

Rapporto sulla sostenibilità 2016

Una responsabilità che unisce il presente al futuro




FELDSLÖSSCHEN

Part of the Carlsberg Group

Contenuto


- 04** La nostra azienda
- 05** Notizie in evidenza
- 06** Premessa di Thomas Amstutz, CEO di Feldschlösschen
- 07** Premessa di Cees 't Hart, CEO del Gruppo Carlsberg
- 08** La nostra strategia di sostenibilità
- 10** La catena di creazione del valore
- 11** Materie prime e ambiente
- 19** Consumo e responsabilità
- 23** Impegno sociale
- 30** Un bilancio positivo



● ● ● Materie prime e ambiente, pagina 11




● ● ● Consumo e responsabilità, pagina 19



● ● ● Impegno sociale, pagina 23

Presenti in tutta la Svizzera



-  Stabilimento di produzione
-  Sede
-  Sede logistica
-  Amministrazione e vendite
-  Call center

1300

collaboratori in tutta la Svizzera

2000

bottiglie riempite al minuto

Leader del mercato dal

1898

50

birrai e mastri birrai che producono oltre 40 tipi di birra

Il **60%**

della merce consegnata ai maggiori clienti e ai depositi viene trasportata su rotaia

Notizie in evidenza

IL NOSTRO IMPEGNO

Scoprite quali sono i risultati che abbiamo conseguito nel 2015 e i progetti con cui vogliamo costruire un **futuro sostenibile**.

ENERGIA E AMBIENTE

Gli edifici dell'azienda sono riscaldati con **bio-gas con un bilancio pari a zero delle emissioni di CO₂**. In questo modo siamo riusciti a risparmiare circa 941.000 litri di gasolio.

Il **51,6%** del fabbisogno di combustibile del birrificio Feldschlösschen di Rheinfelden è coperto da **energie rinnovabili**.

INNOVAZIONE SOSTENIBILE

30 000

sono i chilometri che siamo riusciti a risparmiare alla voce trasporti grazie alla **app MyBeer**



SALUTE E SICUREZZA

Rispetto all'anno precedente siamo riusciti a **ridurre del 30%** i giorni di assenza per infortunio sul lavoro dei nostri collaboratori.

TRASPORTO

122 camion sono equipaggiati con sistemi telematici. Grazie all'**Eco-Drive System** siamo riusciti a risparmiare **209 tonnellate di CO₂**.

RIUTILIZZO

84 Mio

di bottiglie riutilizzabili sono state imbottigliate nel 2015.

GRUPPO CARLSBERG

Nell'ambito della sua prima campagna di crowdsourcing il Gruppo Carlsberg **ha ricevuto 162 proposte provenienti da 35 paesi** su come produrre birra in modo ancora più sostenibile.



Premessa

CEO di Feldschlösschen

L'8 febbraio 1876 Theophil Roniger e Mathias Wüthrich produssero la prima birra Feldschlösschen. Con orgoglio oggi brindiamo ai nostri padri fondatori e festeggiamo 140 anni di tradizione e innovazione. Ancora oggi è lo stesso spirito pionieristico di Theophil Roniger e Mathias Wüthrich a guidarci.

Siamo un birrifico leader nel settore il maggiore distributore di bibite della Svizzera, costantemente alla ricerca di soluzioni sempre più sostenibili. Investiamo in progetti a livello regionale e nazionale con l'obiettivo di proteggere le risorse, salvaguardare la piazza economica svizzera e promuovere l'impegno sociale.

Ingredienti di ottima qualità, personale motivato e competente, una gestione efficiente e partnership costruttive sono i fattori che portano alla creazione di un prodotto

eccellente. Per questo coltiviamo una cultura imprenditoriale globale, anche oltre confine. La rete di contatti del Gruppo Carlsberg, infatti, offre valide possibilità di scambio.

L'intento del presente rapporto è quello di presentare in maniera trasparente il nostro impegno.

Vi auguro buona lettura.



Thomas Amstutz,
CEO di Feldschlösschen



Cosa pensate del nostro impegno per la sostenibilità? Scrivetecelo a: uko@fgg.ch



I nostri temi principali



Materie prime e ambiente

È nostra intenzione ridurre al minimo l'impatto ambientale e per questo aspiriamo ad un utilizzo sostenibile e consapevole delle materie prime. Seguiamo percorsi che conducono a un futuro rispettoso dell'ambiente.



