Birra e del Malto – l'azienda partecipa a numerose iniziative di sensibilizzazione portate avanti a livello associativo su tutto il territorio nazionale.

COMUNITÀ

Lo stretto legame con il territorio spinge Birra Peroni a sostenere le comunità in cui opera e a porsi come un interlocutore chiave ed affidabile verso tutti i propri stakeholder. Anche se parte di un importante Gruppo multinazionale, l'azienda è infatti orgogliosa delle proprie radici nazionali ed è per questo che, attraverso i suoi prodotti, si propone di esportare i valori dell'italianità in tutto il mondo. In Italia, l'azienda sostiene diverse comunità locali interagendo con partner di primo piano come Ministeri, Onlus e agenzie di ricerca. Ad esempio, da alcuni anni, sostiene un progetto di aiuto all'inserimento di persone disabili nel mondo del lavoro insieme alla Comunità di Sant'Egidio.



ACQUA, ENERGIA ED EMISSIONI

Dal punto di vista ambientale Birra Peroni si impegna a salvaguardare e conservare le risorse naturali, riconoscendo la necessità e l'importanza di preservarle. Le iniziative intraprese dall'azienda nell'ambito del consumo di acqua hanno permesso di raggiungere livelli di eccellenza al punto che un litro di birra, oggi, viene prodotto con solo poco più di 4 litri di acqua, considerandone sia l'utilizzo nel prodotto che l'impiego in tutte le fasi del processo produttivo. Inoltre, sul fronte dell'ottimizzazione del processo produttivo, anche grazie a collaborazioni con partner esterni e alla logistica, è stato minimizzato il consumo di energia e sono state ridotte le emissioni di CO₂ dirette ed indirette. Ad esempio il rapporto tra emissioni di CO₂ e quantità di birra prodotta è diminuito dell'8% nell'ultimo biennio. Una testimonianza dell'impegno in questo ambito è la certificazione ISO 14001 ottenuta da tutti e tre gli stabilimenti dell'azienda.

PACKAGING

Nella stessa direzione si inserisce l'attenzione per la riduzione del packaging e dei rifiuti prodotti. Il confezionamento, oltre a svolgere una funzione protettiva del prodotto, è anche uno dei principali e più efficaci canali di comunicazione tra l'azienda e i consumatori.

Benché il packaging sia così importante l'azienda riconosce che il suo impatto ambientale è molto vasto e per questo si impegna nella sua riduzione. In particolare, ad oggi, le bottiglie di Birra Peroni sono tra le più leggere del Gruppo SABMiller ed inoltre più dell'80% dei cartoni utilizzati per gli imballaggi è prodotto con carta riciclata.

Inoltre alcuni materiali, quali il fusto in acciaio (quello da 16 lt viene riutilizzato mediamente 3,2 volte l'anno, mentre quello da 30 lt 3,6 volte) e le gabbie in plastica per la gestione del vuoto a rendere, vengono riutilizzati più volte nel corso dei 12 mesi.

RIFIUTI

Birra Peroni si impegna a seguire il principio di "riduzione, riutilizzo e riciclo" dei propri rifiuti con il fine ultimo di raggiungere una struttura produttiva ad impatto minimo sull'ambiente. I rifiuti sono costituiti mediamente da materiali risultanti dal processo produttivo, da bottiglie di vetro, da materiali plastici che avvolgono le bottiglie e gli altri imballaggi, e la carta. Nel 2011 sono state prodotte circa 5.000 tonnellate di rifiuti e di queste il 96%, sono state riutilizzate, riciclate o vendute. Infatti, i fanghi e le trebbie risultanti dal processo produttivo vengono conferiti a società autorizzate allo smaltimento e impiegate rispettivamente in agricoltura e nell'industria alimentare come mangimi.

SVILUPPO DELL'IMPRENDITORIALITÀ NELLA CATENA DEL VALORE

Birra Peroni riconosce il valore di una collaborazione costruttiva con i propri fornitori locali al fine di garantirsi l'approvvigionamento di materie prime di ottima qualità. Questo è reso possibile grazie ad uno specifico processo di selezione e verifica dei fornitori con cui, una volta identificati, vengono avviati programmi di collaborazione e, ove necessario, di supporto. La Malteria Saplo, che opera per conto di Birra Peroni dal 1964, ad esempio, mantiene rapporti duraturi e di aiuto reciproco con gli agricoltori del Centro-Sud Italia che garantiscono il fabbisogno di orzo necessario per l'azienda.

TRASPARENZA ED ETICA

L'azienda si impegna ad operare e relazionarsi in maniera trasparente ed etica con i propri fornitori e tutti gli stakeholder con cui interagisce. Il Codice Etico adottato ha come scopo quello di definire e diffondere i valori e le regole comportamentali a cui Birra Peroni fa costantemente riferimento nell'esercizio delle proprie attività. L'azienda ha inoltre avviato il programma di "Stakeholder Mapping and Classification" volto ad individuare le aspettative dei portatori di interesse per conoscerne necessità e attese ed essere quindi in grado di fornire risposte coerenti e credibili.

DIRITTI UMANI

Al proprio interno l'azienda promuove una cultura di apertura volta a prevenire qualsiasi forma di discrimina-

zione in materia di impiego e professione e ad assicurare che tutti i dipendenti siano valorizzati e trattati con dignità. L'impegno è stato rivolto anche alla creazione di un ambiente di lavoro sicuro per le persone. L'ottenimento della certificazione OHSAS 18001 in tutti gli stabilimenti dell'azienda è una testimonianza ulteriore dell'attenzione alla tutela della salute e della sicurezza. L'azienda ritiene inoltre fondamentale gestire al meglio i talenti per aiutare i dipendenti a raggiungere il massimo del loro potenziale.

Birra Peroni proseguirà nel percorso sin qui delineato, continuando a produrre e commercializzare prodotti di ottima qualità in modo sostenibile. Continuerà ad intraprendere azioni per ridurre il proprio impatto incidendo ulteriormente sui consumi di acqua ed energia, sulle emissioni, sul packaging e sui rifiuti prodotti. Proseguirà garantendo sempre a tutti i propri dipendenti un contesto lavorativo meritocratico e sicuro. Verranno rafforzati i processi di selezione e gestione dei talenti e si renderà ancora più trasparente la comunicazione con le persone. L'azienda andrà avanti ad impegnarsi affinché il consumo dei suoi prodotti avvenga in maniera responsabile e ad investire nella costruzione di solide partnership con i fornitori e le comunità nelle quali è inserita.

Questo Bilancio rappresenta per Birra Peroni un passo ulteriore nel percorso di apertura e coinvolgimento degli stakeholder. Viene offerta al lettore la possibilità di conoscere meglio l'azienda non solo in termini di attività di business, ma anche in relazione alle performance nelle dieci aree identificate come strategiche per uno sviluppo sostenibile.

Su queste priorità l'azienda ha previsto l'organizzazione di momenti di confronto e dialogo con specifiche categorie di stakeholder al fine di raccogliere le aspettative e le indicazioni utili per proseguire in un percorso di miglioramento continuo.



BIRRA PERONI: L'IDENTITÀ

UNA STRATEGIA TRASPARENTE E CONDIVISA



L'AZIENDA IN SINTESI

Birra Peroni è il secondo player nel settore dell'industria birraria. Dal 2003 è parte del Gruppo SABMiller plc, uno dei principali produttori mondiali di birra, presente in 60 Paesi e 6 continenti con oltre 200 marchi in portafoglio ed un organico di più di 70.000 dipendenti. Birra Peroni impiega 730 dipendenti divisi tra i tre stabilimenti di Roma – dove si trova anche la sede amministrativa – Padova e Bari.

I suoi brand principali sono: Peroni, Nastro Azzurro e Pilsner Urquell. A questi si aggiungono altri marchi di prestigio, sia nazionali che internazionali, come: Peroni Gran Riserva, Peroni Gran Riserva Rossa, Peroncino, Miller Genuine Draft, Raffo, Wührer e Tourtel raggiungendo una produzione annua totale di birra che ammonta a 4,7 milioni di ettolitri. Di questi oltre un milione sono esportati in più di 55 Paesi dal brand Nastro Azzurro, diventato simbolo del Made in Italy nel mondo.

LA VISION, LA MISSION E I VALORI

Birra Peroni, con una storia di oltre 160 anni, deve il suo successo ad una strategia trasparente e condivisa.

VISION

Essere l'azienda a livello globale più stimata nel settore della Birra

MISSION

Gestire e sviluppare brand locali ed internazionali che rappresentino la prima scelta del consumatore

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



Da sinistra Roberto Cavalli, Marco Pesaresi, Federico Sannella, Emiliano Maria Cappuccitti, Alfonso J. Bosch, Tommaso Norsa, Antonella Rossi, Luca Beretta.

LA STRUTTURA ORGANIZZATIVA



GLI OBIETTIVI STRATEGICI

La strategia globale del Gruppo SABMiller è improntata su quattro priorità:

- stabilizzare il volume di affari per attirare gli investitori;
- sviluppare un portafoglio prodotti solido ed adeguato ad ogni singolo mercato;
- migliorare continuamente la performance commerciale in tutti i mercati;
- crescere facendo leva sulla dimensione globale del Gruppo.

Il Gruppo opera sia favorendo la crescita delle consociate nei rispettivi mercati, sia valorizzando la propria dimensione internazionale che consente di distribuire le birre premium locali nei mercati esteri in cui è presente.

In linea con la strategia globale, Birra Peroni si è posta alcuni ambiziosi obiettivi che intende perseguire attraverso un impegno costante che va nella direzione di uno sviluppo sostenibile.

In particolare si propone di consolidare la propria posi-

zione nel mercato attraverso la leadership del brand Peroni, rafforzare la posizione dei propri brand regionali, sviluppare il portafoglio prodotti nei segmenti premium e superpremium con i brand Nastro Azzurro e Pilsen Urquell e potenziare la strategia commerciale ponendo al centro lo sviluppo delle persone che rappresentano un asset chiave dell'azienda.

L'ORGANIZZAZIONE

S.p.A. Birra Peroni è una società per azioni controllata da SABMiller plc, con sede a Londra, che esercita la direzione e il coordinamento tramite la Società SABMiller Europe Ltd. La struttura organizzativa prevede che la funzione operation, preposta alla definizione strategica e alla gestione di tutte le tematiche connesse ai processi produttivi, dipenda direttamente dal Gruppo SABMiller.

I BRAND



PER NOI dal 1846.

PERONI

Peroni è la birra più venduta in Italia sinonimo di qualità e tradizione birraria italiana dal 1846. La sua qualità, genuinità e freschezza, il suo aroma distintivo e il gusto morbido sono quotidianamente garantite dall'attenta selezione delle materie prime e dal rispetto della ricetta originale di Giovanni Peroni. Nel 2011 sono stati prodotti 2.2 milioni di hl.

- 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. Brussels 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).



PERONI GRAN RISERVA

Lanciata nel 1994, in uno speciale formato bottiglia di 50 cl, è commercializzata esclusivamente nell'alta ristorazione e nei wine bar, in linea con il suo profilo di alta qualità e il suo gusto distintivo. Peroni Gran Riserva è una birra intensa che deve il suo gusto ad un lungo processo di decozione a bassa temperatura ed ad una attenta selezione di materie prime. Attualmente è commercializzata nel formato bottiglia da 33 cl e in fusto. Nel 2011 sono stati prodotti oltre 18.000 hl di Peroni Gran Riserva.

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



PERONI GRAN RISERVA ROSSA

Peroni Gran Riserva Rossa, nata nel 2006 per completare l'offerta di Birra Peroni, è una birra rossa di altissima qualità prodotta con selezionate materie prime e una particolare qualità di malto Monaco. Il lungo processo di fermentazione a bassa temperatura le conferisce un gusto morbido che le permette di essere apprezzata anche da un target femminile. Nel 2011 la produzione ha raggiunto circa 6.000 hl.



PERONCINO

Nato nel 2002, e lanciato in esclusiva nel canale Ho.re.ca.¹ ha registrato sin da subito un grande successo, raggiungendo nel 2011 una produzione di 7.000 hl. Rilanciato oggi con un restyling che ne sottolinea ulteriormente la casa di origine e la qualità premium, Peroncino conserva un carattere assolutamente unico e innovativo nel panorama delle birre, grazie soprattutto alla sua bottiglia sinuosa, piccola ed originale.

¹ Settore che raggruppa l'industria alberghiera e le imprese che preparano e servono alimenti e bevande (ristoranti, bar, caffè).

I BRAND

**NASTRO
AZZURRO®**

NASTRO AZZURRO

Nata negli anni '60, Nastro Azzurro è oggi la birra italiana più venduta all'estero, presente in 5 continenti e in più di 55 Paesi. Solo nel 2011 sono stati prodotti più di 632.000 hl per il mercato italiano e 950.000 hl destinati all'export. Grazie alla sua storia fortemente legata ai valori dell'italianità e ad una forte attenzione per lo stile e la qualità, Nastro Azzurro è diventata una icona dello stile italiano nel mondo. Nastro è una birra lager dal gusto leggero che viene prodotta utilizzando la più elevata qualità di mais e di orzi maltati. Si contraddistingue dalle altre birre per il gusto intenso e rinfrescante frutto di un innovativo processo di fermentazione e dell'aggiunta di un quarto di granturco di una varietà unica, il "Nostrano Peroni".

- Medaglia d'oro a 'Selection Mondiale de la Qualité' a Bruxelles nel 1965, nel 2003 e nel 2006.
- Sponsor ufficiale della Mostra del Cinema di Venezia e di Milano Film Festival. Nel corso della Mostra del Cinema di Venezia 2010 il marchio ha stretto una partnership con il Premio Biraghi e con Officine Artistiche per incentivare e promuovere il giovane cinema italiano.



I BRAND



PILSER URQUELL

Pilsner Urquell è conosciuta dagli intenditori come la birra che ha cambiato il modo di intendere questa bevanda. Pilsner Urquell ha infatti rappresentato una vera e propria rivoluzione, segnando la nascita della prima birra dorata al mondo e stabilendo così gli standard per tutte le birre chiare che sono state prodotte da allora in avanti. È la capostipite della categoria delle Pilsner e anche una delle prime birre internazionali del mondo con un gusto e un sapore unico grazie al fatto che vengono ancora utilizzati gli stessi ingredienti e processi produttivi usati nel 1842. Nel 2011 sono stati distribuiti quasi 20.000 hl di Pilsner Urquell.

- Fornitore ufficiale del "The Open Championship", il più antico e importante torneo di golf al mondo.
- Title sponsor di "Italian Pro Tour", il più prestigioso circuito italiano di golf.
- Fornitore ufficiale dell' "Open d'Italia", il più ambito torneo nazionale.



RAFFO

Un brand storico nato nel territorio di Taranto e ad esso fortemente legato. Raffo è una lager chiara, prodotta utilizzando una combinazione delle più aromatiche qualità di luppolo e il malto più pregiato. Conosciuta come la "birra dei tarantini" che la citano anche in una nota canzone popolare del territorio. Nel 2011 sono stati prodotti oltre 158.000 hl di birra Raffo.

- Dal 2007 torna ad essere Fornitore ufficiale del Taranto Calcio.



WÜHRER

Lanciata a Brescia nel 1829 la Wührer ha la tradizione più lunga tra le birre italiane. Dal 1988 Wührer è entrata a fare parte del portafoglio di Birra Peroni che nel 2011 ne ha prodotti circa 125.000 hl.



MILLER GENUINE DRAFT

Miller Genuine Draft è la birra lager dall'incredibile freschezza. Prodotta con un esclusivo processo di filtrazione sterile e riempimento asettico, che elimina la necessità di pastorizzazione a caldo, Miller cattura in una bottiglia il gusto e la freschezza della birra appena spillata. Questo processo le dona inoltre un caratteristico colore oro brillante, e la protegge dagli effetti della luce, dannosi per la birra, consentendo l'utilizzo di una bottiglia trasparente.

HOPE, CRYSTALL, FULLER'S, ST BENOIT

Inoltre, vengono commercializzati i brand:

- **Hopf**, birra weisse dal gusto leggermente fruttato;
- **Crystall**, birra speciale puro malto dal gusto armonico e delicato;
- **Fuller's**, nelle varianti rossa o strong;
- **St Benoit**, nelle varianti Ambrée, Blanche o Suprême.



I BRAND



TOURTEL : LA BIRRA ANALCOLICA LEADER IN ITALIA

Tourtel è la birra analcolica leader nel mercato italiano da oltre 20 anni con il 64% di quota di mercato a volume. Nel 2011 la produzione ha raggiunto oltre 61.000 hl.

Nel 2011 Tourtel si è posta l'obiettivo di guidare il segmento oltre gli attuali limiti delle birre analcoliche, attraverso:

- una nuova ricetta rivoluzionaria che assicura tutto il gusto di una birra autentica;
- un nuovo posizionamento, positivo e distintivo;
- un restyling del packaging che comunica leggerezza e qualità.

La nuova Tourtel ha meno dello 0,5% di contenuto di alcol, quindi è adatta ad essere bevuta in qualsiasi momento della giornata: in spiaggia, dopo la palestra, prima di tornare in ufficio. Tourtel è una birra analcolica 100% puro malto, con un gusto pieno e deciso, frutto di una nuova ricetta naturale con sole 69 calorie.



PROCESSO PRODUTTIVO

Per una migliore comprensione e contestualizzazione delle performance di Birra Peroni, raccolte nel bilancio, di seguito viene riportata una schematizzazione del processo produttivo della birra.

La prima fase del processo riguarda la preparazione del malto che deve essere ricavato da orzo o altri cereali di buona qualità perfettamente maturi. Una volta selezionato e ripulito, l'orzo è immesso nelle vasche di macerazione dove, per circa tre o quattro giorni, riceve l'acqua e l'ossigeno necessario per la germinazione. Quando l'orzo ha raggiunto l'umidità necessaria viene messo a germinare per circa una settimana su un'aia oppure nei cassoni di germinazione. In questo processo è molto importante l'aerazione dei chicchi. Quando la radichetta raggiunge i due terzi della lunghezza del chicco il malto è pronto per l'essiccazione o la torrefazione.