Consumo e responsabilità

Ci impegniamo per promuovere il consumo responsabile delle bevande alcoliche e la tutela dei più giovani. Le nostre linee guida sono il codice comportamentale elaborato in collaborazione con l'Associazione svizzera delle birrerie e le disposizioni del Gruppo Carlsberg.



Impegno sociale

Tra i nostri obiettivi vi sono la tutela e la valorizzazione del nostro personale. Con il nostro impegno garantiamo un valore aggiunto per il nostro team, i nostri partner e la società.

Premessa CEO del Gruppo Carlsberg

Anche nel 2015 abbiamo proseguito le nostre attività nell'ambito della sostenibilità. In particolare ci siamo concentrati sui settori materie prime e ambiente, consumo responsabile di bevande alcoliche e società.

Già 140 anni fa, quando J.C. Jacobsen istituì la fondazione Carlsberg, per lui era importante condividere con la propria comunità una parte dei risultati ottenuti, per offrire un contributo al miglioramento del benessere della società. Tutto questo si riflette chiaramente nel nostro impegno per la sostenibilità. Già poco dopo la mia nomina a nuovo CEO del Gruppo Carlsberg, ho potuto constatare che le diverse aziende nazionali avevano già raggiunto un livello particolarmente avanzato per quanto riguarda questo aspetto della gestione. Questo non fa che consolidare i nostri principi e rafforzare la nostra motivazione.

La collaborazione è un elemento chiave per affrontare le sfide globali nel campo della sostenibilità e della tutela ambientale. Sono quindi particolarmente felice che alla Conferenza di Parigi sui cambiamenti climatici del 2015 si sia raggiunto il consenso per un accordo sul clima. Il Gruppo Carlsberg sostiene questa convenzione e continuerà a impegnarsi per la sostenibilità.

Cees 't Hart,
CEO del Gruppo Carlsberg

La nostra strategia di sostenibilità

La strategia propria di Feldschlösschen e del Gruppo Carlsberg è caratterizzata dalla nostra aspirazione a rivestire un ruolo attivo in un mondo ecologicamente sostenibile.



Insieme al Gruppo Carlsberg osserviamo e studiamo il nostro impatto sull'ambiente e sulla società. I risultati vengono utilizzati per identificare il potenziale, ridurre al minimo i rischi e creare un valore aggiunto per Feldschlösschen Bibite SA e i suoi gruppi d'interesse.

Sostenibilità vissuta

Riconoscere l'importanza della sostenibilità serve soltanto se si agisce di conseguenza. Con le nostre attività intendiamo amplificare gli effetti positive ridurre al minimo quelli negativi. I nostri obiettivi si concentrano pertanto sui settori materie prime e ambiente, consumo responsabile di bevande alcoliche e società. Occupandoci di queste tematiche vorremmo creare un valore aggiunto e dimostrare come un comportamento sostenibile contribuisca al successo aziendale.

Relazioni globali

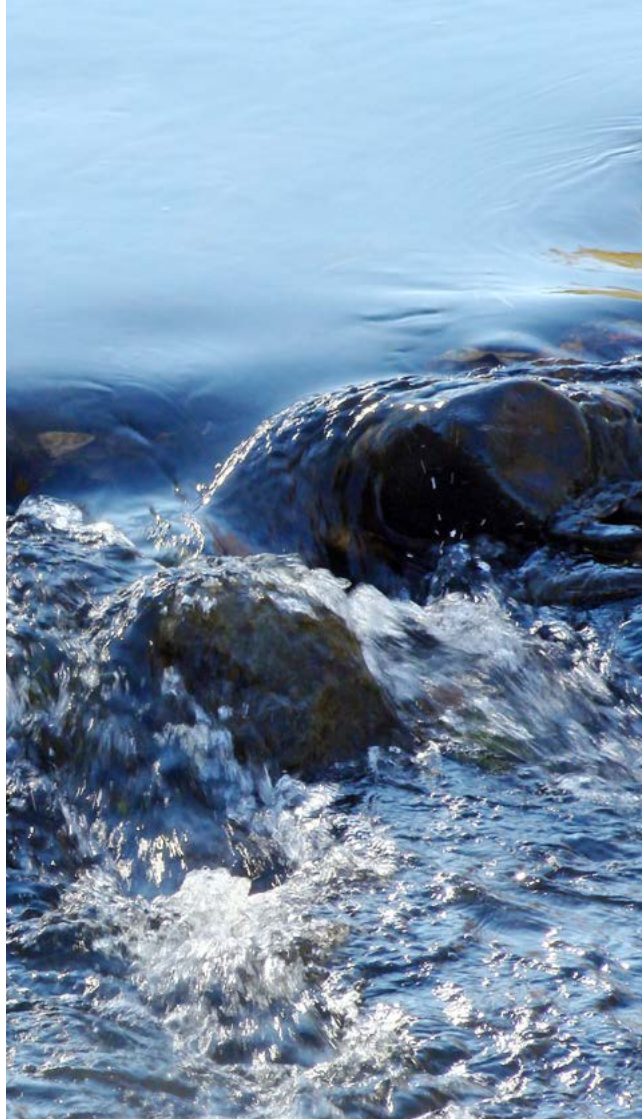
Acqua, cereali, luppolo: soprattutto nel nostro settore l'alta qualità delle materie prime impiegate è fondamentale per il successo. Ma anche queste hanno bisogno di un ecosistema sano. Per questo ci adoperiamo per un utilizzo sostenibile e per la tutela dell'ambiente. Anche noi, infatti, siamo colpiti in modo diretto o indiretto dai fattori ambientali globali, quali il cambiamento climatico, la carenza idrica, la crescita demografica, l'urbanizzazione e la scarsità delle risorse.

Tematiche principali

Le tematiche alla base della nostra strategia di sostenibilità derivano direttamente dalle conoscenze acquisite e dagli studi condotti. Ad esempio dall'analisi degli effetti del nostro comportamento e della loro importanza per i nostri gruppi d'interesse e per la società. A questo si aggiungono gli obiettivi

fissati dal Gruppo Carlsberg, che si ispirano ai principi della cosiddetta Global Reporting Initiative (GRI) e dall'insieme degli standard internazionali come gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite e l'UN Global Compact.

Lo studio della reputazione condotto annualmente contribuisce a rafforzare queste tematiche e consente di farci un'idea delle esigenze del nostro personale, dei consumatori e dei clienti.



Sostenibile nell'intera catena di creazione del valore



Risorse e ambiente

Utilizziamo le nostre risorse in maniera consapevole e ci impegniamo per uno sfruttamento sostenibile. Per questo sviluppiamo costantemente nuove soluzioni e utilizziamo tecnologie all'avanguardia al fine di ottimizzare la produzione e i processi.

Approvvigionamento

In collaborazione con i nostri fornitori garantiamo che vengano rispettati gli standard di sostenibilità del Gruppo Carlsberg. Sosteniamo la piazza economica svizzera lavorando ad esempio il 50% del luppolo svizzero.

Produzione e imbottigliamento della birra

Nel processo di produzione riduciamo il consumo di acqua ed energia. Il calore di residuo prodotto durante la produzione della birra viene riutilizzato nella regione per riscaldare l'acqua utilizzata per riscaldare le abitazioni e l'acqua calda a uso industriale. L'ottimizzazione dei processi e gli sviluppi tecnologici ci permettono di rendere i nostri prodotti sempre più sostenibili.

Trasporto

Lavoriamo per raggiungere in modo ancora più efficiente il nostro obiettivo. Nell'organizzazione dei trasporti vogliamo evitare di percorrere inutilmente chilometri in più in modo da ridurre le emissioni. I nostri camionisti viaggiano con un Eco-Drive System e nel settore della ristorazione, un'app si occupa di ordinare la birra nella maniera più smart e sostenibile.

Marketing e comunicazione

Siamo leader nel nostro settore e per questo siamo impegnati nella promozione di un consumo responsabile delle bevande alcoliche. Nello sviluppo delle campagne pubblicitarie e di comunicazione ci atteniamo al codice comportamentale dell'Associazione svizzera delle birrerie e alle disposizioni di legge.

Consumatori, clienti e società

Il successo richiede impegno: perché senza l'impegno del nostro personale, dei nostri partner e dei nostri clienti, non sarebbe possibile. Questa unione è alla base della nostra cultura aziendale e da 140 anni si esprime nel piacere di produrre un'ampia varietà di birre e gustarle.