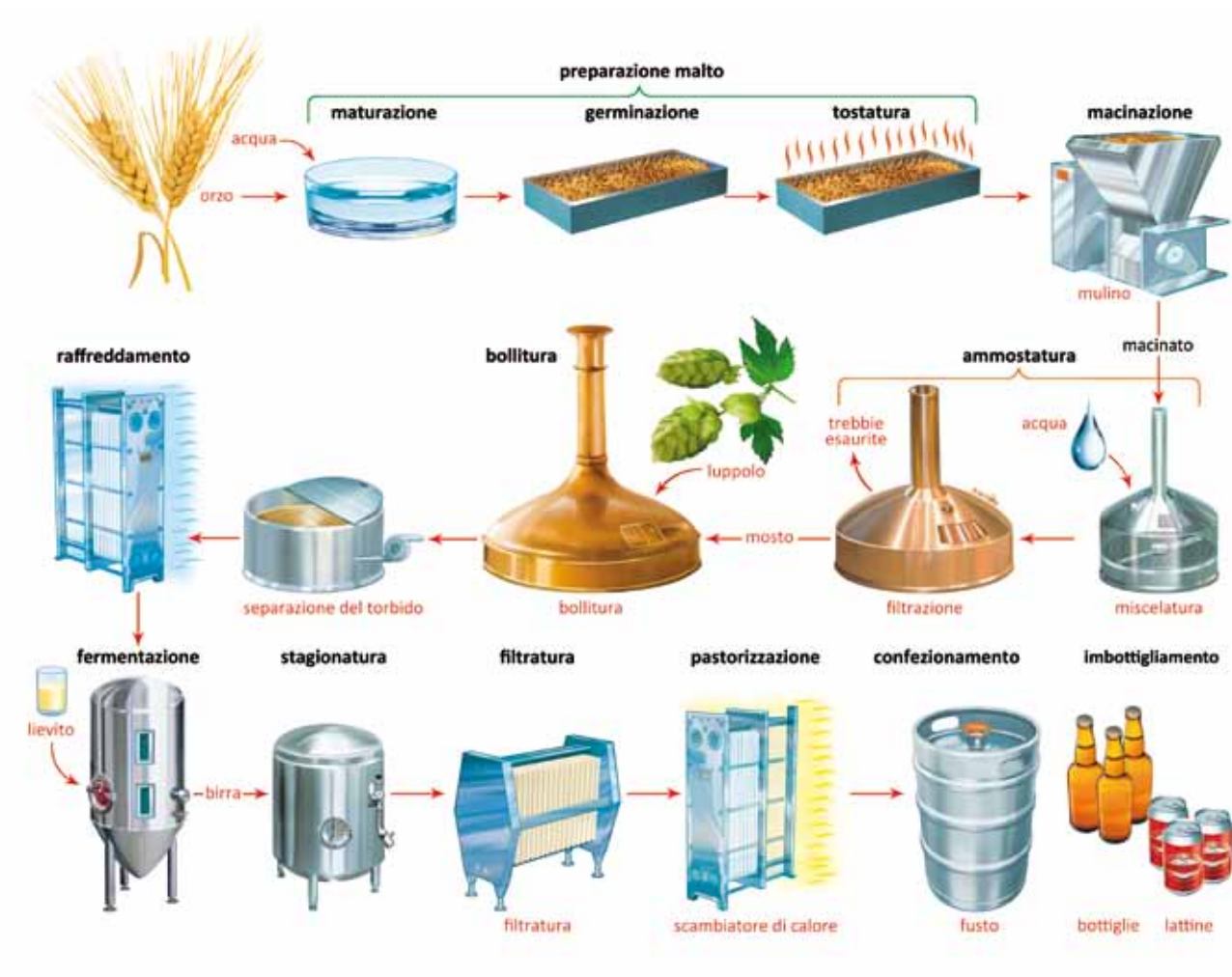
L'orzo maltato viene macinato finemente per acquisire la consistenza di una farina ed essere miscelato con acqua tiepida, in seguito portata a temperature più elevate. Si compie così la prima fase della produzione della birra, detta ammostamento, in cui l'amido presente nel

malto si trasforma in uno zucchero più semplice, il maltosio, e la miscela acqua-malto, in mosto.

Il mosto dopo la separazione dalle trebbie, ossia dai residui insolubili della miscela che vengono usati come foraggio per gli animali, passa alla cottura attraverso l'immersione in una caldaia e riscaldato fino al punto di ebollizione.

Durante la cottura viene effettuata un'altra importante operazione: l'aggiunta del luppolo, che conferisce il caratteristico sapore amarognolo alla birra, nonché il suo inconfondibile aroma. Il mosto viene raffreddato e portato a temperature adatte alla fermentazione.

IL PROCESSO PRODUTTIVO DELLA BIRRA





LA STORIA

Birra Peroni nasce nel 1846 a Vigevano, allora appartenente al Regno di Savoia, con l'attività di una piccola fabbrica di birra: un momento fondamentale che testimonia come, fin dall'inizio, l'azienda ha partecipato alla storia e allo sviluppo economico dell'Italia, proprio mentre questa stava nascendo. Nel 1864 la produzione si sdoppia, grazie all'apertura di un secondo stabilimento a Roma dove nel giro di pochi anni l'azienda acquisisce una posizione preminente nel mercato romano consolidando preziose sinergie industriali e commerciali. All'inizio del Novecento, ormai radicata nel territorio di Roma, l'azienda si fonde con la più importante fabbrica di ghiaccio della capitale dando vita ad un nucleo imprenditoriale senza pari in tutta l'Italia centro meridionale nel campo dell'industria birraria e frigorifera.

Nei decenni successivi, incalzata dalla crescita dei consumi, consolida la propria posizione di leader sul territorio italiano grazie anche all'acquisizione di marchi storici italiani quali la birra Raffo di Taranto e successivamente la Wührer prodotta a Brescia. Negli anni Cinquanta l'azienda scommette su una pronta ripresa dell'Italia e costruisce a Napoli il birrificio più moderno dell'epoca, al quale seguono altri tre stabilimenti: Bari nel 1963, Roma nel 1971 e Padova nel 1973.

L'espansione di Birra Peroni continua negli anni Set-

DAL 2003 È PARTE DEL GRUPPO **SABMILLER**, IL SECONDO PRODUTTORE DI BIRRA AL MONDO

tanta e Ottanta sostenuta dall'immissione nel mercato di una nuova birra, la Nastro Azzurro, destinata da allora in avanti a riscuotere ampi successi, e dall'avvio di incisive campagne pubblicitarie televisive. Sono questi gli anni in cui nasce il mito della Bionda Peroni che entra nelle case degli italiani riscuotendo un successo strepitoso.

Negli anni Novanta grazie ad importanti accordi commerciali e mirate campagne di marketing – che legano ad esempio Nastro Azzurro ad uno dei più giovani campioni di motociclismo del mondo, Valentino Rossi – consolida la sua leadership sia nel segmento premium sia nella commercializzazione di prodotti destinati alla grande distribuzione. La capacità produttiva dell'azienda aumenta ancora grazie all'apertura, a Roma, del birrificio più grande d'Europa.



Nel 2003 Birra Peroni entra a far parte del Gruppo SABMiller, uno dei più grandi produttori di birra e bevande al mondo, assumendo in questo modo i tratti di un'azienda globale e rimodellando così il proprio processo di crescita all'interno del mercato italiano. L'acquisizione accelera anche l'internazionalizzazione del brand Nastro Azzurro che è oggi la birra italiana più venduta al mondo, sinonimo di qualità e di gusto presente in più di 55 Paesi come icona dello stile italiano.

Oggi Birra Peroni è una solida e dinamica realtà industriale italiana, affermata in tutto il mondo grazie ai successi ottenuti sui maggiori mercati internazionali. SABMiller ha, infatti, riconosciuto ai suoi prodotti la qualità e l'immagine appropriate per una diffusione massiccia sui mercati esteri, come dimostra il trend di crescita sui volumi di birra esportati.

**CON OLTRE 160 ANNI DI STORIA
L'AZIENDA HA CONTRIBUITO
ALLO SVILUPPO ECONOMICO
DELL'ITALIA SIN DALLA
SUA NASCITA**

LE PERFORMANCE ECONOMICHE

OPERARE IN MANIERA SOSTENIBILE PER MASSIMIZZARE IL SUCCESSO DEL BUSINESS

Il perdurare della crisi macro-economica al livello internazionale ha impattato sul mercato della birra, anche in Italia, causando una perdita nell'anno di circa l'1,2% rispetto al 2010. L'impatto negativo della crisi ha colpito maggiormente il settore Ho.re.ca. (hotel, ristoranti e caffè) mentre il canale della Grande Distribuzione ha sostanzialmente mantenuto costanti i volumi rispetto all'anno precedente. In questo difficile contesto, Birra Peroni è riuscita a dare ulteriore valore ai propri marchi principali – Peroni e Nastro Azzurro – in termini di qualità, immagine e prezzo consolidando, in un periodo così difficile, la propria quota di mercato. Per quanto riguarda l'estero, grazie al supporto delle aziende consociate, si evidenzia un incremento delle esportazioni del marchio Peroni Nastro Azzurro.

MODELLO ORGANIZZATIVO

S.p.A. Birra Peroni ha deciso di conformarsi alle disposizioni del d.lgs. n. 231/01 che disciplina la "Responsabilità amministrativa delle Società" per rafforzare il siste-

ma di controllo interno, sensibilizzando, al contempo, le risorse impiegate rispetto ai suddetti temi ai fini di una più adeguata prevenzione dei reati.

Birra Peroni ha quindi adottato uno specifico "Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001" quale insieme coerente di norme di comportamento che regolano il funzionamento interno dell'azienda, le modalità con le quali si rapporta con l'esterno e disciplinano il sistema di controllo interno. Una parte fondamentale del Modello è costituita dal Codice Etico, che individua i valori dell'azienda, evidenzia l'insieme dei diritti e dei doveri più importanti nello svolgimento delle responsabilità di coloro che operano nell'azienda o con la stessa. Il Codice promuove inoltre un elevato standard delle professionalità interne e interdice comportamenti in contrasto con le disposizioni normative e con i valori dell'azienda. L'osservanza del Codice ed il rispetto dei suoi contenuti è richiesto ad amministratori, dirigenti, dipendenti, agenti, consulenti, fornitori, partner commerciali e a tutti coloro che sono legati da un rapporto di collaborazione con l'azienda.

Valore economico direttamente generato

a) Ricavi	<i>Vendite nette più ricavi da investimenti finanziari e vendita di beni. Il valore riportato non include le accise</i>	420,7 mil. EUR
------------------	---	----------------

Valore economico distribuito

b) Costi operativi	<i>Pagamenti a fornitori, investimenti non strategici, royalty e agevolazioni di pagamento</i>	336 mil. EUR
c) Retribuzioni e benefit per i dipendenti	<i>Uscite monetarie per i dipendenti</i>	47 mil. EUR
d) Remunerazione dei fornitori di capitale	<i>Tutti i pagamenti ai fornitori di capitale</i>	2 mil. EUR
e) Pagamenti alla Pubblica Amministrazione	<i>Imposte e tasse lorde. Il valore include le accise</i>	140 mil. EUR
f) Investimenti nella comunità	<i>Contributi volontari e investimenti nella comunità</i>	300.000 EUR



BIRRA PERONI È RIUSCITA A DARE VALORE AI PROPRI MARCHI PRINCIPALI IN TERMINI DI QUALITÀ, IMMAGINE E PREZZO

SOCIETÀ CONTROLLATE

Birra Peroni controlla la società S.A.P.L.O., 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).

Inoltre, in linea con il principio di collaborazione con i partner, Birra Peroni partecipa ai seguenti consorzi:

- CONSEL Consorzio Elis S.r.l.
- CONAI
- Consorzio Birraviva
- Consorzio Padova Energia
- Consorzio Bari Energia
- Consorzio Napoli Energia
- CONAI Kanterbrau Maes Italia S.r.l.

In data 13 giugno 2011 è stato ceduto il network di distribuzione del gruppo – Doreca – attraverso la vendita delle quote della holding Doreca S.r.l. alla società SARAS S.r.l. appartenente al Gruppo Tuo S.p.A. Tale operazione è in linea con le politiche commerciali di Birra Peroni orientate al core business e, allo stesso tempo, al rafforzamento delle collaborazioni commerciali di reciproco beneficio con gli operatori attivi nei settori della distribuzione e del commercio.

LO SVILUPPO SOSTENIBILE

L'AZIENDA HA ADOTTATO UN APPROCCIO DI SVILUPPO SOSTENIBILE INCENTRATO SU 10 PRIORITÀ STRATEGICHE

Birra Peroni ritiene che il più grande contributo verso la società sia la produzione di prodotti di alta qualità, riconosciuti e apprezzati dai suoi consumatori. Ma non si limita solo a questo: crea posti di lavoro, contribuisce alla fiscalità generale, sviluppa capitale umano a dimostrazione che la crescita del business e lo sviluppo sostenibile possono alimentarsi e rinforzarsi a vicenda.

L'approccio dell'azienda alla sostenibilità, oltre a rappresentare un atteggiamento responsabile, ha ricadute positive sul business in termini di profitto e di crescita economica. È per questo che è diventato parte integrante della filosofia aziendale e guida tutte le attività: dalla scelta delle materie prime al prodotto finale. In particolare i principi di sviluppo sostenibile sono stati integrati con il lavoro quotidiano di gestione del business attraverso l'identificazione di 10 aree di intervento, definite come le 10 priorità.

UNA STRATEGIA CHIARA: LE DIECI PRIORITÀ

Dieci priorità. Un futuro.



Facciamo la differenza producendo birra

L'approccio allo sviluppo sostenibile si basa sulle 10 priorità percepite dagli stakeholder come le principali problematiche legate al business in termini di rischio ambientale, sociale ed economico. Queste priorità sono state identificate al livello globale dal Gruppo SABMiller attraverso i dialoghi interni ed esterni con diverse categorie di stakeholder nazionali ed internazionali tra cui esponenti del mondo accademico, delle organizzazioni non governative e delle agenzie delle Nazioni Unite e rappresentanti del mondo delle impre-

se. I dialoghi hanno coinvolto diverse città in cui è presente il Gruppo, da Città del Capo, a Washington, da Londra a Ginevra fino a Bogotá al fine di assicurare che le priorità identificate rispondessero effettivamente alle esigenze locali delle comunità in cui le aziende operano. L'approccio alla sostenibilità così strutturato non rappresenta un modello statico. I mercati e le Società di tutto il mondo continuano ad evolvere rendendo quindi necessaria una maggiore flessibilità per poter riconoscere i principali cambiamenti ed essere in grado di adeguarsi in tempi rapidi. Per questo motivo il modello viene regolarmente monitorato per garantire la sua rilevanza e applicabilità.

UN RUOLO POSITIVO NELLA COMUNITÀ

Operare in modo sostenibile significa per Birra Peroni anche creare valore per l'ambiente e le comunità in cui è inserita. Questo impegno si traduce concretamente nella creazione di posti di lavoro, di benefici per i fornitori locali, i distributori e i punti vendita; a questi si aggiungono gli impatti positivi del riutilizzo e del riciclo dei materiali di imballaggio. Gli interessi dell'azienda sono strettamente legati e sovrapponibili a quelli delle comunità in cui opera e di cui è parte integrante in qualità di datore di lavoro, cliente, fornitore e contribuente allo stesso tempo. L'azienda ritiene che un efficace approccio allo sviluppo sostenibile sia la base per costruire un processo di miglioramento continuo che garantisca il rafforzamento delle performance economiche e la capacità di crescere dell'azienda. A sua volta, una attività in crescita e ben gestita ha un impatto positivo sullo sviluppo economico generale in quanto genera nuovi posti di lavoro, apporta un contributo economico e assicura maggiori investimenti nelle comunità e nelle economie locali.

LA GOVERNANCE

Il Corporate Accountability and Risk Assurance Committee (CARAC) è un comitato del consiglio di amministrazione di SABMiller ed è responsabile della supervisione del progresso del gruppo nello sviluppo delle 10 priorità.

La competenza nel settore è assicurata dal team di corporate affairs che coordina l'attività di tutto il Gruppo e promuove le priorità di sviluppo sostenibile verso i dipendenti e gli stakeholder esterni. Esiste inoltre un team di tecnici esperti con competenze specifiche su ciascuna delle priorità e aree di intervento. Ogni regione 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.

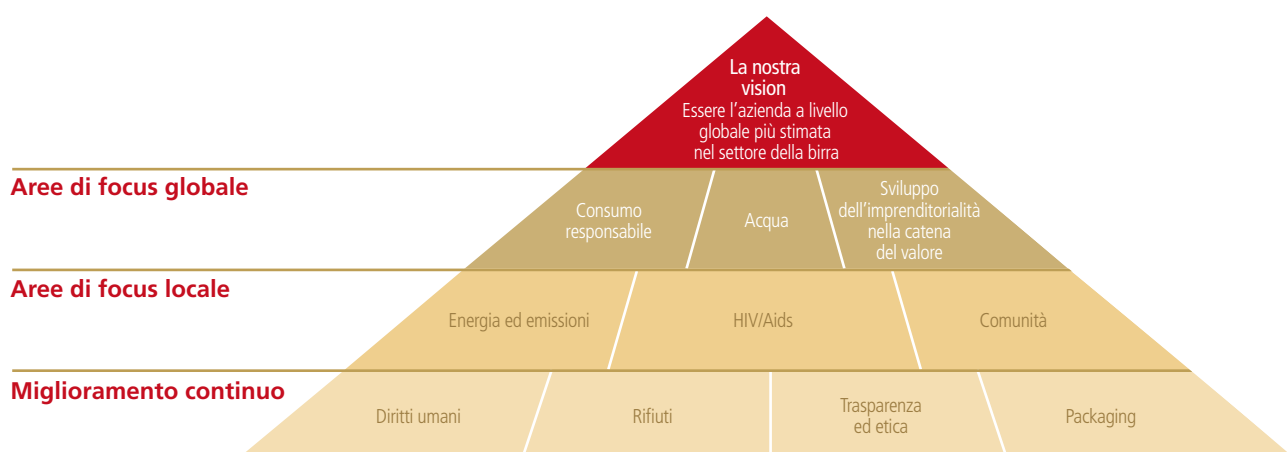
L'APPROCCIO GLOBALE

Le 10 priorità, individuate a livello globale dal Gruppo SABMiller, sono alla base della strategia di business di tutte le consociate ed orientano la pianificazione e il processo decisionale a livello locale, regionale e di Gruppo. Il Gruppo ha inoltre aderito al Global Compact promosso dalle Nazioni Unite e sostiene gli Obiettivi di Sviluppo del Millennio.

Nell'ambito del modello di sviluppo sostenibile, SABMiller ha identificato quattro aree di interesse globale su cui tutte le aziende si impegnano ad intervenire: promozione del consumo responsabile, riduzione del consumo dell'acqua, riduzione delle emissioni di CO₂ e sviluppo delle imprese locali lungo la catena di fornitura.

Sul fronte delle emissioni di CO₂ è stato fissato un obiettivo di riduzione del 50% dall'anno fiscale 2008 al 2020 grazie ad una serie di interventi volti a migliorare l'efficienza della produzione e l'utilizzo di carburanti e fonti energetiche alternative.

A tal fine è stata costituita una Task Force (Sustainable Development Task Force) che vede riuniti professionisti delle diverse Società del Gruppo con lo scopo di definire piani di azione da attuare nei prossimi anni. La Task Force ha condotto un lavoro di valutazione sugli impianti e sui processi aziendali e ha svolto una serie di verifiche operative in tutti gli stabilimenti delle aziende. Ad ogni stabilimento è stato richiesto di definire un piano d'azione pluriennale nel quale individuare gli ambiti di miglioramento e gli investimenti da sostenere per poter raggiungere gli obiettivi di riduzione della CO₂ e del consumo di acqua stabiliti. SABMiller, infatti, ha fissato anche un obiettivo, fatto proprio da tutte le aziende consociate, per la riduzione del 25% del rapporto tra utilizzo di acqua/ettolitri di birra prodotti nel periodo compreso



L'IMPEGNO DI BIRRA PERONI SI CONCENTRA PARTICOLARMENTE SUL CONSUMO RESPONSABILE, GLI INVESTIMENTI NELLE COMUNITÀ LOCALI E L'ATTENZIONE PER L'AMBIENTE

tra il 2008 e il 2015. Inoltre, al fine di ottimizzare l'esperienza e la conoscenza accumulata da tutto il business e di implementare le migliori soluzioni esistenti sono in via di definizione alcuni standard tecnici per diffondere in tutto il Gruppo le best practice individuate.