Materie prime e ambiente

IL NOSTRO OBIETTIVO

- Utilizzare le risorse in modo sostenibile ed efficiente

LA NOSTRA STRATEGIA

- Ottimizzare la produzione e ridurre al minimo l'impatto ambientale

Cosa vogliamo Utilizzare le risorse in modo sostenibile



La nostra promessa

Riduciamo al minimo l'impatto ambientale e ottimizziamo il consumo delle risorse in tutti i cicli produttivi. In questo modo forniamo un valido contributo alla creazione di un futuro sostenibile.

Ecologia, redditività e piazza economica sono fattori decisivi per garantire la disponibilità delle risorse. La valutazione attenta di questi aspetti contribuisce non solo al nostro successo, bensì anche a quello di tutti i nostri partner e clienti. Oggi il problema della scarsità delle risorse è sempre più attuale, per questo vogliamo ridurre l'utilizzo di materiali ed energia, utilizzare in modo ottimale le materie prime disponibili e ridurre e recuperare i rifiuti.



Solide collaborazioni

Le sfide globali hanno ripercussioni anche sulla nostra strategia di sostenibilità. Gli effetti a livello globale, infatti, influiscono in maniera decisiva anche sulla nostra catena di creazione del valore.

I processi più vasti e complessi vengono ottimizzati in stretta collaborazione con i nostri fornitori e partner. Questo lavoro di squadra ci permette di agire in modo efficiente grazie allo scambio di esperienze e offrire un contributo importante ed efficace per il costante miglioramento della sostenibilità.



Obiettivi e misure per il 2016

- Riduzione del 3% del consumo specifico di energia sotto forma di calore ed elettricità nel ciclo produttivo
- Riduzione del 5% delle emissioni di CO₂ dovute all'impiego di combustibili fossili
- Riduzione del 3% del consumo specifico di acqua nel ciclo produttivo
- Aumento della percentuale di utilizzo di energie rinnovabili per la produzione di calore nella produzione al 45%

I nostri risultati

17,5 %

è la percentuale di riduzione delle emissioni di CO₂ nell'arco degli ultimi 3 anni.

4,6 Mio kWh

è l'energia che è stata ottenuta dal processo di dealcolizzazione.

941 000 l

di gasolio sono stati risparmiati grazie all'utilizzo di biogas con un bilancio pari a zero delle emissioni di CO₂.

84 Mio

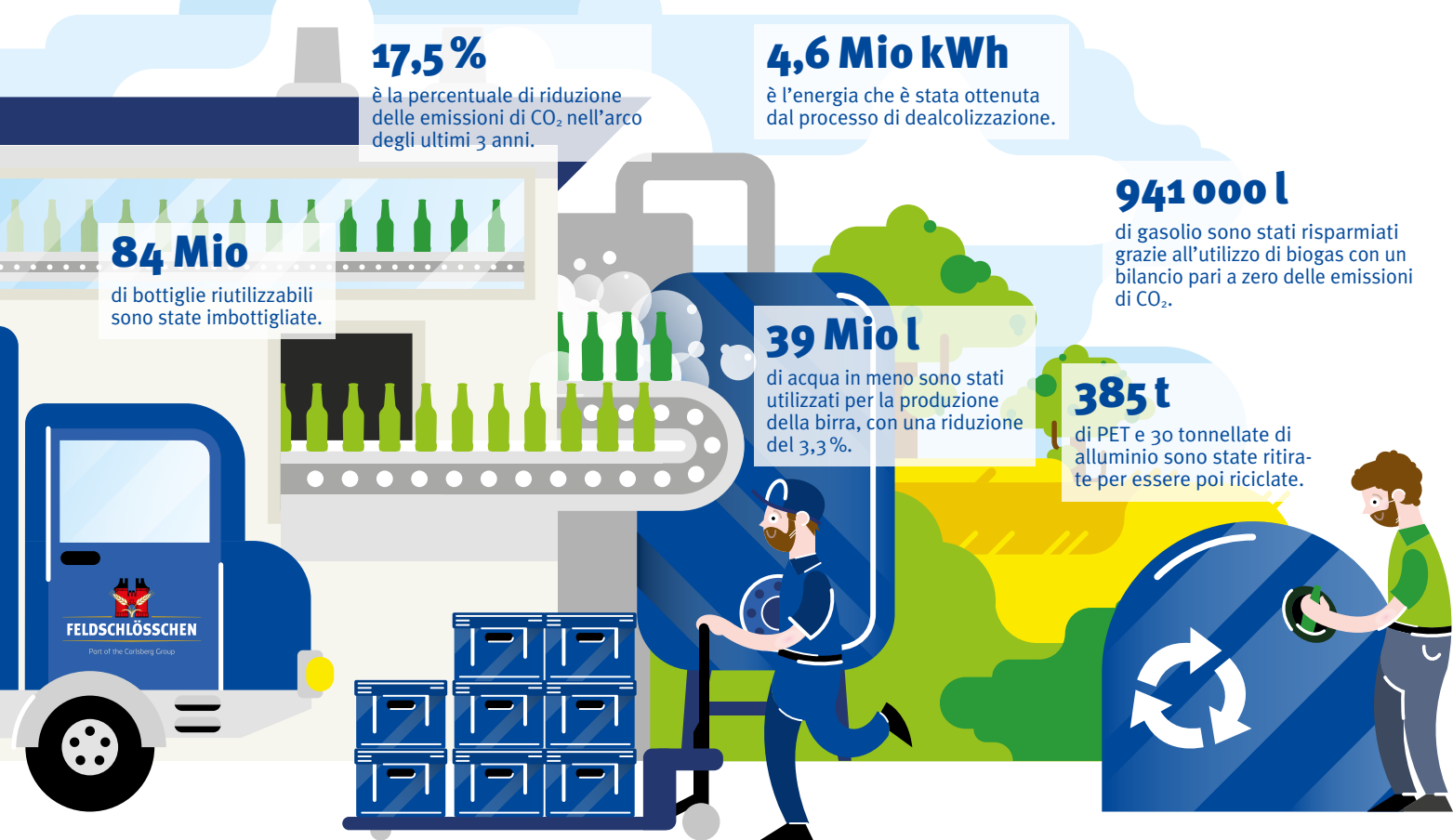
di bottiglie riutilizzabili sono state imbottigliate.

39 Mio l

di acqua in meno sono stati utilizzati per la produzione della birra, con una riduzione del 3,3%.

385 t

di PET e 30 tonnellate di alluminio sono state ritirate per essere poi riciclate.



UNA STORIA DI SUCCESSO SVIZZERA

A Givisiez si sfrutta l'energia solare

Ancora più energia solare: nel 2015 è entrato in funzione l'impianto fotovoltaico del centro di distribuzione di Givisiez, vicino Friburgo.

Nella prima fase del progetto sono stati installati 1750 pannelli fotovoltaici su una superficie di 2860m², i quali alla fine di settembre 2015 avevano già prodotto 466 000kWh di corrente elettrica proveniente dall'energia solare. Durante la seconda fase sono stati installati altri 1170 pannelli fotovoltaici. «In totale attraverso l'irraggiamento solare sul tetto vengono prodotti circa 800 000 kWh di energia che vengono utilizzati per fornire energia ecosostenibile a circa 200 abitazioni», afferma Thomas Janssen, responsabile del reparto tecnologia e ambiente presso Feldschlösschen.

Anche gli impianti fotovoltaici installati sui tetti del capannone dove avviene l'imbottigliamento e dei silo del malto a Rheinfelden

o sulla sede logistica di Satigny sono funzionanti e producono corrente elettrica. Con l'impianto di Givisiez si raggiungono 3,15 milioni di kWh prodotti ovvero il 15% del fabbisogno di elettricità dell'intera azienda. Nel 2016 è stato quindi possibile soddisfare il 4% del fabbisogno di elettricità dell'azienda attraverso l'energia rinnovabile prodotta sui tetti degli stabilimenti aziendali e in un anno

sono stati risparmiati 1,85 milioni di chili di CO₂.

Promuoviamo l'utilizzo di energie rinnovabili non solo per la produzione di corrente elettrica, ma anche per la produzione di calore: a Rheinfelden il calore residuo derivante dai processi produttivi viene impiegato per riscaldare e rifornire di acqua calda 400 economie domestiche.