Al livello locale ogni azienda del Gruppo è tenuta ad identificare le priorità maggiormente critiche nel proprio mercato di riferimento e a concentrare in quelle aree maggiori sforzi e risorse. Ogni azienda opera, infatti, in un ambiente e in una realtà differente che, come tale, pone sfide ed opportunità diverse da cogliere e valorizzare.

L'IMPEGNO DI BIRRA PERONI

Birra Peroni, in virtù della rilevanza per il proprio business e per le realtà locali nelle quali opera, ha deciso di focalizzare il proprio impegno sul consumo responsabile, sugli investimenti alle comunità locali e sulla salvaguardia dell'ambiente.

L'azienda ritiene che le persone che bevono in maniera non responsabile possano rappresentare un pericolo per se stessi e per gli altri. È altresì convinta che simili comportamenti non rappresentino un beneficio per il suo business nel lungo termine ed è per questo che si impegna nel fornire una chiara ed adeguata informazione sull'alcol. Inoltre promuove e sostiene progetti

volti a contrastare il fenomeno della guida in stato di ebbrezza e in generale l'adozione di una condotta inadeguata dopo aver assunto bevande alcoliche.

In termini di sostegno alle comunità locali l'impegno di Birra Peroni riflette in pieno la visione dell'azienda e coincide con la sua filosofia di realtà industriale italiana dallo 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 inserita.

La minimizzazione degli impatti ambientali nella produzione rappresenta un elemento chiave del modo di agire dell'azienda e si concretizza in un impegno quotidiano tangibile.

LA COLLABORAZIONE COME VALORE FONDANTE

Birra Peroni è consapevole del fatto che una collaborazione costruttiva e stabile nel lungo periodo con stakeholder e partner rappresenti una preziosa opportunità per generare maggiore valore per il business e creare un impatto migliore sul mercato. È per questo che si impegna a sviluppare progetti in collaborazione con le ONG, le istituzioni, gli istituti accademici, i fornitori e le comunità per poter migliorare la capacità di operare e creare valore aggiunto per il territorio.

La collaborazione si configura infatti come un valore fondante della strategia aziendale che permette, da un lato, di conoscere approfonditamente le realtà locali e di essere maggiormente efficaci nella propria azione, dall'altro, consente agli stakeholder di avere accesso alle esperienze e alle competenze dell'azienda e quindi di ottimizzare la loro azione sul territorio.

IL SISTEMA DI MISURAZIONE DELLE PERFORMANCE: SUSTAINABILITY ASSESSMENT MATRIX

Le performance sulle 10 priorità vengono regolarmente monitorate attraverso un sistema di misurazione, il Sustainability Assessment Matrix, che permette di tenere sotto controllo i progressi e sintetizzare i risultati raggiunti.

I cinque livelli delle performance secondo il SAM

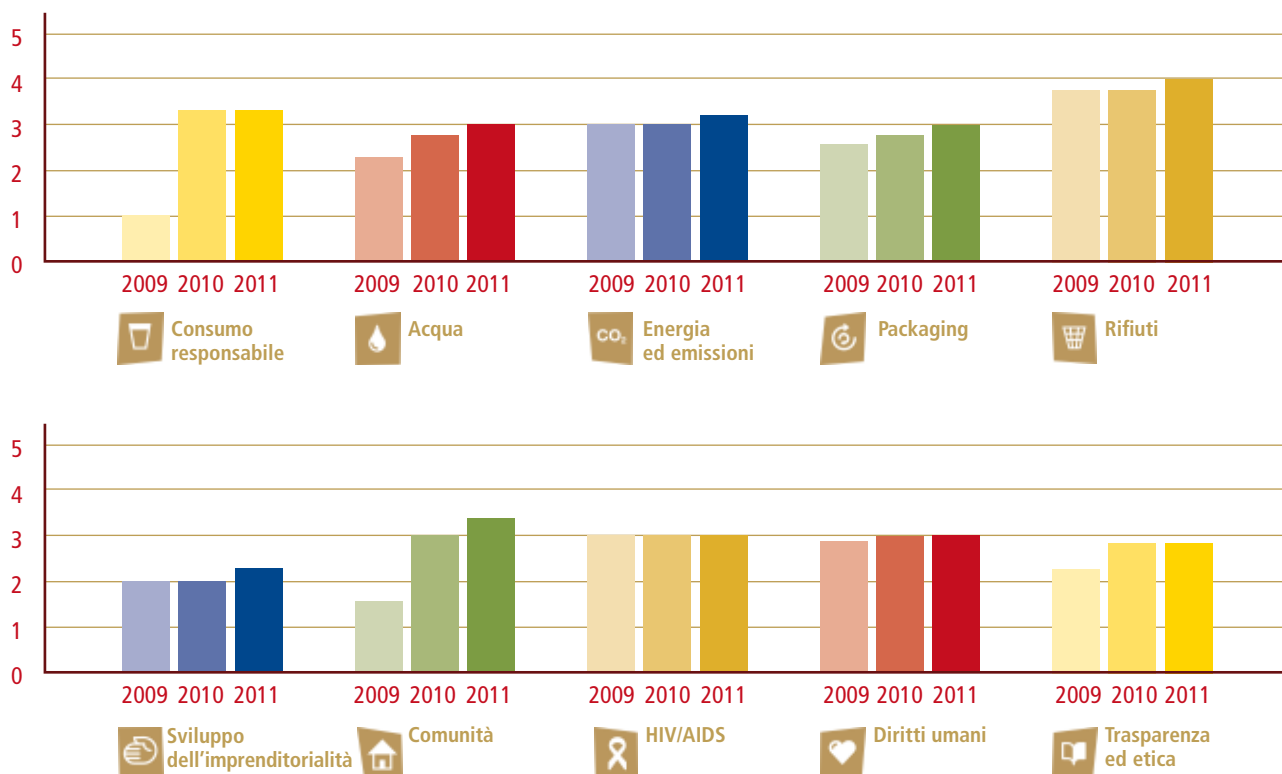
Livello 1	Minimum standard: gestione dei rischi chiave della sostenibilità e implementazione di un piano di azione
Livello 2	Progressing: performance in continuo miglioramento
Livello 3	Developing leadership: approccio trasversale all'azienda con strumenti innovativi e attività di stakeholder engagement
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

Per ogni priorità è stata definita una “scala” che traccia un percorso su cinque livelli: dal livello basilare, minimo, alla best-practice all'interno del Gruppo SABMiller. Per raggiungere ciascun livello l'azienda deve soddisfare una serie di criteri di valutazione che includono sia misurazioni quantitative che qualitative. Il Gruppo SABMiller ha stabilito che tutte le aziende devono assicurarsi il raggiungimento almeno del primo livello su ciascuna delle 10 priorità. Nel caso di performance inferiore sono tenute ad impostare un piano di azione per garantire il raggiungimento del livello minimo in un lasso di tempo predeterminato.

L'autovalutazione viene effettuata ogni sei mesi. I risultati vengono poi raccolti in una scheda di sintesi, che permette una valutazione complessiva delle performance della regione e del Gruppo nel suo complesso. Le schede vengono valutate dai CARAC regionali e di Gruppo e si inseriscono nel processo più ampio di verifica delle prestazioni. Per facilitare la condivisione delle best practice e la coerenza delle valutazioni, i team dei diversi Paesi esaminano a vicenda le loro schede attraverso approfondimenti interni e analisi di benchmarking molto dettagliate. Ogni scheda viene successivamente caricata sul sito web www.sabmiller.com/sam.

LE DIECI PRIORITÀ

La scheda di Birra Peroni mostra le performance dell'azienda nel corso degli ultimi tre anni evidenziando un percorso di miglioramento su quasi tutte le dieci priorità.





1 CONSUMO RESPONSABILE

LA PROMOZIONE DI UNA CULTURA DEL BERE RESPONSABILE È UN ELEMENTO CENTRALE DELLA STRATEGIA DI SVILUPPO SOSTENIBILE DELL'AZIENDA

La promozione di consumo responsabile di alcol è un elemento centrale della strategia di sviluppo sostenibile identificata da Birra Peroni. L'azienda ritiene che i suoi prodotti aggiungano piacere e gusto alla vita della maggior parte delle persone che bevono in modo responsabile. Tuttavia è altrettanto consapevole degli effetti negativi che l'abuso di bevande alcoliche può avere sia per l'individuo che per l'intera comunità. Per questo motivo si impegna a realizzare attività di sensibilizzazione e informazione sul consumo responsabile, attraverso campagne rivolte ai consumatori e ai suoi dipendenti, oltre ad adottare specifiche autoregolamentazioni interne.

Birra Peroni crede in 6 principi fondamentali sull'alcol che sono alla base della sua strategia.

I principi fondamentali di Birra Peroni sull'alcol

- | | |
|---|--|
| 1 | La nostra birra aumenta il piacere della vita per gran parte dei consumatori. |
| 2 | Prendiamo in attenta considerazione gli effetti nocivi di un consumo irresponsabile. |
| 3 | Coinvolgiamo gli interlocutori sociali e lavoriamo assieme a loro per affrontare il tema del consumo responsabile. |
| 4 | Il consumo di alcolici riguarda gli adulti ed è una questione di giudizio e responsabilità individuali. |
| 5 | Le informazioni fornite ai consumatori riguardo il consumo di alcol dovrebbero essere accurate ed obiettive. |
| 6 | Ci aspettiamo che i nostri dipendenti adottino alti livelli di condotta in relazione al consumo di alcol. |

Partendo da questi principi è stata strutturata una Regolamentazione Quadro sull'Alcol costituita da:

- 4 politiche aziendali relative rispettivamente alla comunicazione commerciale, alle ricerche di mercato, alla condotta per i dipendenti e la nuova politica dedicata al portfolio di prodotto introdotta nel 2010;
- alcune linee guida;
- una serie di *position paper* sui seguenti temi: 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.

Attraverso il Gruppo SABMiller, Birra Peroni è inoltre coinvolta in iniziative di respiro internazionale volte a promuovere la cultura del bere responsabile e come membro di AssoBirra – Associazione degli Industriali della Birra e del Malto – sostiene le iniziative promosse dall'Associazione.

Il Codice di Comunicazione Commerciale

Il Codice di Comunicazione Commerciale è un codice di autoregolamentazione che stabilisce 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. Anche le etichette dei prodotti e in generale il packaging rispondono ai suddetti requisiti e contengono messaggi responsabili chiaramente identificabili e coerenti con il Codice.

Secondo il Codice, ad esempio, i messaggi pubblicitari non devono mai presentare in maniera negativa il rifiuto, l'astinenza o il consumo moderato di bevande alcoliche, così come non devono affermare mai che la birra ha proprietà curative, che è adatta alle donne in gravidanza o ai minorenni. L'applicazione del Codice è assicurata da un comitato interno - Sales&Marketing Compliance Committee - che



valuta preventivamente le proposte di comunicazione e controlla che le attività in essere siano in linea con i requisiti del Codice.

DAI PRINCIPI ALLE AZIONI

Messaggi Responsabili

Birra Peroni ha sviluppato delle linee guida che prevedono l'inserimento di un messaggio responsabile sui propri materiali di comunicazione e sulle etichette dei propri marchi commercializzati in Italia. Il messaggio attualmente inserito è 'O BEVI O GUIDI' scelto per contrastare il fenomeno, fortemente attuale, della guida in stato di ebbrezza. L'iniziativa rientra in un più ampio impegno preso nell'ambito del Forum Europeo su Alcol e Salute (EAHF). A partire dal 15 novembre 2010 e progressivamente entro dicembre 2011, tutte le comunicazioni aziendali, dalle campagne di comunicazione su stampa radio e tv, fino alle etichette e ai materiali di confezionamento, includeranno un messaggio responsabile. Il messaggio è riportato in carattere maiuscolo, in colori a contrasto con lo sfondo, e può essere

trasmesso unitamente all'invito a visitare il sito www.alcolparliamone.it e al simbolo di divieto di mettersi alla guida. In tutti i casi, per garantirne la leggibilità, la sua dimensione occupa uno spazio di circa il 5% della superficie complessiva della comunicazione.

Alcol Parliamone

www.alcolparliamone.it è la declinazione italiana del sito www.talkingalcohol.com realizzato da SABMiller nel 2009 e attualmente tradotto in 9 lingue. Il sito è stato creato allo scopo di promuovere e incoraggiare la conoscenza degli effetti e dei rischi legati al consumo di bevande alcoliche. Articolato in diverse sezioni tematiche, il sito offre approfondimenti sugli effetti dell'alcol sul corpo, sui principali comportamenti legati ad un consumo non responsabile di bevande alcoliche e fornisce i link a diversi siti di fonti autorevoli sul tema. Offre inoltre la possibilità di effettuare un vero e proprio viaggio interattivo nel corpo umano alla scoperta delle sue reazioni all'alcol. Nel sito si possono trovare informazioni sulla birra, sui suoi ingredienti e sul suo contenuto di alcol. In linea con il Codice di Comunicazione Commerciale dell'azienda il sito è accessibile unicamente alle persone maggiorenni.



Forum Alcol Parliamone

L'azienda ha lanciato a dicembre del 2010 il Forum Alcol Parliamone: 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 new media 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.

Il Forum online, raggiungibile solo da maggiorenni al sito www.forumalcolparliamone.it, offre la possibilità di partecipare attivamente alla discussione sulle questioni riguardanti le tendenze e le abitudini di consumo di bevande alcoliche. Per favorire la raccolta di informazioni sulle spinte motivazionali e le abitudini che inducono a consumi eccessivi di alcol, gli utenti sono invitati a compilare un questionario, successivamente analizzato ed elaborato dalla cattedra di Psicologia del Lavoro dell'Università LUMSA, i cui risultati verranno messi a disposizione del mondo accademico e scientifico.

forum alcol parliamone.it
parliamone insieme

Il Forum di discussione è 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 di informazione all'interno dell'Università LUMSA per fornire indicazioni sul Forum e promuovere l'iniziativa.

«La cattedra di Psicologia del Lavoro della LUMSA ha una lunga tradizione di studio, ricerca e promozione dei consumi etici. Più in generale, la LUMSA ha tra i suoi obiettivi la formazione delle generazioni giovani non solo attraverso lo studio e la preparazione professionale, ma anche nella formazione ai valori e ai comportamenti etici. La collaborazione con Birra Peroni, nella realizzazione del progetto Forum Alcol Parliamone sul consumo responsabile di alcol, è stata quindi una occasione importante per abbinare lo studio e la ricerca alla partecipazione e all'ascolto dei giovani, in ottica di crescita umana e culturale. Birra Peroni si è distinta per la capacità di collaborare fattivamente nella realizzazione di un progetto complesso e difficile. Particolarmente significative sono state la disponibilità a discutere ed analizzare i dati emersi così come l'attenzione alla partecipazione attiva dei giovani al forum. L'innovatività dell'approccio utilizzato nel progetto riguarda la centralità dell'ascolto dei diretti interessati: i giovani. Questo approccio è stato fortemente voluto e sostenuto da Birra Peroni».

[Testimonianza
Università LUMSA]



TUTTI I PRODOTTI E LE COMUNICAZIONI DELL'AZIENDA RIPORTANO UN MESSAGGIO RESPONSABILE VOLTO A SENSIBILIZZARE I CONSUMATORI SU TEMI SPECIFICI, INIZIANDO CON "O BEVI O GUIDI"

Formazione dei dipendenti

Al livello interno Birra Peroni è attenta a sostenere una cultura del consumo responsabile. Tutti i dipendenti partecipano regolarmente a dei programmi di formazione specifica per recepire e fare proprie la politica di condotta aziendale e le linee guida sul tema dell'alcol. Vengono infatti organizzate sessioni formative per tutti i dipendenti aventi per oggetto il tema generale dell'alcol e del consumo responsabile, e sessioni specifiche per i dipendenti delle funzioni sales e marketing, con un focus specifico sulle politiche e le linee guida commerciali e di comunicazione.

Inoltre periodicamente vengono proposti, attraverso la modalità e-learning, corsi di aggiornamento per far sì che tutta l'azienda sia sempre informata delle scelte e dell'impegno della società. L'azienda 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.

Il dettaglio delle attività formative svolte nel 2011:

Numero dipendenti

Formazione sul tema generale dell'alcol	453
Formazione specifica per i dipendenti delle funzioni sales e marketing	213
Aggiornamento e-learning	169

Queste attività rientrano nel più ampio impegno che il Gruppo SABMiller ha presentato al Forum Europeo su Alcol e Salute (EAHF).

Le iniziative realizzate in collaborazione con AssoBirra

Come membro di AssoBirra – Associazione degli Industriali della Birra e del Malto – Birra Peroni partecipa attivamente alle iniziative di consumo responsabile promosse dall'Associazione. L'Associazione ha realizzato numerose campagne di sensibilizzazione rivolte a quelle fasce di pubblico che non dovrebbero consumare alcolici, come le donne in stato di gravidanza, i minori e i guidatori. Tra le varie iniziative il progetto pluriennale "Guida tu la vita. Bevi responsabile" dimostra l'impegno concreto di responsabilità sociale da parte dei principali attori dell'industria birraria in Italia per informare il consumatore sui rischi connessi ad un consumo irresponsabile di bevande alcoliche. Il progetto ha previsto la realizzazione nel corso degli ultimi cinque anni delle seguenti campagne declinate su target specifici:

Se aspetti un bambino l'alcol può attendere

Campagna realizzata da AssoBirra in collaborazione con la SIGO – Società Italiana di Ginecologia e Ostetricia – per sensibilizzare le future mamme ad affrontare al meglio la gravidanza. Le donne in gravidanza hanno ricevuto informazioni utili sui danni che l'alcol può procurare se assunto nella delicata fase della gestazione. La campagna ha ottenuto nel 2007 il patrocinio del programma interministeriale "Guadagnare salute".



Diglielo Tu

Diglielo Tu è la campagna promossa da AssoBirra e Radio 105 che per tre settimane ha invitato i giovani a lanciare i propri messaggi e slogan per invitare i loro coetanei a bere in maniera responsabile. Il messaggio che si è voluto trasmettere con questa iniziativa è che esiste un momento giusto per ogni cosa, quindi anche per bere, ma l'importante è che lo si faccia in maniera responsabile.



Le Parole per Dirlo. Parlare di alcol tra genitori e figli

Una campagna organizzata da AssoBirra per aiutare genitori e figli nel difficile percorso di confrontarsi tra loro sul consumo responsabile. A questo scopo è stata realizzata sul web una "casa virtuale" dove dare spazio ad un confronto intergenerazionale.

O Bevi O Guidi

Una iniziativa, arrivata alla sua seconda edizione, promossa da AssoBirra con l'UNASCA - Unione Nazionale Autoscuole Studi Consulenza Automobilistica - volta a sensibilizzare i futuri guidatori su come prevenire i rischi connessi all'uso scorretto e all'abuso delle bevande alcoliche in caso di guida. La campagna ha utilizzato un messaggio chiaro e diretto, "O Bevi O Guidi", a ricordare che l'unico modo efficace di eliminare il rischio è mettersi alla guida senza avere nel sangue né una goccia di alcol né qualsiasi quantità, seppur minima, di droghe.



OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

Birra Peroni intende proseguire nell'impegno di sensibilizzazione al consumo responsabile di bevande alcoliche continuando a promuovere iniziative rivolte ai propri dipendenti e a tutti i consumatori. Con riferimento alle attività di informazione interne, si propone di realizzare ulteriori programmi di formazione dedicati alle politiche aziendali che disciplinano il tema del consumo responsabile coinvolgendo la forza vendita, i dipendenti che operano nella Direzione Marketing e presso gli stabilimenti. Per quanto riguarda i consumatori, l'azienda intende avviare un dialogo con i propri stakeholder al fine di valutare le iniziative più efficaci da poter intraprendere nel prossimo futuro.





2 ACQUA

LA CRESCENTE SCARSITÀ DI RISERVE DI ACQUA E L'IMPOVERIMENTO DELLA LORO QUALITÀ, SONO PROBLEMATICHE A CUI L'AZIENDA ATTRIBUISCE GRANDE IMPORTANZA



La scarsità dell'acqua rappresenta un significativo rischio a lungo termine per il business di Birra Peroni e per la comunità in cui opera. Si tratta di una problematica complessa che non può essere affrontata solo con azioni mirate negli impianti di imbottigliamento ma richiede, invece, un approccio più ampio e flessibile. Secondo le Nazioni Unite nel 2025 più di tre miliardi di persone vivranno in aree con difficile reperibilità di risorse idriche. Queste tendenze interessano l'azienda non solo per il loro immediato impatto economico, ma anche per i risvolti umanitari ed ambientali.

Al livello globale il Gruppo SABMiller si è unito nel 2009 ad un consorzio composto da partner come McKinsey&Company e l'International Finance Corporation per esaminare le conseguenze della scarsità dell'acqua; è stato redatto un report – Charting Our Water Future – dove viene definito il modo in cui questa problematica può essere affrontata e mitigata in modo sostenibile.

Particolarmente significativa è, inoltre, la collaborazione che il Gruppo ha avviato con la World Wide Fund for Nature (WWF) al fine di sviluppare la tecnica del footprinting dell'acqua lungo tutta la catena di valore e quindi identificare i problemi esistenti e sviluppare soluzioni efficaci per risolverli. Sulla base di questi risultati, è stata lanciata la prima collaborazione globale del Gruppo 'Water Futures' con il WWF e l'agenzia di sviluppo tecnico del governo tedesco (GTZ). Questa iniziativa permette sia di sviluppare progetti già avviati in Paesi come Colombia, Honduras, El Salvador e Sud

Africa sia di intraprenderne di nuovi in Paesi come Perù, Ucraina e Tanzania.

La sempre più pressante scarsità di riserve di acqua così come l'impovertimento della loro qualità, sono problematiche a cui l'azienda attribuisce grande importanza. L'impatto dei cambiamenti climatici non è, infatti, un problema che interessa solo i Paesi in via di sviluppo: i mutamenti nel ciclo della pioggia, per esempio, hanno conseguenze sui livelli dei fiumi e delle falde acquifere così come le più ampie trasformazioni climatiche potrebbero influenzare la struttura dell'intero ecosistema. È per questo che la crescente preoccupazione sulle riserve di acqua richiede una rinnovata sensibilità dell'utilizzo di questa preziosa risorsa sia nei consumatori privati che in quelli produttivi.

La strategia di Birra Peroni, prevede di:

- ridurre i consumi di acqua utilizzata, mediante il miglioramento continuo dei propri processi e impianti;
- riutilizzare internamente l'acqua in cascata in più processi, laddove la qualità dell'acqua lo consenta in relazione ai processi nei quali viene utilizzata.

L'azienda si è data come obiettivo la riduzione del 25% del rapporto tra utilizzo di acqua/ettolitri di birra prodotti nel periodo compreso tra il 2008 e il 2015.

Per favorire la sensibilizzazione della business community su questo tema ha anche siglato il CEO Water Mandate definito dalle Nazioni Unite con lo scopo di supportare le aziende a definire e implementare una propria strategia sull'acqua e rendere accessibili al pubblico i risultati raggiunti e gli obiettivi attesi.

DAI PRINCIPI ALLE AZIONI

L'acqua ha un doppio valore per Birra Peroni. Rappresenta prima di tutto una materia prima indispensabile per la produzione di birra; infatti, la composizione e la qualità di questo ingrediente influenza significativamente il gusto della bevanda: senza acqua non si potrebbe produrre una birra di qualità che risponda ai gusti dei consumatori. Allo stesso tempo l'acqua viene utilizzata in diverse fasi della produzione, come vettore termico, o per i lavaggi, rappresentando quindi un elemento fondamentale del processo produttivo.

L'azienda è consapevole del fatto che si tratti di un elemento da tutelare rispetto all'intero pianeta ed è riuscita a generare diversi processi che ne permettono il riutilizzo o il risparmio.

Di seguito alcuni esempi di come gli stabilimenti hanno ottimizzato l'utilizzo di acqua:

Stabilimento di Padova – Coerentemente con la strategia di fondo sopra citata, Padova ha ridotto del 15% il consumo di acqua rispetto alla quantità di birra prodotta. Tra le varie iniziative intraprese, lo stabilimento ha infatti:

- diminuito i consumi di acqua al pastorizzatore, migliorandone l'automazione;
- alimentato i pastorizzatori utilizzando in parte acqua recuperata da altri processi produttivi.

Stabilimento di Roma – A Roma, parte dell'acqua di pozzo inviata alle torri è stata sostituita con acqua recuperata da altri processi produttivi; anche grazie a questi accorgimenti i consumi totali di stabilimento sono diminuiti di quasi il 7%.

Stabilimento di Bari – In questo stabilimento sono stati modificati gli impianti e l'automazione per i lavaggi delle cantine e dei serbatoi per lo stoccaggio della birra finita. Sebbene in questi impianti parte dell'acqua di risciacquo veniva già riutilizzata in altre fasi del lavaggio, con le recenti modifiche è stata ulteriormente aumentata la percentuale di utilizzo di acqua di recupero. Le efficienze nel processo produttivo hanno permesso una diminuzione del 4% del consumo totale di acqua.

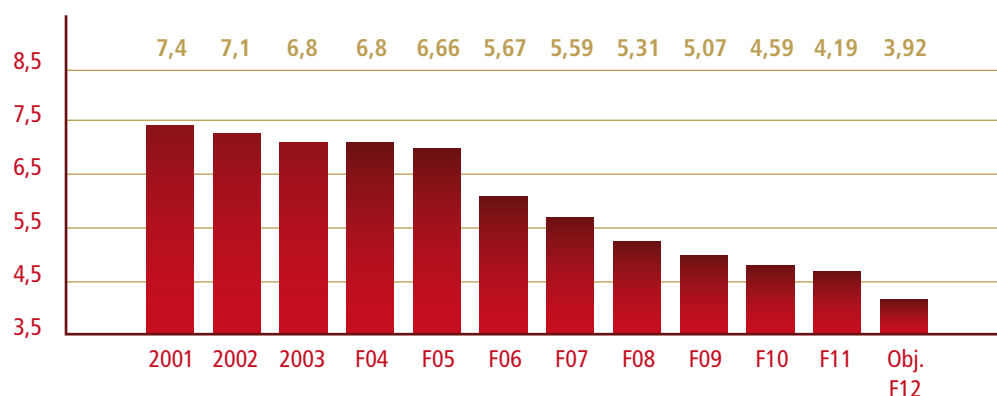
Grazie ad esperimenti come questi e grazie al costante impegno dell'azienda verso un migliore utilizzo dell'acqua negli impianti, sono stati ridotti i consumi idrici necessari a produrre un litro di birra. In tale ambito è particolarmente significativa la performance dello stabilimento di Bari che, a fronte di una media aziendale pari a 4,19 litri di acqua per produrre un litro di Birra, ha raggiunto nel 2011 un valore inferiore a 4.

Il significativo trend di riduzione del consumo dell'acqua è stato possibile grazie alla ricerca continua dell'efficienza delle tecnologie e dei processi, nonché alla riduzione degli sprechi garantita dalla responsabilizzazione e dall'impegno di tutti i dipendenti dei reparti operativi.

Padova, Roma e Bari sono tutte esperienze che dimostrano l'attenzione di Birra Peroni per questa risorsa vitale. Sebbene i risultati sopra citati siano già molto soddisfacenti, l'azienda continua a fissarsi target di ottimizzazione sempre più ambiziosi.

ACQUA hl/hl

Consumi totali di acqua per ettolitro di birra prodotto lungo tutto il processo produttivo: dall'utilizzo come materia prima all'utilizzo nei processi di lavaggio e raffreddamento.



EnSave Project

L'utilizzo di risorse idriche è stato ulteriormente ridotto grazie anche a campagne indirizzate a diminuire i consumi a 360° negli stabilimenti, come ad esempio il progetto EnSave. Si tratta di un progetto pay-per-performance, realizzato in collaborazione con una società esterna specializzata, avviato nel 2008 e concluso nel corso del 2010, per accelerare il processo di miglioramento continuo e diminuire ulteriormente il consumo di energia e di acqua negli stabilimenti.

Il progetto ha rappresentato un rilevante investimento in termini di personale e risorse dedicate per Birra Peroni che ha seguito con il suo partner, coinvolto anche nella gestione del rischio economico dell'operazione stessa, un percorso di miglioramento sia sul lato impiantistico sia nell'ambito dei processi negli impianti di Roma, Padova e Bari.

Tutti i risultati raggiunti sono anche il frutto di una stretta cooperazione tra le differenti funzioni aziendali interessate nel processo produttivo (Sala Cotte, Filtra-

zione, Cantine, Packaging, Utilities) sia a livello di stabilimento che presso la sede centrale.

Complessivamente sono state apportate migliorie agli impianti produttivi presso gli stabilimenti che hanno permesso un risparmio di consumi quantificabile in oltre 3 milioni di euro in 4 anni.

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

L'azienda continua a lavorare per ridurre ulteriormente i consumi nel rispetto del proprio piano d'investimenti per quanto concerne l'ammodernamento delle tecnologie e delle infrastrutture e prosegue nell'attività di revisione dei processi produttivi.

Per il prossimo anno, si propone di ridurre di un ulteriore 5% i consumi, passando dagli attuali 4,19 ettolitri di acqua necessari per produrre un ettolitro di birra a un valore pari a 3,92 ettolitri di acqua.

**BIRRA PERONI SI IMPEGNA A
RIDURRE DEL 25% IL RAPPORTO
TRA UTILIZZO DI ACQUA/ETTOLITRI
DI BIRRA PRODOTTI NEL PERIODO
COMPRESO TRA IL 2008 E IL 2015**





3 ENERGIA ED EMISSIONI

MIGLIORARE L'EFFICIENZA ENERGETICA E RIDURRE LE EMISSIONI DI CO₂

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 della richiesta energetica.

La questione del clima è oggi al centro di ampi dibattiti del sistema politico sia nazionale che internazionale. Organi come l'Unione Europea, l'IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) e lo IEDC (International Economic Development Council) esprimono crescente preoccupazione per l'aumento delle emissioni di CO₂ generate dall'attività umana e si sono dette pronte a esplorare nuove frontiere per la limitazione di tali emissioni.

In quanto utilizzatore di combustibili fossili per le proprie operazioni Birra Peroni è consapevole del potenziale impatto negativo che le emissioni possono avere sulle condizioni climatiche. L'azienda usa energia sia per la produzione che per il trasporto dei suoi prodotti. È per questo che, in linea con le priorità di sviluppo sostenibile, l'impegno di Birra Peroni è rivolto alla realizzazione di sistemi di produzione più efficienti e meno inquinanti e all'utilizzo di fonti alternative che riducano il fabbisogno energetico di carburanti.

DAI PRINCIPI ALLE AZIONI

Emissioni di CO₂

Birra Peroni è sensibile al tema del cambiamento climatico e per questo ha definito degli obiettivi chiari di riduzione dell'utilizzo delle risorse. L'azienda è quindi impegnata ad implementare iniziative di riduzione degli impatti ambientali, quali la rendicontazione delle emissioni di CO₂ e degli altri gas serra, secondo metodologie ormai consolidate e accettate nella business community internazionale (the Greenhouse Gas Protocol Initiative, <http://www.ghgprotocol.org/>).

Birra Peroni ha intrapreso da diversi anni iniziative ed attività che la distinguono dalle altre aziende del Gruppo SABMiller per gli ottimi risultati raggiunti.



BIRRA PERONI SI IMPEGNA A RIDURRE LE EMISSIONI DI CO₂ DEL 50% DAL 2008 AL 2020²

IMPATTI	INIZIATIVE BIRRA PERONI PER LA MINIMIZZAZIONE DEGLI IMPATTI
Consumo e smaltimento (35g, 8%)	Waste e management
Logistica e distribuzione (54g, 13%)	Razionalizzazione logistica
Produzione (104g, 25%)	EnSave project e Sustainable Development task force
Packaging (189g, 46%)	"Vuoto a rendere" e riciclo di vetro e carta
Materie prime (27g, 7%)	Local sourcing



La Nastro Azzurro da 330 ml
impatta complessivamente
sull'ambiente per 0,409 KgCO₂.

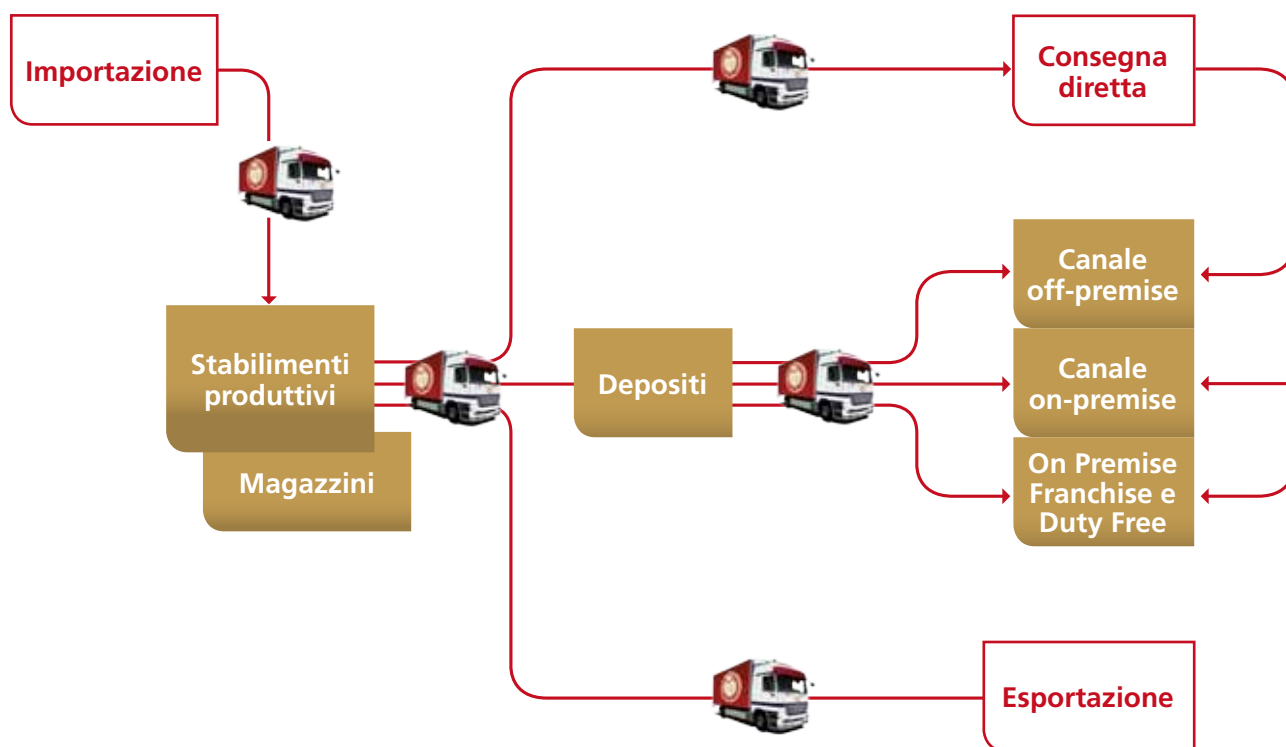


Earth Hour

L'azienda ha aderito all'Earth Hour 2011. Una iniziativa promossa dal WWF a livello globale, che il 26 marzo ha spento simbolicamente le luci di monumenti, uffici, luoghi simbolo e abitazioni private in tutto il mondo, coinvolgendo centinaia di milioni di persone in un percorso concreto per dare al mondo un futuro più sostenibile. La partecipazione di Birra Peroni a questo importante appuntamento mondiale è stato un modo simbolico per ribadire l'impegno dell'azienda, concreto e di lunga durata, verso la sostenibilità.

Il Gruppo SABMiller, a livello globale, ha stretto da tempo un rapporto di collaborazione e partnership con il WWF promuovendo studi e position paper sul tema dell'acqua.

MODELLO DI DISTRIBUZIONE DI BIRRA PERONI



LOGISTICA E DISTRIBUZIONE

Gli stabilimenti di Padova e Bari utilizzano un sistema di trasporto intermodale, gomma-ferro, per veicolare la produzione destinata all'export (circa il 26% della produzione totale), con impatti molto positivi sulla riduzione di CO₂. Secondo quanto rilevato da vari studi europei, in media, il trasporto combinato riduce le emissioni di CO₂ del 55% rispetto al trasporto su strada. Dall'interporto di Padova nel 2011, ogni mese, sono partiti due treni con la capienza di 35 container ciascuno, interamente dedicati al trasporto di prodotti Birra Peroni. Anche lo stabilimento di Bari adotta la stessa modalità di trasporto utilizzando la rete ferroviaria locale.

Per quanto riguarda la logistica e la distribuzione i partner utilizzano per il 30% mezzi Euro 4 ed Euro 5, che producono 1/4 delle emissioni prodotte da veicoli più obsoleti. Il restante parco mezzi è comunque tutto Euro 3. Inoltre, 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.

Nonostante un mercato frammentato, con oltre 2.300 punti di consegna dislocati su tutto il territorio, l'azienda è riuscita a recuperare il 5% di efficienza grazie alla

riduzione dei chilometri medi percorsi e alla razionalizzazione delle rotte.

Con riferimento ai tre stabilimenti produttivi di Birra Peroni, di seguito viene indicata la percentuale di vetture fornitrici situate ad una distanza massima di 250 km dai rispettivi impianti:

- Roma: 91%
- Bari: 97%
- Padova: 87%

La rotazione del materiale circolante, quale ad esempio fusti e bottiglie, risulta importante non solo per l'impatto sul costo ma anche per l'incidenza sui consumi energetici. E anche in questo ambito l'azienda ha lavorato per utilizzare più volte i fusti e le bottiglie senza ricorrere all'acquisto di nuove presso un fornitore esterno, con relativi consumi energetici indiretti.

Anche il personale di vendita, sempre in movimento perché in visita presso i punti vendita, nel corso del 2011 è stato interessato da un processo di razionalizzazione dei percorsi che da una prima analisi evidenzia una diminuzione media del percorso del 10-15%.