1850 t

di kg di CO₂ risparmiati





Macchine a soffiatura automatica per PET

Nello stabilimento di Rhäzüns abbiamo investito in una nuova macchina a soffiatura automatica, che permette di risparmiare materiale ed energia durante il processo di produzione delle bottiglie in PET per la nostra acqua minerale e le bibite analcoliche.

Attraverso il processo di stiratura e soffiaggio dei pezzi grezzi in PET, ogni ora vengono prodotte 30 000 bottiglie cosiddette a collo corto. La produzione di bottiglie con il collo corto risulta essere più efficiente e sostenibile.

Oltre a un risparmio di energia pari a circa il 20%, questa macchina garantisce anche una maggiore flessibilità: la sua capacità massima può essere ottimizzata e il processo di modifica per passare alla produzione di nuove bottiglie richiede un'ora in meno.



**UNA STORIA DI SUCCESSO
GRAZIE A VOI!**



UNA STORIA DI SUCCESSO SVIZZERA

Una novità eccezionale: l'app «mybeer»

Sono già 320 i grandi clienti del settore della ristorazione che utilizzano una soluzione smart per inviare gli ordini di birra. I sensori presenti nel deposito ne misurano il livello di riempimento, la pressione e la temperatura e inviano i relativi dati in tempo reale all'app per smartphone e tablet. Gli ordini vengono inviati automaticamente quando il livello della birra inizia a essere scarso e vengono

rilevate diminuzioni di pressione e variazioni di temperatura. In questo modo le aziende del settore della ristorazione non devono controllare quotidianamente i depositi di birra e si evita di inviare ordinazioni inesatte e di percorrere migliaia di chilometri per la consegna. Tanta efficienza viene premiata: in occasione dell'M2M Challenge di Swisscom l'app ha vinto nella categoria «Mobility».



30 000

chilometri all'anno risparmiati per le consegne

9110 l

in meno di carburante consumato

24 t

in meno di CO₂ emessa



THE GREEN FIBER BOTTLE

L'imballaggio dei nostri prodotti riveste un'importanza cruciale perché garantisce un trasporto sicuro e pratico. Tuttavia è anche il primo responsabile delle nostre emissioni di CO₂. Pertanto ci siamo prefissi l'obiettivo di ottimizzare l'impiego di materie prime per raggiungere un migliore equilibrio tra integrità del prodotto, funzionalità e sostenibilità.

Il nostro core business è la produzione di birra e di bibite analcoliche e non la fabbricazione di imballaggi, per questo abbiamo chiesto aiuto a degli esperti per conseguire il nostro traguardo.

Nel 2015 il Gruppo Carlsberg, nell'ambito della cosiddetta Carlsberg Circular Community (CCC)*, ha avviato un progetto con l'azienda danese

EcoXpac, specializzata nella produzione di imballaggi, volto all'ideazione di una bottiglia per la birra in fibra di legno prodotta in modo sostenibile.

La Green Fiber Bottle rappresenterà una svolta importante nel settore dell'innovazione ecosostenibile. Le fibre necessarie saranno ricavate dagli alberi e per garantire la sostenibilità del prodotto per ogni pianta abbattuta ne sarà seminata almeno un'altra. In caso di smaltimento non controllato queste bottiglie si decomporranno in componenti eco-compatibili, ma nonostante questo l'obiettivo è quello di sviluppare contemporaneamente anche un sistema di raccolta dedicato, paragonabile a quelli attualmente in uso per la raccolta e per il recupero del vetro, delle bottiglie in PET e delle lattine.

«Siamo particolarmente lieti di collaborare con Carlsberg allo sviluppo di una bottiglia che sia realmente sostenibile ma anche bella. I prossimi tre anni ci riserveranno delle sfide, ma sicuramente anche molte soddisfazioni. Non vediamo l'ora di lanciare sul mercato queste nuove bottiglie!» Martin Pedersen, CEO, EcoXpac

Grazie all'impiego di nuove tecnologie per l'essicamento delle fibre di legno, la produzione delle Green Fiber Bottle dovrebbe richiedere una minore quantità di energia rispetto alla produzione delle tradizionali bottiglie. In questo modo, quindi, si potrebbe ulteriormente ridurre la dipendenza dai combustibili fossili.

Questo progetto congiunto conferma la nostra volontà di cooperare e sottolinea l'importanza di un'economia a ciclo chiuso fondata sulla sostenibilità. Se riusciremo a realizzare il progetto rispettando il piano di sviluppo triennale previsto, per i nostri prodotti potremo utilizzare un imballaggio assolutamente fuori dal comune, che rappresenterà inoltre un passo importante verso un'economia a ciclo chiuso con una produzione di rifiuti pari a zero.



*Attraverso la cosiddetta Carlsberg Circular Community (CCC) e grazie all'impiego del principio Cradle-to-Cradle® (C2C®) per lo sviluppo di nuovi prodotti si dovrebbe poter raggiungere un'economia a ciclo chiuso con una produzione di rifiuti pari a zero.







Consumo e responsabilità

IL NOSTRO OBIETTIVO

- Promuoviamo un consumo sostenibile

LA NOSTRA STRATEGIA

- Impegno per la tutela dei più giovani e una commercializzazione/promozione responsabile dei nostri prodotti
- Assortimento analcolico



Cosa vogliamo

Promozione di un consumo responsabile



La nostra promessa

In veste di birrifico leader nel proprio settore siamo impegnati nella promozione di un consumo moderato e responsabile delle bevande alcoliche.

Siamo coscienti delle conseguenze di un consumo eccessivo di alcol e promuoviamo un atteggiamento responsabile rispetto alle bevande alcoliche. In particolare ci concentriamo sulla tutela dei più giovani e sulla mobilità offrendo un ampio assortimento di bevande analcoliche.



Solide collaborazioni

Con la collaborazione dei nostri partner nel settore della ristorazione adottiamo delle misure volte a ridurre il consumo eccessivo di alcol.

Per una campagna di sensibilizzazione efficace dobbiamo coinvolgere tutti: venditori, ristoratori, insegnanti e genitori, personalità eminenti, politici e infine i consumatori stessi. La regolamentazione in vigore è efficace ma deve essere applicata attraverso misure concrete e mirate.



Obiettivi e misure entro il 2017

- Informationskampagne zum Thema verantwortungsvoller Umgang mit alkoholischen Getränken
- Primärverpackungen für alkoholische Getränke mit Hinweis auf verantwortungsvollen Konsum
- 80% der Getränkeverpackungen tragen Informationen zu den Zutaten und den entsprechenden Nährwertgehalten
- Die Carlsberg-Gruppe erreicht jährlich 20 Millionen Konsumenten durch Kampagnen im Bereich des verantwortungsvollen Genusses



Il nostro impegno per un consumo responsabile

In qualità di produttori di bevande alcoliche, ci assumiamo le nostre responsabilità e ci impegnamo a promuoverne un consumo moderato. Nella nostra società la birra è sempre stata una bevanda conviviale, consumata in occasione di eventi sportivi e culturali, feste in famiglia o grigliate con gli amici. La birra riunisce le persone e, purché sia consumata in modo responsabile, può creare una piacevole atmosfera.

Tuttavia, siamo ben consapevoli anche delle ripercussioni negative che si accompagnano a un consumo irresponsabile di bevande alcoliche. All'interno delle associazioni di settore, abbiamo quindi introdotto linee guida e attività volte a ridurre il consumo eccessivo di alcol. Abbiamo la possibilità di rivolgerci direttamente ai

consumatori e di sensibilizzarli affinché abbiano un atteggiamento responsabile nei confronti delle bevande alcoliche.

Secondo gli ultimi sondaggi condotti (fonte: Dipendenze Svizzera) il consumo di alcol tra i più giovani è in calo. Si può quindi dedurre che gli sforzi compiuti dal nostro settore per la promozione di un atteggiamento responsabile nei confronti dell'alcol e l'attento rispetto delle normative sull'età minima richiesta per l'acquisto di alcolici stiano dando i primi frutti, anche se non si può dimostrare con certezza.

Desideriamo tenere fede al nostro impegno in questo ambito e vogliamo continuare ad affermare in modo coerente l'importanza di un consumo moderato di alcolici.





Le linee guida a cui ci atteniamo

CODICE COMPORTAMENTALE

Assieme ai membri dell'Associazione svizzera delle birrerie abbiamo elaborato un **codice comportamentale**. Feldschlösschen applica questo codice in **modo coerente** e a esso affianca le linee guida e le disposizioni del Gruppo Carlsberg.