Frigovetrine e impianti spina verdi

Frigovetrine

Ad oggi il 20% del parco delle frigovetrine è a basso impatto ambientale. Grazie all'impiego di gas refrigeranti ecologici (R134a) e al motoventilatore ad alta efficienza, si riesce ad ottenere un risparmio di 1/5 sui consumi energetici degli impianti tradizionali.

Impianti spina

Della stessa tecnologia è dotato l'84% degli impianti alla spina, ideati e prodotti su specifiche 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 sui consumi energetici degli impianti tradizionali.



Efficienza nella produzione

Birra Peroni lavora costantemente per ridurre i consumi energetici e agisce principalmente su:

- ottimizzazione dei processi al fine di ridurre i consumi energetici;
- recupero energetico: opera a 360° in tutti i reparti produttivi al fine di individuare soluzioni che consentano recuperi energetici, avendo ottenuto nel 2011 una diminuzione di consumi rispetto alla produzione del 2% nell'energia elettrica e del 4% nell'energia termica. Ad esempio, nella fase produttiva del mosto, l'energia termica, consumata in Sala Cotte, viene parzialmente recuperata tramite condensazione dei vapori generati. Inoltre 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.

Lo stabilimento di Roma è inoltre 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 stati

riconosciuti circa 1.000 titoli di efficienza energetica all'anno (o comunemente detti "Certificati bianchi") che attestano i risparmi energetici conseguiti attraverso la realizzazione di specifici interventi.

Eliminare gli sprechi

In tutti i reparti degli stabilimenti l'attenzione volta alla minimizzazione degli sprechi energetici è costante e raggiunta attraverso pratiche specifiche:

- gli operatori possono segnalare in tempo reale, tramite sistema informativo, eventuali anomalie e conseguenti perdite.
- vengono organizzate verifiche trimestrali volte ad individuare sprechi e definire azioni di miglioramento.
- in tutti gli stabilimenti è presente un Energy Supervisor che verifica settimanalmente eventuali sovra consumi e condivide con il personale piani di miglioramento
- in ciascuno stabilimento, nei reparti, sono presenti monitor che proiettano i consumi effettivi, gli obiettivi da raggiungere e i risultati delle varie azioni correttive implementate.



Inoltre, sulla base dei dati ricevuti dai fornitori di energia elettrica, risulta che la somma fra l'energia elettrica prodotta da centrali idroelettriche e quella proveniente dalle altre fonti rinnovabili è in media pari al 24% dell'energia elettrica complessiva acquistata.

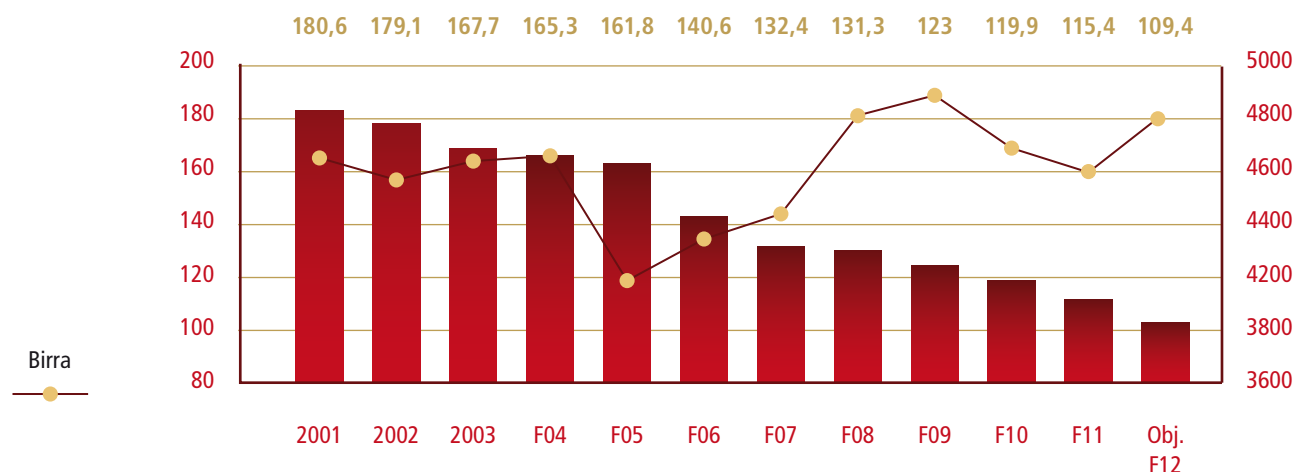
Di seguito si presentano i consumi energetici calcolati come somma dell'energia elettrica ed energia termica, quantificata utilizzando il potere calorifico superiore del metano, utilizzate.

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

Birra Peroni ha individuato obiettivi particolarmente sfidanti per i prossimi anni per ridurre ulteriormente i propri consumi energetici. In particolare, si propone di ridurre di un ulteriore 5% i consumi nel prossimo anno, passando dagli attuali 115,4 MJ necessari per produrre un ettolitro di birra a 109,4 MJ per ettolitro nel 2012.

TOTALE ENERGIA MJ/hl

Consumi energetici totali calcolati come somma dell'energia elettrica ed energia termica utilizzate.





4 PACKAGING

LA STRATEGIA DI SOSTENIBILITÀ IN TERMINI DI CONFEZIONAMENTO MIRA A GARANTIRE UN APPROCCIO COERENTE E SOSTENIBILE ALLA PROGETTAZIONE, AL RIUTILIZZO E ALLO SMALTIMENTO DI TUTTI GLI IMBALLAGGI



Il packaging, oltre a svolgere una funzione protettiva del prodotto, è anche uno dei principali e più efficaci canali di comunicazione tra l'azienda e i consumatori. Benché il confezionamento sia così importante, l'azienda riconosce che il suo impatto ambientale è molto vasto.

Il "problema packaging" è, infatti, una delle emergenze ambientali ad oggi maggiormente avvertite. La mancanza di soluzioni a questa problematica ha fatto convergere l'attenzione dei soggetti istituzionali e dei principali portatori d'interesse verso un approccio basato su un più stretto coinvolgimento degli operatori economici, della Pubblica Amministrazione e dei consumatori.

L'azienda è attenta alle questioni socio-ambientali come la gestione e lo smaltimento del packaging e la riduzione dell'impatto ambientale delle materie plastiche.

DAI PRINCIPI ALLE AZIONI

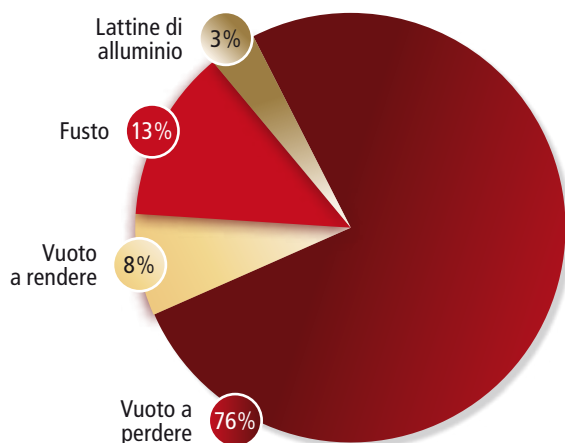


Vetro Indietro

Birra Peroni partecipa al progetto Vetro Indietro, promosso da Italgrob – Federazione Italiana Grossisti e Distributori di Bevande – con la collaborazione di Fipe-Concommercio e Legambiente. L'iniziativa si propone di rilanciare il vuoto a rendere in Italia e di favorire la ripresa dell'intera filiera produttiva (produttore-distributore-esercente) del comparto.

L'iniziativa ha permesso la realizzazione di un Life Cycle Assessment: una analisi del ciclo di vita del prodotto che ha previsto lo studio di tutti gli impatti ambientali connessi alla produzione. Questa analisi, partendo da un esempio concreto italiano, ha reso possibile

SCOMPOSIZIONE DEI DIVERSI TIPI DI IMBALLAGGIO



confrontare l'impatto ambientale derivante dal vuoto "a rendere" con l'impatto del vuoto "a perdere". I risultati hanno evidenziato il vantaggio del sistema "a rendere" sia in termini di consumi energetici che in termini di emissioni di gas ad effetto serra. Tale vantaggio cresce all'aumentare dei cicli di riuso a cui le bottiglie sono soggette.

Sulla base di queste evidenze sono stati effettuati dei test sul campo con oltre 30 esercizi commerciali nell'area del Comune di Conegliano Veneto (TV). Questi test si sono rivelati molto utili nel confermare la fattibilità tecnica oltre ad aver dimostrato i benefici ambientali ed economici del vuoto "a rendere". Gli ottimi risultati dei test sul campo hanno portato alla formulazione di una proposta di legge, ancora al vaglio del Parlamento, avente come obiettivo la promozione del ritorno volontario all'utilizzo di contenitori in vetro "a rendere" mediante l'istituzione di vere e proprie filiere di recupero degli imballaggi, la creazione di sistemi di cauzioni più moderni e l'incentivo, per i soggetti aderenti, di sgravi fiscali sulla TARSU e dilazioni di pagamento dell'IVA. Il ritorno ad un sistema di vuoto a rendere mostra di avere grandi vantaggi tra cui:

- la salvaguardia del decoro ambientale dei centri urbani a favore dei cittadini stessi;
- la sensibilizzazione della clientela verso un Esercizio che si dimostri attento alle problematiche ambientali;
- il rilancio dei consumi fuori casa.

PIÙ DELL'80% DEI CARTONI UTILIZZATI PER GLI IMBALLAGGI È PRODOTTO CON CARTA RICICLATA



Impegno per ridurre gli imballaggi

L'impegno ecologico si dimostra anche dal costante sforzo per ridurre l'impatto degli imballaggi. In particolare, ad oggi le bottiglie di Birra Peroni sono tra le più leggere del Gruppo SABMiller ed inoltre **più dell'80% dei cartoni utilizzati per gli imballaggi è prodotto con carta riciclata.**

Promuovere il riutilizzo

Sul fronte della riduzione dei rifiuti, l'impegno concreto dell'azienda si traduce nel riutilizzo di alcuni materiali quali ad esempio il fusto e le gabbie. Il fusto in acciaio da 16 lt viene riutilizzato mediamente 3,2 volte l'anno, mentre quello da 30 lt 3,6 volte.

Anche le gabbie di plastica, impiegate per la gestione del vuoto a rendere, vengono riadoperate più volte nel corso dei 12 mesi. Queste gabbie, di recente costituzione, sono formate completamente da materiale in polietilene vergine che non presenta metalli pesanti.

Adotta una Piazza

Nell'ambito della promozione del riciclo, Birra Peroni ha aderito al progetto "Adotta una Piazza" sponsorizzato dal Comune di Roma, Italgrob e AMA con l'obiettivo di stimolare un atteggiamento positivo a tutela dell'ambiente, di sostenere il Comune nel lavoro di raccolta e smaltimento dei vuoti in vetro e di favorire il decoro urbano. Nell'ambito di questo progetto l'azienda ha installato 4 macchine cosiddette "mangiavetro" in zone strategiche della movida romana (Campo de Fiori, Piazza Immacolata, Piazza Bologna e Piazza Trilussa). Le bottiglie, inserite in queste macchine, vengono regolarmente ritirate dall'azienda municipalizzata per la raccolta dei rifiuti. All'interno di ogni macchina è posto un contenitore di raccolta costituito da un bidone in plastica carrellato da 120 lt (a norma UNI EN 840) che può contenere tra le 350 e le 370 bottiglie. La macchina provvede anche all'emissione di uno scontrino che funziona come bonus per iniziative promosse dagli esercizi commerciali che aderiscono al progetto. Gli esercizi hanno riscontrato l'utilizzo delle macchine sia da parte dei consumatori situati all'esterno del locale, sia delle persone coinvolte in un sistema di riciclo del vetro e incentivate a consumare presso il bar sostenitore della promozione.

Da una media dei dati rilevati sulle macchine è emersa la seguente statistica sulle bottiglie triturate:

- periodo da marzo a ottobre: 5.920 bottiglie / mese per macchina;
- periodo da novembre a febbraio: 2.960 bottiglie / mese per macchina.

L'utilizzo delle macchine mangiavetro favorisce comportamenti ecologici di riduzione e riciclo, che comportano una diminuzione dei trasporti dei rifiuti con la conseguente riduzione di emissione CO₂.

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

Birra Peroni intende proseguire nel suo impegno volto a:

- ottimizzare il rapporto tra il peso dell'imballo utilizzato e le performance da esso garantite;



- utilizzare imballi con sempre crescente apporto di materiale riciclato.

In questa direzione si inserisce l'iniziativa della creazione di un consorzio tra tre dei maggiori produttori di vetro cavo in Italia con l'obiettivo di costruire un importante impianto di riciclaggio non lontano da Roma. Tale impianto tecnologicamente all'avanguardia curerà la raccolta, la selezione e il riutilizzo del rottame di vetro proveniente dalle regioni del Centro-Sud con un evidente impatto sulla quantità totale di vetro riciclato in Italia.



5 RIFIUTI

BIRRA PERONI SI IMPEGNA AD UTILIZZARE LE RISORSE IN MANIERA EFFICIENTE E A CONTENERE LA PRODUZIONE DEI RIFIUTI NON RICICLABILI

Birra Peroni è impegnata ad utilizzare le risorse in maniera efficiente e a contenere la produzione di rifiuti non riciclabili. 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.

DAI PRINCIPI ALLE AZIONI

Riscoprire il valore dei rifiuti

I rifiuti aziendali sono costituiti mediamente da materiali risultanti dal processo produttivo, da bottiglie di vetro, da materiali plastici, che avvolgono le bottiglie e gli altri imballaggi, e la carta, di cui si è parlato nel capitolo relativo al packaging. **Nel 2011 sono stati prodotte circa 5.000 tonnellate di rifiuti e, di queste, circa il 96% sono riutilizzati, riciclati o venduti.**

Anche i materiali risultanti dal processo produttivo, che sono quasi i due terzi di tutti i rifiuti, vengono riutilizzati e riciclati, coerentemente con i principi sopra esposti, e conferiti a società di trasporto autorizzate per ciascuna delle categorie di rifiuto consegnate.

Ad esempio i fanghi risultanti dal processo di depurazione delle acque reflue di stabilimento, vengono centrifugati, essiccati e conferiti a società di smaltimento autorizzate e riutilizzati in agricoltura, essendo mediamente composti da parte solida per il 25%. 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.

Altro materiale risultante dal processo di lavorazione sono le trebbie, le bucce del malto che risultano dalla produzione del mosto. Le trebbie, nell’ammontare di circa 80.000 tonnellate annue, vengono affidate a trasportatori e poi rivendute a società dell’industria alimentare come mangimi.



Infine, anche il biogas è un “rifiuto” generato dal processo produttivo (la depurazione delle acque reflue) e anche questo viene riutilizzato come fonte combustibile per la produzione di vapore nelle centrali termiche. Birra Peroni ritiene che questi materiali di scarto non debbano essere considerati come rifiuti, ma bensì come nuove risorse. L’azienda è per questo costantemente alla ricerca di nuove opportunità in quest’area.

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

Birra Peroni si impegna per ridurre ulteriormente la quantità di rifiuti prodotti e incrementare la percentuale di quelli da destinare al riciclo. Per raggiungere tale scopo, si adopera per ottimizzare i materiali utilizzati nella fase di packaging dei prodotti che rappresenta, per il business, la fase produttiva a più alto impatto per la produzione di rifiuti. Nel prossimo anno intende raggiungere percentuali di riciclo dei rifiuti, con riferimento alla fase di packaging, di circa il 96% sul totale di quelli prodotti.



6 SVILUPPO DELL'IMPRENDITORIALITÀ NELLA CATENA DEL VALORE

PROMUOVERE LO SVILUPPO DI IMPRESA E L'APPROVVIGIONAMENTO DI MATERIE PRIME LOCALI

IL 65-70% DELLE MATERIE PRIME UTILIZZATE NEL PROCESSO PRODUTTIVO PROVIENE DALL'AGRICOLTURA ITALIANA

Il Gruppo SABMiller è convinto che l'impatto del proprio business vada oltre la sua attività estendendosi a tutta la catena del valore. Nell'approvvigionamento di materie prime, in virtù della sua dimensione multinazionale, SABMiller unisce i vantaggi di scala dati dalla sua estensione globale con i benefici derivanti dall'utilizzo di fornitori locali. La fornitura di materie prime da aziende locali non solo risulta più conveniente rispetto all'importazione ma genera anche effetti positivi sull'economia dei Paesi in cui opera il Gruppo, incoraggiando in questo modo lo sviluppo dell'imprenditorialità lungo l'intera catena del valore.

In Italia, Birra Peroni collabora da anni con un istituto di ricerca di Bergamo per salvaguardare una specie autoctona di mais, non modificata geneticamente, preservando le qualità organolettiche funzionali alla produzione di Nastro Azzurro.

L'azienda si impegna per migliorare la catena del valore in cui è inserita, convinta che la sua attività abbia un impatto su tutti gli attori coinvolti: dai fornitori di materie prime fino ai responsabili della distribuzione dei suoi prodotti.

La politica aziendale prevede un rigido processo di valutazione sia in fase di qualificazione che durante lo svolgimento del rapporto di fornitura. Tutti i fornitori vengono monitorati periodicamente attraverso un set di indicatori di performance su ambiti operativi e sul rispetto dei principi di sviluppo sostenibile. Ad esempio, in relazione a questo ultimo punto vengo-

no presi in considerazione indicatori e informazioni relativi alla salute e sicurezza, alle azioni e iniziative messe in campo per la riduzione dell'impatto ambientale, alla trasparenza dell'informazione verso l'esterno, alla gestione del personale. La correttezza delle informazioni raccolte viene inoltre verificata attraverso le visite presso gli impianti produttivi. Nel 2011 sono stati condotti 15 verifiche presso i fornitori. Questi controlli hanno evidenziato risultati positivi e le azioni di miglioramento suggerite sono state recepite senza indugio.

Il 95% dei fornitori è certificato secondo gli schemi ISO9001 e ISO14001; il 90% dei fornitori del packaging (etichette, bottiglie, imballaggi, ecc.) è localizzato in Italia, a conferma dell'impegno dell'azienda per lo sviluppo dell'economia locale; il restante 10% è comunque ubicato in Europa.

Per quanto riguarda le materie prime utilizzate nel processo produttivo, il 65-70% proviene dall'agricoltura italiana; il restante dall'Europa ad eccezione di una parte del luppolo che proviene dagli Stati Uniti.

Quantità di materie prime utilizzate	2010	2011
Malto d'orzo (tn)	54.534	54.461
Gritz di mais (tn)	20.472	19.563
Sciroppo di mais (tn)	1.759	1.815
Luppolo (th/KA)	27,81	27,35

DAI PRINCIPI ALLE AZIONI

Il Mais Nostrano Peroni

Dal momento che “l’Italianità” del prodotto è una delle caratteristiche maggiormente apprezzate del marchio Nastro Azzurro, che è oggi la birra italiana più venduta all’estero, l’azienda ha deciso di focalizzare la sua attenzione sulla selezione e l’utilizzo di ingredienti “Made in Italy”.

Sottolineando che tutti i prodotti in agricoltura utilizzati nei processi produttivi non sono geneticamente modificati, nel 2007 è stata avviata, a questo scopo, una stretta collaborazione con l’Unità di Ricerca per la Maiscoltura di Bergamo, ente del Ministero dell’Agricoltura, all’avanguardia nella ricerca scientifica ed agronomica nel settore. L’obiettivo era quello di individuare e sviluppare delle varietà di mais – gritz di mais – provenienti da coltivazioni proprie del territorio italiano che avessero i

IL MAIS NOSTRANO PERONI NASCE DA UN PROGETTO UNICO DI COLLABORAZIONE DIRETTA TRA MONDO AGRICOLO E AZIENDA INDUSTRIALE



requisiti tecnico-agronomici tali da poter essere vantaggiosamente utilizzate per la produzione della birra.

Da questa collaborazione è nato il “Nostrano Peroni”, una varietà di mais anch’esso non geneticamente modificato che coniuga le caratteristiche delle varietà tradizionali (Nostrano dell’Isola, Marano), dalle quali proviene, con quelle culturali moderne. Risultato reso possibile dall’adozione delle più avanzate tecniche di selezione e miglioramento agronomico sviluppate dal centro di ricerca di Bergamo. Nel dettaglio:

- sono state costituite due varietà ibride di classe FAO 300 e 500, iscritte ai Registri Nazionali ed ai Cataloghi Europei come NOSTRANO PERONI PR e NOSTRANO PERONI ME. È stata inoltre curata la produzione del seme ibrido commerciale destinato alla filiera, mediante accordi con la Coopsementi SCARL di Sossano;
- è stata costruita una filiera di produzione esemplare

nel panorama dell’agroindustria italiana. Essa organizza un centro pubblico di ricerca genetica e di sviluppo ibridi, una società cooperativa di produzione sementi, 170-200 aziende agricole di base con capacità produttiva modulabile tra 800 e 2000 ettari e con crescente “senso di appartenenza” all’organizzazione, 4 centri di stoccaggio situati in Piemonte, Lombardia e Veneto, 3 molini di rilevanza nazionale “a fianco” degli stoccatrici, ed infine Birra Peroni e SABMiller.

Lo sviluppo e la coltivazione del Nostrano Peroni rappresenta uno dei pochi esempi di collaborazione diretta tra mondo agricolo e azienda industriale. Una partnership che si basa sull’adeguato riconoscimento economico che Birra Peroni assicura a quelle aziende, accuratamente selezionate, che accettano di entrare nel programma di produzione del Nostrano Peroni.

Malteria SAPLO

Opera, sin dal 1964, attraverso contratti di coltivazione che stipula direttamente o attraverso partner locali per il supporto logistico con agricoltori del Centro-Sud Italia. Il fabbisogno di orzo è pari a 50.000 tonnellate all'anno che equivale ad una superficie seminata, per il 2011, di circa 16.400 ha o approssimativamente 1.500 agricoltori.

La distribuzione delle coltivazioni nelle diverse regioni è la seguente:

Puglia	6%	Molise	14%
Campania	1%	Abruzzo	7%
Umbria	11%	Toscana	4%
Lazio	32%	Marche	25%

Il valore della merce che si andrebbe ad acquistare dagli agricoltori è stimato, per il raccolto 2011, pari a 12,8 milioni di euro a cui va aggiunto un costo per il trasporto, effettuato da trasportatori locali, per circa 1 milione di euro.

Il plus di questo modo di operare è rappresentato da:

- rapporti duraturi e fiduciari con gli agricoltori (per alcuni da oltre 30 anni);
- utilizzo di varietà di orzo, testate da SAPLO in partnership con l'Università di 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 una assicurata qualità;
- prefinanziamento del costo del seme, 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.

«La collaborazione con Birra Peroni ci ha fornito l'opportunità di dare uno sbocco operativo ai risultati del nostro programma di miglioramento genetico del mais e di partecipare all'implementazione di una filiera di produzione modello; il tutto in perfetto accordo con la mission dell'Istituto di migliorare la maiscoltura italiana e di valorizzarne le produzioni. Birra Peroni ha sviluppato con criteri di semplicità e trasparenza il network delle collaborazioni necessarie, creando coesione e senso di appartenenza al progetto tra tutte le persone implicate».

[Testimonianza del CRA-Unità di Ricerca per la Maiscoltura].

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 e collaborazione con fornitori operanti sul territorio italiano.



7 COMUNITÀ

COSTRUIRE SOLIDE RELAZIONI CON LE COMUNITÀ IN CUI L'AZIENDA È INSERITA



Birra Peroni riconosce l'esistenza di una stretta relazione tra la propria attività e lo sviluppo delle comunità in cui è inserita. Gli investimenti dell'azienda in ambito sociale (CSI – Corporate Social Investments) sono volti al miglioramento della qualità della vita delle persone e alla costruzione di solidi rapporti con i fornitori, i consumatori e i dipendenti.

L'azienda è direttamente coinvolta in diverse attività mirate allo sviluppo delle comunità nelle quali opera.

diversi anni l'attenzione della Comunità si è incentrata sul problema della formazione e dell'inserimento lavorativo di persone svantaggiate, a partire da una riuscita esperienza presso la Trattoria de Gli Amici a Trastevere (Roma). Questa iniziativa nel settore della ristorazione è la prova che è possibile coniugare un approccio solidale, che garantisce alle persone disabili una buona autonomia economica ed una possibilità di crescita professionale, con le complesse logiche proprie di questo tipo di attività.

DAI PRINCIPI ALLE AZIONI

Partnership con la Comunità di Sant'Egidio

Birra Peroni ha avviato una partnership con la Comunità di Sant'Egidio che si occupa dell'assistenza, della riabilitazione e della socializzazione delle persone disabili. Da

Nel 2010 e nel 2011 si sono tenuti, in parallelo alle attività della Trattoria, anche due corsi, sostenuti da Birra Peroni, rivolti a studenti disabili provenienti da tutta Roma, che avevano l'obiettivo di accrescere le loro capacità, conoscenze e abilità professionali nel settore della ristorazione. I corsi si proponevano anche di favorire l'inserimento lavorativo dei partecipanti, in forma stabile e qualificata, nel comparto enogastronomico.

GRAZIE AI CORSI PROMOSSI DA BIRRA PERONI CON LA **COMUNITÀ DI SANT'EGIDIO** MOLTE PERSONE DISABILI HANNO IMPARATO IL MESTIERE DI CAMERIERE E AIUTO CUOCO.

Attraverso un ciclo di lezioni teoriche, ma anche delle ore di tirocinio pratico presso la Trattoria de Gli Amici, sono stati formati camerieri di sala e commis di cucina.

«Grazie al supporto di Birra Peroni molte persone disabili hanno avuto la possibilità di imparare il mestiere di cameriere e aiuto cuoco. Si tratta di un vero e proprio laboratorio professionale che permette a queste persone di poter contare su una discreta autonomia economica e avere una occupazione che offre loro la possibilità di crescere professionalmente. Ristorazione quindi non solo “buona”, ma anche “bella”, come bella è la gioia e la vitalità che molti amici disabili hanno mostrato in questi anni. È un’idea vincente, destinata a replicarsi e a essere presa come modello di best practice nel superamento delle barriere che oggi separano i disabili dagli altri».

[Testimonianza della Comunità di Sant'Egidio]

L'azienda ha inoltre organizzato presso il proprio stabilimento di Roma una giornata di formazione sul tema della birra, sulla sua storia, sulle tecniche di produzione e sulle varie tipologie prodotte. Infine 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'Univer-



Dipinto di Gabriella Scafetti nella mostra
‘Noi, l'Italia’ organizzata da ‘Gli Amici’

sità “La Sapienza” di Roma, l'Assessorato alle Politiche Culturali e della Comunicazione e la Sovrintendenza ai Beni Culturali del Comune di Roma. Una mostra che ha raccolto le opere di diversi artisti rappresentative di episodi e momenti emblematici della storia d'Italia.

Giovani per l'Abruzzo

Giovani per l'Abruzzo è un progetto realizzato dal Ministero della Gioventù per la ricostruzione dei territori duramente colpiti dal sisma del 2009.

L'obiettivo è quello di finanziare una serie di iniziative di ricostruzione dedicate ai giovani abruzzesi. Birra Peroni ha accolto positivamente tale iniziativa ed ha deciso di offrire il suo supporto promuovendo una raccolta fondi che ha coinvolto i propri dipendenti.



Consorzio Elis

Birra Peroni ha aderito al programma realizzato dal Consorzio Elis che prevede l'erogazione di borse di studio per attività di formazione. In particolare 20 studenti, iscritti ad un corso di laurea triennale, sono stati chiamati a lavorare su alcuni casi di studio per cinque mesi, da aprile ad agosto 2011.

Agli studenti migliori è stata offerta inoltre la possibilità di affiancare alcuni manager, tra cui anche un manager di Birra Peroni, in una delle loro giornate tipo, per iniziare ad avvicinarsi al mondo del lavoro e avere una idea concreta delle mansioni svolte quotidianamente all'interno delle aziende.

Collaborazione con AVIS

Esiste una collaborazione pluriennale tra l'azienda e l'AVIS per incentivare la donazione del sangue. Da questa collaborazione continuativa è nato anche un gruppo Birra Peroni-AVIS di donatori.

Progetto "Adotta una Piazza"

Si tratta di un progetto realizzato in collaborazione con il Comune di Roma che ha visto l'acquisto, da parte di

Birra Peroni, di 4 macchine "mangiavetro" posizionate in alcune piazze centrali di Roma, snodo della movida cittadina. Il costo dell'investimento è stato di circa 3.000 euro a macchina. Maggiori informazioni sul progetto sono riportate nella sezione "Packaging" di questo Bilancio.

Progetto "Roma scende in campo"

L'azienda ha partecipato, in qualità di sponsor, al progetto "Roma scende in campo". Una partita benefica organizzata per raccogliere fondi da destinare al World Food Programme (WFP). In questa occasione Birra Peroni ha acquistato e regalato ai propri dipendenti i biglietti per assistere alla partita.

Sponsorizzazione Horeca Distech

Birra Peroni ha sponsorizzato Horeca Distech: un corso universitario che si rivolge a 25 giovani laureati, laureandi o persone che desiderino implementare le proprie competenze nel settore della distribuzione. Il corso, riconosciuto a livello internazionale, è promosso dalla Facoltà di Economia dell'Università di Parma con il supporto accademico dell'Institut Commercial de Nancy. Birra Peroni ha contribuito versando una somma di 25.000 euro, coinvolgendo

COSTRUIRE VALORE ATTRAVERSO LA MEMORIA STORICA

Il Museo e l'Archivio Birra Peroni

In favore della valorizzazione della memoria storica l'azienda ha inaugurato nel 2001 il Museo Birra Peroni che ricostruisce la storia dell'azienda a partire dal 1846 con il supporto delle carte e delle immagini d'archivio. La narrazione documenta gli aspetti produttivi, commerciali e di costume che hanno sancito il successo, prima nazionale e poi internazionale, dei marchi Peroni e Nastro Azzurro dalle loro origini ad oggi.

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.

Mentre la prima sezione del Museo offre uno spaccato della storia aziendale nella prima metà del Novecento, illustrando strategie di crescita industriale e di consolidamento nel territorio italiano, nella seconda sezione viene presentata la storia commerciale di Birra Peroni e i fenomeni sociali connessi alla distribuzione del prodotto. La storia della comunicazione pubblicitaria è ricostruita invece nella terza sezione, dove immagini e video delle campagne a mezzo stampa e affissione coprono l'arco temporale di un secolo approdando alla "Bionda" Peroni, icona della storia aziendale ed italiana dagli anni Sessanta al 2000.

L'Archivio Storico, dichiarato di notevole interesse dalla Soprintendenza Archivistica per il Lazio nel 1996, conserva oltre 500 metri lineari di documentazione in fascicoli e registri, 10.000 scatti fotografici, video, oggettistica, confezioni e materiali pubblicitari. Oltre ad essere strumento di valorizzazione della memoria storica aziendale, l'Archivio è un luogo di ricerca e di documentazione, incrementato ed aggiornato costantemente ed offre servizi vivi all'impresa nelle attività e progettualità quotidiane.

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 e delle sue eccellenze nei principali settori del Made in Italy. In tale prestigioso contesto, Birra Peroni ha un accesso privilegiato a tutte le iniziative pubbliche e private - di risonanza locale, nazionale ed internazionale - incentrate sulla storia dell'impresa e delle tradizioni manifatturiere italiane.

Attività

Mostra "100 Anni di Imprese per l'Italia"

Attraverso una fotografia che celebra la storia, Birra Peroni ha partecipato a "100 Anni di Imprese per l'Italia", la mostra fotografica organizzata da Confindustria per festeggiare il suo centenario, inaugurata il 6



ottobre 2010 a Roma presso il Museo dell'Ara Pacis. A testimonianza di questo impegno Birra Peroni è stata premiata come impresa legata a Confindustria da oltre un secolo, con una cerimonia al Quirinale e una cena di gala per celebrarne la rilevanza istituzionale.

Settimana della Cultura d'Impresa

In occasione della IX Settimana della Cultura d'Impresa (2010), promossa ogni anno da Confindustria, Birra Peroni ha presentato il film storico "Uno su Tre" di E. F. Scopinich (anno 1955) dedicato alla produzione della birra negli anni '50 e ambientato all'interno di uno degli stabilimenti dell'azienda. Il film è stato proiettato all'interno dell'evento "L'impresa raccontata. La cultura del lavoro nel cinema italiano" organizzato dalla Casa del Cinema di Roma in collaborazione con Museimpresa.

Mostra "Copyright Italia"

Birra Peroni è stata l'unica realtà del settore beverage ad essere stata selezionata dai curatori della mostra "COPYRIGHT ITALIA – Brevetti Marchi Prodotti dal 1948 al 1970", inaugurata alla presenza del Presidente della Repubblica Giorgio Napolitano lo scorso luglio 2010 presso l'Archivio Centrale dello Stato a Roma. Le immagini sono state scelte allo scopo di documentare i principali aspetti di innovazione che hanno caratterizzato l'azienda, contribuendo in modo sostanziale allo sviluppo imprenditoriale ed al boom economico italiano nel periodo storico rappresentato dalla mostra.



Mostra "Marcando la Storia"

A fine maggio 2011 Birra Peroni ha dato il suo contributo alla mostra *"Marcando la Storia. 1960 - 2020: il futuro raccontato da 15 storiche marche italiane"* allestita al MACRO Testaccio di Roma. In questa occasione l'azienda ha messo a disposizione immagini, video pubblicitari ed oggetti storici legati al celebre brand Nastro Azzurro: un prodotto nato nei favolosi anni Sessanta e oggi proiettato in una dimensione internazionale. I materiali esposti sono stati selezionati con lo scopo di documentare l'evoluzione del marchio e quei tratti di innovazione e dinamicità che hanno contribuito ad assicurare il successo a livello mondiale.



IL MUSEO BIRRA PERONI DOCUMENTA GLI ASPETTI PRODUTTIVI, COMMERCIALI E DI COSTUME DALLE ORIGINI AD OGGI

il proprio personale nell'attività di didattica e ospitando casi di studio presso la propria azienda. Due degli studenti che hanno partecipato al corso Horeca Distech sono stati successivamente assunti da Birra Peroni.

Birra Peroni e il mondo dello sport

Attraverso lo storico brand Peroni, l'azienda sostiene le comunità attraverso progetti che coniugano la beneficenza con il mondo e i valori dello sport. Nel dettaglio:

- nel 2010 è stato erogato un contributo economico all'Agenzia di Ricerca per la Sclerosi Laterale Amiotrofica, il cui rappresentante è Giorgio Chiellini, giocatore della Nazionale di Calcio;
- nello stesso anno Peroni ha organizzato una partita di rugby tra L'Aquila Rugby, i Dogi del Triveneto e la squadra dei Vigili del Fuoco con lo scopo di raccogliere fondi da destinare alla popolazione haitiana colpita dal sisma;
- nel 2011 Peroni ha stretto un accordo con la Onlus Olivia, associazione che prende il nome da una bambina sorda che ha trovato nei rugbisti i suoi testimonial d'eccezione. Birra Peroni ha offerto all'associazione la possibilità di essere presente, comunicare e raccogliere fondi all'interno del Villaggio Terzo Tempo Peroni.

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

Birra Peroni ritiene importante ridefinire il proprio approccio strategico sul tema degli investimenti in ambito sociale. Intende, infatti, rivedere gli strumenti e le modalità di erogazione dei contributi ad oggi in essere al fine di rendere le iniziative finanziate sempre più aderenti alle esigenze prioritarie delle comunità nelle quali opera. Birra Peroni crede che sia necessario tenere in considerazione gli obiettivi del Governo, le necessità locali e le priorità dell'azienda al fine di realizzare progetti di maggiore efficacia.

Ritiene inoltre importante selezionare partner di fiducia con un forte radicamento nella comunità ed una profonda comprensione degli obiettivi, delle iniziative e delle strategie necessarie per raggiungerli.



8 HIV/AIDS

CONTRIBUIRE ALLA LOTTA ALLA DIFFUSIONE DELL'HIV / AIDS È PARTICOLARMENTE RILEVANTE PER IL GRUPPO SABMILLER PER LIMITARE GLI EFFETTI DEVASTANTI DELLA MALATTIA.



Sulla base dei dati diffusi dalle Nazioni Unite, sono circa 33,3 milioni gli adulti e i bambini che nel mondo sono affetti da HIV/Aids e sono circa 2,6 milioni le persone che vengono infettate ogni anno. La situazione più critica si registra nell'Africa Sub-sahariana dove vivono oltre 22 milioni di persone affette dal virus. L'epidemia si sta tuttavia rapidamente diffondendo anche in alcune aree dell'America Latina e dell'Asia.

Contribuire alla lotta alla diffusione dell'HIV/Aids è particolarmente rilevante per il Gruppo SABMiller per limitare gli effetti devastanti che la malattia comporta sulle comunità locali nelle quali il Gruppo è inserito. L'infezione, infatti, può colpire dipendenti, fornitori, clienti delle aziende locali e può avere impatti sulla stabilità politica e sulla crescita economica dei Paesi nei quali il Gruppo opera. Agire è quindi di fondamentale importanza e, ancora più importante, è agire in maniera tempestiva, evitando che l'epidemia si diffonda ulteriormente.

Il Gruppo SABMiller è impegnato nella definizione di un approccio integrato e condiviso per offrire il proprio contributo alla lotta all'HIV/Aids. A tale scopo sostiene numerosi progetti volti ad aumentare la conoscenza e la consapevolezza della malattia 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 formazione ed educazione anche in collaborazione con alcune categorie rilevanti di stakeholder locali quali ad esempio governi e ONG. L'impegno del Gruppo si focalizza principalmente nei Paesi a maggior diffusione dell'epidemia, come Sud Africa, Swaziland, Botswana, Lesotho, Zambia, Mozambico, Uganda, Angola, Malawi e Tanzania.