CODICE COMPORTAMENTALE

Il codice, tra le varie linee guida, dispone che la **pubblicità delle birre contenenti alcol sia rivolta esclusivamente agli adulti**. Per non richiamare l'attenzione dei minorenni, Feldschlösschen inserisce nelle proprie pubblicità soltanto modelli di età superiore ai 25 anni (e che dimostrano la loro effettiva età).



PUBBLICITÀ E COMUNICAZIONE

Nelle nostre pubblicità **non intervengono personaggi noti** che possano avere una forte influenza sui minorenni o possano essere visti da quest'ultimi come un modello da seguire.

MOBILITÀ

Le pubblicità di Feldschlösschen non mettono mai in relazione il consumo di alcolici **con la guida di autoveicoli**.



ASSORTIMENTO NON ALCOLICO

Feldschlösschen offre un'ampia varietà di **bevande non alcoliche** e cerca di fare in modo che ad ogni evento sia presente almeno una birra analcolica.

CONSUMO RESPONSABILE

La nostra pubblicità quindi **non fa alcuna** allusione a un **consumo eccessivo** di bevande alcoliche.



Impegno sociale

IL NOSTRO OBIETTIVO

- Valorizziamo il nostro personale e ci adoperiamo per mantenere la varietà nel nostro assortimento di birre

LA NOSTRA STRATEGIA

- Progetti nel campo della sicurezza sul lavoro e della salute
- Potenziamento della cultura aziendale generale e a livello sociale
- Cura e ampliamento delle collaborazioni

Cosa vogliamo Impegno per il personale e la società



La nostra promessa

Tuteliamo e valorizziamo il nostro personale e, attraverso varie misure, offriamo un contributo positivo al benessere della società.

Attraverso linee guida e standard che vengono costantemente analizzati e ottimizzati gettiamo le basi per una collaborazione chiara e trasparente. Per noi è molto importante instaurare un clima sociale, in cui il personale, i clienti e i partners sentano i benvenuti.



Solide collaborazioni

Per affrontare le sfide di domani puntiamo sullo scambio e sulla collaborazione.

Lavoriamo a stretto contatto con partner regionali e nazionali per potenziare la piazza economica svizzera. Attraverso la rete di contatti del Gruppo Carlsberg ci confrontiamo con i nostri partner internazionali.



Obiettivi e misure per il 2016

- **Promozione della sicurezza sul lavoro e della salute attraverso misure preventive mirate.**
- **Sostegno dell'iniziativa Clean-Up-Day organizzata annualmente**
- **Collaborazione continuativa con la fondazione MBF che si occupa di persone con disabilità della regione Fricktal.**
- **Sostegno a manifestazioni locali, regionali e nazionali nel campo della musica, della cultura e dello sport**



Cosa facciamo per il nostro personale e per la società

Un datore di lavoro eccellente

La salute e la sicurezza dei nostri collaboratori ci sta a cuore. Grazie alla nostra gestione della salute in azienda creiamo condizioni di base solide per un ambiente di lavoro sano.

Grazie ai risultati ottenuti anche quest'anno la nostra azienda è stata insignita del label «Friendly

Work Space». Siamo una delle 61 aziende svizzere che ha soddisfatto gli elevati standard relativi alle condizioni di lavoro esemplari e i rigidi criteri di qualità per la gestione della salute sul posto di lavoro.

Sicurezza

I principi su cui si fonda il Gruppo Carlsberg costituiscono un segnale forte per quanto riguarda il tema della sicurezza sul lavoro e della tutela della salute dei collaboratori. Tra le misure adottate per garantire un'applicazione efficace

della visione «Zero Accidents» vi sono periodici corsi di formazione del personale sulla gestione dei pericoli e l'utilizzo corretto degli strumenti di lavoro, nonché sui continui miglioramenti tecnici.

I controlli periodici dei processi di produzione contribuiscono ad aumentare costantemente la sicurezza sul posto di lavoro.

Formazione e perfezionamento

In qualità di datori di lavoro, investiamo nel futuro e favoriamo la realizzazione professionale del nostro personale. Tecnico alimentare specializzato nella birra, impiegato di commercio, impiegato in logistica, laboratorista chimica, operatore di linee di produzione, montatore elettricista oppure operatore in automazione? Chi sceglie di svolgere l'apprendistato presso la nostra azienda può scegliere tra circa otto diversi profili professionali sia di tipo tecnico che commerciale. Nell'