DAI PRINCIPI ALLE AZIONI

Birra Peroni ha sostenuto il progetto DREAM portato avanti dalla Comunità di Sant'Egidio per fermare la diffusione dell'AIDS in Mozambico. DREAM è attivo in Mozambico fin dal 2002 e oggi è presente con numerosi centri sparsi nel paese per la cura e la prevenzione del virus da madre-bambino. Il progetto si propone 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 portare alla introduzione di farmaci antiretrovirali per la cura diretta dei sieropositivi e dei malati, in primo luogo ma non esclusivamente, delle donne in gravidanza, delle madri e dei bambini.



9 DIRITTI UMANI

L'AZIENDA SI IMPEGNA A CREARE UN AMBIENTE DI LAVORO SANO E SICURO E A PROMUOVERE E DIFFONDERE COMPORTAMENTI POSITIVI E CORRETTI



L'attenzione ai diritti umani non è solo una responsabilità a cui Birra Peroni adempie ma rappresenta anche un impegno a promuovere e diffondere comportamenti positivi e corretti in considerazione dei diversi contesti sociali e culturali in cui ci si trova ad operare.

Nella conduzione del proprio business l'azienda 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. Inoltre, come realtà multinazionale, il Gruppo SABMiller sente anche la responsabilità di contribuire ad elevare gli standard lavorativi in quei paesi nei quali non sempre la tutela dei diritti umani è garantita. Per questo motivo osserva sempre anche i principi sanciti dalle Nazioni Unite nel Global Compact, consapevole di voler contribuire a creare un'economia globale più inclusiva e sostenibile.

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. Promuove, inoltre, una cultura di apertura ed eticità nella quale i dipendenti vengono valorizzati e trattati con dignità.

DAI PRINCIPI ALLE AZIONI

Sicurezza, salute e benessere

Birra Peroni si impegna a creare un ambiente di lavoro sano e sicuro. È per questo che ha messo a punto un modello operativo che elude gli incidenti e minimizza il rischio del loro accadimento, sia nei reparti produttivi, che all'interno degli uffici. L'obiettivo è proteggere la salute delle persone sul posto di lavoro attraverso una analisi dei rischi e l'adozione di tutte le misure necessarie per prevenire gli incidenti, compresa la definizione di programmi di informazione e formazione.

L'azienda ritiene estremamente rilevante l'instaurazione e il mantenimento attivo di un dialogo improntato alla collaborazione con la società civile, gli enti locali, le associazioni di categoria, le autorità di controllo e con qualunque altra parte interessata, al fine di rendere chiaro e trasparente il percorso aziendale in materia di Sicurezza e Salute dei Lavoratori.

I tre stabilimenti di Birra Peroni a Padova, Roma e Bari sono stati certificati secondo lo standard OHSAS 18001: con questo si intende esprimere la volontà di rispettare requisiti di salute e sicurezza sul posto di lavoro più stringenti rispetto alle disposizioni sancite dalla legge italiana. Il percorso di certificazione è stato avviato nel 2009 dallo stabilimento di Bari, seguito nei due anni successivi dagli stabilimenti di Roma, prima, e Padova dopo.

L'impegno di Birra Peroni è rivolto al miglioramento continuo della sicurezza e della salute sul lavoro mediante la definizione di obiettivi raggiungibili e misurabili da perseguire secondo i relativi piani di attuazione discussi all'interno degli stabilimenti. Tutto questo ha permesso di raggiungere gli indici infortunistici così come di seguito rappresentati:

I TRE STABILIMENTI DI PADOVA, ROMA E BARI SONO CERTIFICATI SECONDO LO STANDARD OHSAS 18001

Anno di riferimento	Giornate perse a causa di infortunio	Numero infortuni	Ore lavorate	Indice di gravità	Indice di frequenza
2009	437	29	1.054.217	82,91	5,50
2010	542	36	960.141	112,90	7,50
2011	445	26	951.283	93,56	5,47



In tema di salute e sicurezza sul luogo di lavoro Birra Peroni rispetta i seguenti principi:

- impegnarsi ad operare in conformità alle leggi, ai regolamenti ed alle direttive (nazionali e comunitarie) applicabili, nonché a tutti i requisiti e gli impegni sottoscritti e assunti volontariamente dall'azienda con le parti interessate;
- divulgare la presente politica in materia di sicurezza a tutti i lavoratori e renderla disponibile a tutte le parti interessate;
- introdurre e mantenere aggiornate le procedure di gestione e sorveglianza per il costante controllo della salute e dell'incolumità del personale;
- sviluppare programmi, obiettivi e traguardi e garantire per il loro raggiungimento risorse umane ed economiche adeguate;
- potenziare l'attività di formazione e informazione coinvolgendo tutti gli operatori, rendendoli consapevoli dei loro obblighi individuali e dell'importanza di ogni loro azione per il raggiungimento dei risultati attesi e della loro responsabilità in materia di sicurezza e salute nei luoghi di lavoro;
- impegnarsi a definire modalità di comportamento e procedure di lavoro atte alla riduzione degli infortuni e delle malattie professionali;
- identificare e monitorare i pericoli legati alle varie attività in essere all'interno dello stabilimento e valutare i relativi rischi per la salute e la sicurezza dei lavoratori;

- valutare i rischi per la salute e sicurezza sul lavoro legati a cambiamenti organizzativi, tecnici, procedurali, impiantistici preventivamente piuttosto che a posteriori;
- sensibilizzare appaltatori e fornitori ai quali richiedere il rispetto della presente politica, delle leggi e delle procedure in materia di sicurezza adottati nello stabilimento;
- impegnarsi al miglioramento continuo del sistema di gestione della sicurezza e salute sul lavoro;
- migliorare il coinvolgimento e la responsabilizzazione dei lavoratori a tutti i livelli, anche mediante programmi di informazione e formazione;
- favorire un flusso virtuoso di comunicazione trasversale fra le varie figure aziendali al fine di migliorare le

**PROMUOVE UNA CULTURA
DI APERTURA ED ETICITÀ
NELLA QUALE I DIPENDENTI
VENGONO VALORIZZATI
E TRATTATI CON DIGNITÀ**



performance del sistema di gestione della sicurezza e salute sul lavoro;

- instaurare e mantenere attivo un dialogo improntato alla collaborazione con la società civile, gli enti locali, le associazioni di categoria, le autorità di controllo e con qualunque altra parte interessata, al fine di rendere chiaro e trasparente il percorso aziendale in materia di Sicurezza e Salute dei Lavoratori;
- riesaminare periodicamente la valutazione del rischio indipendentemente dalle variazioni avvenute;
- effettuare periodicamente un riesame della presente politica e del sistema di gestione della salute e della sicurezza sul lavoro per verificare ed assicurare la loro congruenza, adeguatezza ed appropriatezza all'organizzazione, l'efficacia delle loro prestazioni e per consentire la riformulazione degli obiettivi di miglioramento continuo.

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

Birra Peroni intende proseguire nel percorso di avanzamento costante delle proprie performance, attuando le attività e le iniziative di miglioramento in ambito di salute e sicurezza dei lavoratori individuate in sede di certificazione degli impianti.



10 TRASPARENZA ED ETICA

COMUNICARE IN MODO EFFICACE E CHIARO CON GLI STAKEHOLDER E OPERARE IN MANIERA ETICA

Il Codice Etico ha come scopo preciso quello di definire e diffondere i valori e le regole comportamentali cui Birra Peroni intende far costante riferimento nell'esercizio della propria attività imprenditoriale.

Tutti i dipendenti, i consulenti ed i fornitori di beni e servizi, anche professionali, e chiunque svolga attività per conto dell'azienda devono aderire ai principi fondamentali di condotta ed etica commerciale esposti nel Codice.

DAI PRINCIPI ALLE AZIONI

Le principali regole di condotta sono:

- rispetto ed etica commerciale: rispettare tutte le leggi e i regolamenti sull'importazione e l'esportazione; rispettare le leggi sulla concorrenza; assicurare che le transazioni commerciali siano riportate con precisione nei bilanci in conformità alle procedure e norme stabilite; verificare che i contributi e le donazioni vengano erogati in conformità con la legge e in modo trasparente ed aperto;
- persone e ambiente di lavoro: evitare conflitti d'interesse fra attività private e il ruolo in azienda; avere un ambiente di lavoro sicuro; evitare la discriminazione e incoraggiare la diversità;
- clienti e consumatori: commercializzare prodotti in un modo responsabile; assicurarsi che parti terze che agiscono per conto dell'azienda operino in conformità con il codice;
- società - sviluppo sostenibile: rispettare i diritti umani e le norme internazionali del lavoro;
- frodi: azioni in contrasto con la politica aziendale devono essere riferite. Ritorsioni contro chi, in buona fede, denunci presunte violazioni sono escluse dalla politica aziendale.

La comunicazione dei codici di comportamento etico e commerciale è parte integrante del piano di comunicazione interna. La comunicazione interna, coadiuvata dall'Ethics Officer e da altri dipartimenti, deve assicurare la diramazione dei contenuti etici e di condotta a tutta l'azienda.

Recentemente è stata emessa una nuova versione del Codice Etico che ha sostituito i precedenti codici etici concomitanti: Codice Etico Birra Peroni, Codice Etico per i Fornitori e Code of Business Conduct (SABMiller). In particolare, il nuovo codice accoglie le normative europee in merito al rischio d'impresa (d.lgs. n. 231/01 e successive modifiche).

Il Codice Etico è integrato da ulteriori politiche, in primis il Codice di Comunicazione Commerciale, che regola i messaggi commerciali dell'azienda nonché i comportamenti di ciascun dipendente in quanto veicolo di informazione sull'azienda ed i suoi prodotti, con particolare riferimento alle tematiche sociali inerenti al consumo responsabile di alcol.

Internamente all'azienda il Codice Etico viene reso disponibile attraverso il portale a tutti i dipendenti i quali sono chiamati a prenderne visione ed accettarne le direttive. Per i lavoratori sprovvisti di accesso al portale, la visione e l'accettazione del Codice avviene manualmente, mediante firma per presa visione del documento cartaceo.

Una copia aggiornata del Codice Etico viene consegnata ai nuovi assunti ed agli stagisti, i quali dal portale possono prendere visione delle procedure, delle politiche e dei codici aziendali. Ai nuovi assunti, come a tutti gli altri dipendenti, viene richiesto di prendere visione, comprendere e rispettare queste regole.

Negli ultimi anni gli aggiornamenti del Codice Etico sono stati comunicati al personale tramite corsi e documentazione apposita.



Ascolto degli stakeholder

Birra Peroni ha realizzato lo "Stakeholder Mapping and Classification" con l'obiettivo di individuare i propri stakeholder e comprenderne le relative aspettative e i bisogni. Gli stakeholder identificati sono stati classificati in ordine di priorità rispetto alla loro capacità di influenzare il business, la loro predisposizione nei confronti dell'industria e dell'azienda nello specifico e la flessibilità e apertura dimostrata.

Questo lavoro di ascolto ed analisi ha consentito, inoltre, di verificare la rilevanza di ciascuna delle 10 priorità di sviluppo sostenibile per le diverse categorie di stakeholder.

Inoltre ogni due anni il Gruppo SABMiller commissiona uno studio ad una società esterna per indagare la percezione dei portatori di interesse sulla reputazione delle singole aziende nei diversi territori in cui operano e del Gruppo nel suo insieme.

Per Birra Peroni sono stati ascoltati tramite intervista telefonica, tra aprile e giugno 2011, oltre 700 soggetti rappresentanti le diverse categorie di portatori di interessi: comunità, dipendenti, media e istituzioni.

I risultati offrono un valido spunto al management per comprendere i driver sui quali si basa la reputazione dell'azienda e per impostare conseguentemente piani di risposta tra cui la redazione del presente documento.

**TUTTI I DIPENDENTI,
I CONSULENTI ED I FORNITORI
DEVONO ADERIRE AI PRINCIPI
FONDAMENTALI DI CONDOTTA ED
ETICA COMMERCIALE ESPOSTI
NEL CODICE DELL'AZIENDA**

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

Nel corso del prossimo anno l'azienda si propone di avviare forme di dialogo specifiche in materia di sviluppo sostenibile grazie all'organizzazione di una serie di focus group che coinvolgeranno i principali stakeholder.

Birra Peroni ritiene, inoltre, che la prima edizione del Bilancio di Sostenibilità sia uno strumento di supporto fondamentale nella definizione di ulteriori momenti di coinvolgimento e discussione sui temi di sviluppo sostenibile anche all'interno dell'azienda stessa.

LA GESTIONE DELLE PERSONE

LE PERSONE RAPPRESENTANO PER BIRRA PERONI L'ASSET PIÙ IMPORTANTE E IL MIGLIORE INVESTIMENTO NEL LUNGO TERMINE



La gestione delle persone in Birra Peroni è codificata da due processi chiave denominati "Talent Management" e "Performance Management Way". L'obiettivo di questi programmi è quello di continuare ad implementare una cultura della performance in azienda e di gestire efficacemente i talenti in modo da riuscire ad attrarre dal mercato, trattenere e sviluppare persone altamente motivate che possano fornire elevate prestazioni e diventare i manager del futuro.

TALENT MANAGEMENT

L'obiettivo del processo di gestione dei talenti è quello di massimizzare la capacità dell'azienda di:

- gestire i talenti presenti nell'organizzazione in maniera tale da raggiungere gli obiettivi di business (globali e locali) attraverso il loro impiego in posizioni chiave per dare una risposta immediata sia ai bisogni attuali che futuri del business;
- attrarre e inserire in azienda il giusto mix di talenti necessario per dare una risposta immediata sia ai bisogni attuali che futuri del business;
- trattenere al nostro interno il mix desiderato nel futuro;
- coltivare, rinnovare e sviluppare le dovute competenze di business e capacità manageriali;

- essere un employer of choice sia a livello locale che globale;
- differenziare e premiare le persone in base sia alla prestazione erogata che al potenziale di crescita in accordo con la cultura di performance ed i valori dell'azienda.

La gestione dei talenti è un processo complesso distinto in differenti step inserito, insieme a quello di performance management, all'interno più ampio del processo di gestione del business.

La prima fase è relativa alla ricerca dei talenti stessi: dal momento in cui si ha la necessità di ricoprire una posizione vacante, fino alla sua copertura. Questa prima fase prevede l'identificazione di ruoli, responsabilità e strumenti finalizzati alla ricerca dei candidati (internamente o esternamente) e alla definizione delle regole del colloquio di selezione. Il colloquio è affidato alla responsabilità sia delle Risorse Umane che del line manager e si conclude con il processo di "onboarding", quando la persona viene inserita in azienda. Per il processo di reclutamento l'azienda punta sempre più sulla metodologia del direct sourcing. Questo permette di condurre uno scouting continuo delle competenze chiave sul mercato, di entrare in contatto con persone già in qualche modo referenziate e di contenere i costi relativi alle agenzie di selezione.

LA GESTIONE DELLE PERSONE È CODIFICATA DA DUE PROCESSI CHIAVE DENOMINATI “TALENT MANAGEMENT” E “PERFORMANCE MANAGEMENT WAY”

A supporto di questa strategia, in tutto il territorio nazionale Birra Peroni ha avviato numerose collaborazioni con le Università e le Business School con l'obiettivo di favorire l'integrazione con il mondo accademico e facilitare la ricerca di personale qualificato. Nell'ambito delle politiche di gestione e assunzione del personale a livello locale, tali collaborazioni si sono concretizzate attraverso:

- “piani di reclutamento” sviluppati all'interno degli atenei attraverso intere giornate dedicate alle interviste a giovani laureati e laureandi interessati all'opportunità di stage e di lavoro;
- presentazioni di business game aziendali o presentazioni istituzionali dirette a fornire consigli e indicazioni sulle modalità di ricerca del personale e sulle esigenze dei diversi settori;
- project work aziendali realizzati con il contributo degli allievi di alcune Business School.

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.

Le ultime collaborazioni con gli atenei di tutta Italia hanno portato alla selezione e all'assunzione di giovani laureati nel dipartimento Sales e Marketing attraverso la presenza diretta in alcuni “Job Day” organizzati dal Ministero della Gioventù, dall'Università LUMSA e dalla LUISS Guido Carli di Roma. In tali occasioni si sono svolti dei colloqui di selezione per offrire ai giovani laureati concrete opportunità di inserimento in tutto il territorio nazionale e presso la sede della Direzione Generale di Roma. Inoltre molte offerte di lavoro sono state veicolate attraverso la pubblicazione di annunci di lavoro presso gli uffici di collocamento di alcune università del Sud Italia (Università della Calabria e Università degli studi di Messina) e Business School del Centro e Nord Italia (Fondazione CUOA e LUISS Business School).

Per quanto riguarda la gestione delle persone chiave e dei talenti già presenti in azienda, tutti i processi di

Risorse Umane sono volti a favorire lo sviluppo di queste risorse, a fornire loro una ricompensa adeguata e a garantire un processo continuo di coaching/mentoring.

PERFORMANCE MANAGEMENT

Il sistema di gestione della performance è parte integrante della cultura e del modo di lavorare di Birra Peroni. Esso rappresenta il modo in cui si gestiscono le prestazioni delle persone e dei team verso il raggiungimento di obiettivi precisi e sfidanti e sulla base di una responsabilità chiara e personale. Questo sistema è espressione della cultura di ‘high performance’ che guida l'azienda e della sua volontà di raggiungere risultati sostenibili e durevoli nel tempo.

Gli obiettivi del processo di performance management sono:

- tradurre le strategie di business in obiettivi, di corto, medio e lungo termine, da raggiungere individualmente e in team assicurando che ciascuno diventi responsabile della propria performance;
- utilizzare l'intero processo per supportare la gestione ottimale dei talenti e delle persone chiave per ottenere i migliori risultati di business, attraverso:
 - la definizione di obiettivi chiari, sfidanti e focalizzati sul cliente;
 - il monitoraggio costante delle prestazioni rispetto a tali obiettivi;
 - la ricezione di feedback continui sulla prestazione ed il necessario coaching;
 - le valutazioni formali delle prestazioni su base semestrale e annuale.

In questo modo, il sistema di valutazione della performance consente di ‘allocare’ efficacemente le risorse ed assicurare la necessaria gestione per il raggiungimento



delle priorità più critiche. Per meglio supportare questo processo, dal 2008 è stato introdotto un sistema “web-based” di gestione della performance che consente ad ogni impiegato di gestire facilmente e con un semplice click la propria performance. Inoltre, questo supporto permette alle Risorse Umane e ad ogni manager di gestire in tempo reale le performance dei vari team.

Tutto questo ha portato nel 2011 ai seguenti risultati:

- continuare il processo di acquisizione di competenze e persone altamente motivate e con potenziale di crescita. Infatti circa 2/3 della popolazione impiegata in Birra Peroni ha meno di 45 anni;
- sostenere la crescita delle donne che, soprattutto nei dipartimenti commerciali, rappresentano oggi una delle risorse principali con ruoli di sempre maggiore importanza;
- coprire la quasi totalità delle posizioni aperte con candidature interne all'azienda minimizzando il ricorso all'esterno solo quando strettamente necessario;
- utilizzare il performance management per la gestione efficace dei profili basso-performanti secondo il principio di “up or out”.

FORMAZIONE

Il processo di formazione e sviluppo delle competenze è inserito in un più ampio modello di costruzione delle capacità a sostegno del business attraverso un esame della situazione così com'è e di quella futura sulla base del piano strategico aziendale. Una volta effettuata l'analisi e identificati le carenze si procede alla preparazione di un piano per il raggiungimento di tali risorse. Il conseguimento di determinate capacità rappresenta anche uno degli obiettivi di crescita inserito nei piani di sviluppo personale dei dipendenti interessati dal processo. I piani

di sviluppo rappresentano la base del processo di analisi delle necessità formative consolidate a livello di dipartimento e orientano il piano formativo per l'anno fiscale di riferimento e il relativo budget. Il piano prevede, ovviamente, anche tutta la formazione obbligatoria relativa, ad esempio, alla sicurezza e al performance management. Il processo di onboarding è un programma di orientamento dei neo inseriti, gestito dal manager di riferimento con il supporto del dipartimento di Risorse Umane. Il processo di inserimento, volto a garantire una integrazione rapida del nuovo dipendente attraverso la condivisione di tutte le informazioni necessarie per lo svolgimento della sua funzione, è essenziale per il successo del business. Il programma inizia non appena il neo assunto accetta l'offerta di impiego e può continuare per i successivi 3-6 mesi. Un processo efficace di onboarding consente alle nuove risorse di raggiungere i seguenti risultati:

- essere integrati nell'organizzazione, interiorizzare la cultura aziendale e comprendere gli obiettivi di business, di team e individuali;
- facilitare il raggiungimento degli obiettivi del team in cui si è inseriti rendendosi operativi il prima possibile e nel modo migliore.

Allo stesso tempo il programma permette di massimizzarne nell'immediato il potenziale delle risorse attraverso un sistema efficace di orientamento e di minimizzare il turnover.

RETRIBUZIONE E INCENTIVAZIONE

Le persone rappresentano un asset importante per Birra Peroni e per questo sono stati impostati dei sistemi di incentivazione e remunerazione volti a valorizzare il contributo di ciascun dipendente. In particolare:

- il premio di partecipazione è una contrattazione di secondo livello stabilita dalla norma e sottoscritta dall'azienda con i rappresentanti delle organizzazioni sindacali (OO.SS.);

L'importo da erogare è legato all'inquadramento contrattuale del dipendente e al raggiungimento di risultati aziendali e gestionali di ogni stabilimento.

- la retribuzione variabile della forza vendite viene erogata mensilmente sulla base del raggiungimento degli obiettivi di vendita;
- il meccanismo Short Term Incentive (STI) riguarda una popolazione ben definita in ambito aziendale. Le percentuali di erogazione del premio dipendono dal raggiungimento di obiettivi aziendali ed individuali.

CURA E BENESSERE DELLE PERSONE

- Per impiegati e quadri è prevista una polizza infortuni extra professionale che copre eventuali incidenti che possano accadere in ambito non lavorativo.
- Mensilmente ogni dipendente riceve gratuitamente un cartone di birra.
- A Natale viene donato a tutti i dipendenti un cesto natalizio.

EMPLOYER BRANDING

Per il secondo anno consecutivo l'azienda è stata certificata Top Employer dal CFR Institute, organizzazione internazionale indipendente. La filosofia che guida le scelte di Birra Peroni si basa sulla convinzione che le persone rappresentino il loro asset più importante. Per questo uno dei punti essenziali della strategia aziendale consiste proprio nella gestione e nella crescita del capitale umano: la qualità e la professionalità dei dipendenti è uno dei maggiori vantaggi competitivi riconosciuti dall'azienda.

Essere certificati Top Employer consente all'azienda sia di trattenere e motivare i talenti già presenti in azienda, che di attrarne di nuovi: i potenziali collaboratori considerano, infatti, la certificazione come la garanzia che l'azienda riconosce grande valore al talento e alle risorse umane.

Top Employers 2011

Il rating, che prevede una scala di eccellenze da 1 a 5 sotto forma di stelle, ha visto Birra Peroni eccellere in:

Opportunità di carriera	**** 1/2
Formazione e sviluppo	*** 1/2
Cultura aziendale	***
Politiche retributive	***
Condizioni di lavoro e benefit	***

INIZIATIVE DI FORMAZIONE ESTERNE ALL'AZIENDA

Birra Peroni prende parte anche ad altre iniziative come ad esempio Campus Mentis un progetto promosso dal Ministero della Gioventù, in collaborazione con il Centro di Ricerca della Sapienza Impresapiens, con lo scopo prin-

cipale di far incontrare i giovani con il mondo del lavoro e con le realtà industriali. L'iniziativa si traduce in alta formazione, orientamento e collocamento grazie all'incontro con i responsabili delle Risorse Umane delle più importanti aziende italiane ed estere presenti sul territorio italiano. I dati parlano chiaro sul successo del progetto: il 77% dei partecipanti ha ricevuto un'offerta di lavoro entro l'anno. Se questa percentuale potrà essere applicata almeno in parte ai partecipanti al progetto nel periodo 2011-2013 sarà offerta un'opportunità significativa a tanti giovani italiani in cerca di un lavoro. Ventidue giovani sono stati selezionati sulla base dei migliori elaborati forniti alle aziende coinvolte nell'iniziativa e premiati con un attestato di eccellenza. Birra Peroni ha 'segnalato' due ragazze che hanno incentrato il loro percorso formativo sullo studio del settore della birra e si sono distinte con proposte intelligenti e creative relative al Forum Alcol Parliamone dedicato al bere responsabilmente.

OBIETTIVI DI MIGLIORAMENTO

Per il prossimo anno, Birra Peroni intende proseguire nel suo impegno focalizzando l'attenzione in particolare sulle seguenti aree:

- Comunicazione interna: è in previsione un progetto di riorganizzazione e aggiornamento dell'intranet aziendale al fine di rendere ancora più trasparente e diretta la comunicazione con le persone in sede e negli stabilimenti. Inoltre, saranno individuati nuovi momenti di condivisione e comunicazione per aumentare il livello di interazione e il senso di appartenenza.
- Semplificazione: è in fase di avvio il progetto "Make it simple" con il quale si intende giungere ad una sostanziale semplificazione dei processi aziendali. A tale scopo verrà individuato un team interfunzionale che avrà il compito di analizzare i processi in essere in azienda, identificare eventuali ambiti di miglioramento in termini di efficienza e definire un conseguente piano d'azione.
- Performance Management: si prosegue nell'attività di affinamento del sistema di performance management già adottato dall'azienda, e ormai parte integrante della cultura organizzativa.
- Talent Acquisition: si intende rafforzare il processo di selezione di nuovi talenti, individuando tipologie di professionalità, non presenti in azienda, che possano arricchire il patrimonio di competenze.

QUALITÀ DEI PRODOTTI

OLTRE 160 ANNI DI PRODUZIONE DI BIRRA DI QUALITÀ



CONTROLLO DELLE QUALITÀ ORGANOLETTICHE DEL PRODOTTO

Ogni stabilimento Birra Peroni è dotato di un pannello di degustazione, opportunamente formato secondo le specifiche emanate da SABMiller, che esegue ogni giorno un controllo organolettico sui semilavorati e, su base statistica, sul prodotto finito al fine di assicurare gli standard prefissati in associazione alle analisi chimico-fisiche. Il Laboratorio Centrale, dotato anch'esso di un proprio Pannello di degustazione, supervisiona tale attività degustando il prodotto finito inviato dagli stabilimenti stessi in base ad un calendario prefissato ad inizio anno. Il Pannello Centrale di degustazione svolge inoltre un controllo organolettico sui brand prodotti all'estero, i cui campioni sono ricevuti su base mensile, al fine di valutarne la conformità rispetto al profilo prefissato. Inoltre, un laboratorio di analisi interno conduce verifiche in continuo su campioni di prodotto per garantire non solo il rispetto dei requisiti previsti dalla normativa ma anche l'allineamento con gli standard di qualità Birra Peroni, molto più stringenti dei vincoli normativi.

CERTIFICAZIONI DI QUALITÀ

Birra Peroni è da sempre sinonimo di garanzia nel gusto e nella salute. 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 di aderire a standard internazionali di sicurezza, qualità e rispetto delle norme che regolano il settore agroalimentare.

Gli stabilimenti infatti hanno conseguito la certificazione del sistema di gestione della qualità, integrato con l'ambiente. L'azienda ritiene di primaria importanza assicurare che la produzione, il confezionamento e la commercializzazione della birra avvenga nel totale rispetto dei requisiti di soddisfazione dei clienti, dell'ambiente, della legislazione, della regolamentazione e della normativa ambientale cogenti.

Al fine di perseguire quanto indicato, ha inoltre, stabilito degli obiettivi dinamici di costante miglioramento, distinti per area, definendo per ciascuno le relative responsabilità e gli indicatori più adeguati per verificarne il miglioramento delle prestazioni.

Ad esempio, nell'area qualità il miglioramento sarà ottenuto attraverso:

- il continuo monitoraggio dell'andamento delle non conformità interne ed esterne;
- l'incremento degli indici di qualità di stabilimento;
- l'incremento dei risultati degli audit di igiene e pulizia dello stabilimento;
- il mantenimento della certificazione ISO 9001.

Gli stabilimenti di Roma, Bari e Padova aderiscono agli International Food Standards (IFS) ed hanno ottenuto la



GLI STABILIMENTI DI ADERISCONO AGLI INTERNATIONAL FOOD STANDARDS ED HANNO OTTENUTO LA CERTIFICAZIONE DAL **BRITISH RETAILER CONSORTIUM**

accettare le forniture, la conformità ai requisiti BRC Food & Beverages. Il BRC si propone di aiutare i rivenditori a soddisfare pienamente gli obblighi legali e a proteggere il consumatore assicurando la qualità dei prodotti commercializzati. Ad oggi questo sistema rappresenta uno degli strumenti più validi per la valutazione dei fornitori di marca privata, ma anche un riferimento per la “best practice” nell’industria alimentare sul quale molti operatori della filiera hanno basato i loro programmi di valutazione e qualifica dei fornitori.

certificazione dal British Retailer Consortium (BRC). L’IFS e il BRC sono standard internazionali basati su un metodo di valutazione condiviso per qualificare e selezionare i fornitori di prodotti alimentari. L’IFS è uno standard internazionale per la verifica dei prodotti alimentari di marca, al dettaglio e all’ingrosso, che si applica a tutte le fasi della catena di produzione e trasformazione delle materie prime. L’IFS soddisfa i criteri della Global Food Safety Initiative emanati dal CIES – The Food Business Forum, l’organizzazione globale a cui partecipano CEO e alti dirigenti di quasi 400 fra rivenditori (con quasi 200.000 punti vendita) e produttori di ogni dimensione. Il BRC è una certificazione internazionale, approvata dal GFSI - Global Food Safety Initiative, che assicura che, nei loro processi di lavorazione e trasformazione delle materie prime agricole, le aziende si attengano a specifici standard qualitativi. Questo consente loro di fornire i prodotti alimentari così ottenuti ad aziende della distribuzione organizzata, soprattutto inglesi ma anche italiane e di altri Paesi, che esigono, come condizione per

WORLD CLASS MANUFACTURING

Il World Class Manufacturing (WCM) è l’applicazione di moderni principi e tecniche industriali che portano ad una maggiore competitività e all’eccellenza nella catena produttiva e distributiva attraverso:

- il miglioramento continuo;
- l’eliminazione degli sprechi;
- la riduzione dei tempi di risposta;
- l’assoluta soddisfazione del cliente/consumatore;
- la crescita costante di tutti gli indici con incremento ed efficienza della capacità produttiva e la riduzione dei costi di immobilizzazioni finanziarie;
- lo sviluppo ed il miglioramento delle competenze a tutti i livelli;
- la creazione di standard nei metodi di lavoro;
- un processo di problem solving metodico;
- la formazione di team multi disciplinari e indipendenti.



Il WCM considera il contributo delle persone quale valore fondamentale. Questo modello ha consentito di raggiungere i seguenti risultati:

- rendere le persone protagoniste del processo di cambiamento;
- fornire alle persone gli strumenti per essere sempre più orientate al miglioramento dei processi ed alla soddisfazione del cliente interno;
- investire sul potenziamento delle competenze delle persone;
- permettere alle persone di lavorare "facendo di più con meno" e quindi di lavorare meglio, in termini di processo e qualità;
- rendere ogni persona promotrice del miglioramento continuo e dell'innovazione costante;
- permettere alle persone di vivere in un posto di lavoro migliore;

- introdurre il concetto dell'importanza del lavoro di team, considerato un contributo fondamentale al successo aziendale;
- portare ad un miglioramento dei principali indici, tra cui ME e FE.

L'approccio al WCM seguito da SABMiller si è sviluppato negli ultimi 15 anni inizialmente in Sud Africa per poi perfezionarsi in Europa e Nord America.

In Italia il progetto è partito circa 3 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 Numero Verde, in funzione da più di un anno e mezzo, è un servizio nato anche per dare ascolto alle lamentele e ai commenti dei consumatori. Nel 2011, a fronte di oltre **698 milioni di bottiglie vendute e distribuite in Italia**, sono state ricevute 4.355 chiamate nessuna delle quali riferita a criticità rilevanti.

Numero Verde
800 247 720

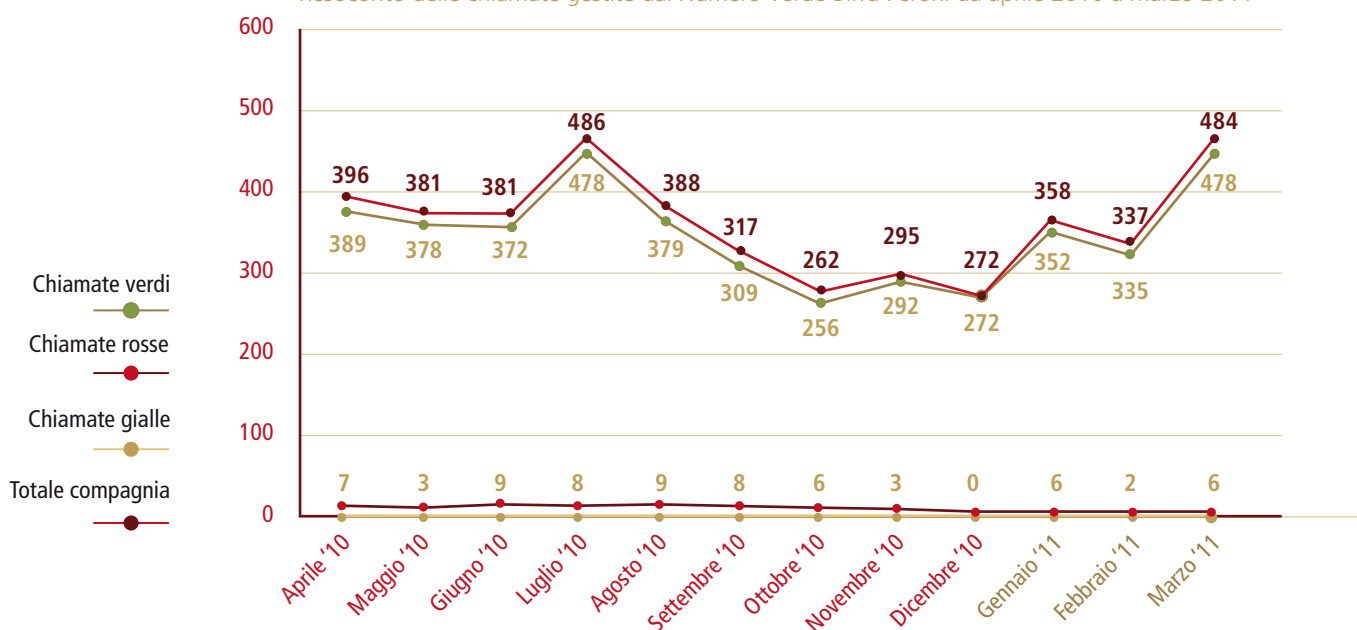
TRA APRILE DEL 2010 E MARZO 2011 IL SERVIZIO CONSUMATORI HA RISPOSTO ALLE ESIGENZE DI OLTRE 3.900 CLIENTI

IL NUMERO VERDE

Il Numero Verde Birra Peroni, anche chiamato Servizio Consumatori, attivo 24 ore su 24 / 365 giorni l'anno, è nato per fornire assistenza al consumatore e per dare ascolto alle sue richieste. Tra aprile del 2010 e marzo 2011 il Servizio Consumatori ha risposto alle esigen-

ze di oltre 3.900 clienti. Il dipartimento supervisiona le chiamate e le e-mail, risponde ad alcune richieste specifiche da parte di consumatori e clienti e monitora l'andamento del processo di risposta; il tutto in stretta collaborazione con l'ufficio qualità.

Resoconto delle chiamate gestite dal Numero Verde Birra Peroni da aprile 2010 a marzo 2011



CELEBRARE I SUCCESSI GUARDANDO AL FUTURO

Questo primo Bilancio di Sostenibilità rappresenta per l'azienda un punto di partenza per guardare avanti con ottimismo e speranza. È per questo che, nel porre le fondamenta del proprio futuro, Birra Peroni è orgogliosa di poter celebrare insieme i suoi successi più recenti raggiunti grazie all'impegno e alla dedizione delle proprie persone.



PREMI E RICONOSCIMENTI 2010/2011

Primo classificato al EUBEA 2010

Peroni categoria roadshow/evento itinerante per test match e Sei Nazioni.

World Guinness Record

Peroni è entrata nel Guinness dei Primati avendo costruito durante il Sei Nazioni 2011 il Pallone da Rugby più grande del mondo costituito da 20.076 lattine da 33cl.

Coppa Fangio

Premiata la Senior Brand Manager Nastro Azzurro per il Best Activation Business Case presentato tra i Paesi di Peroni Nastro Azzurro.

Top Employer

Nel 2011 Birra Peroni si è aggiudicata il marchio di qualità Top Employer, dimostrando di rappresentare l'eccellenza nel campo delle Risorse Umane.

BILLA

La rete di distribuzione BILLA nel 2011 ha annoverato Birra Peroni tra i suoi fornitori impegnati nella sostenibilità, coinvolgendola in un'apposita raccolta premi volta alla sensibilizzazione del consumatore alla sostenibilità.



Un particolare ringraziamento va a

**Francesca Romana Tomassini,
Manuela Vacca Maggiolini,
Roberto Borneo,
Lino Lottini,
Cristina Hanabergh,
Carlo Montanari,
Giorgio Fontana
e Marco Salutari**

che hanno contribuito allo sviluppo di questo primo
Bilancio di Sostenibilità di Birra Peroni e a tutti i colleghi
che ogni giorno con il loro lavoro e la loro passione
rendono possibile raggiungere questi risultati.

S.P.A. BIRRA PERONI

Sede legale e amministrativa
Via Renato Birolli 8
00155 Roma

Sito internet: www.birraperoni.it
Centralino: 06 225441
Numero Verde: 800 247720
Casella email: corporateaffairs@peroni.it

È possibile scaricare
il Bilancio di Sostenibilità 2010-2011
completo di tutti gli allegati previsti
dal Global Reporting Guidelines
dal sito www.birraperoni.it

SUPPORTO METODOLOGICO

PricewaterhouseCoopers Advisory

COORDINAMENTO EDITORIALE

Weber Shandwick

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE

Pensieri e Colori – Milano

STAMPA

Tipografia Ostiense – Roma

Prodotto realizzato impiegando carta certificata FSC



Finito di stampare ad ottobre 2011



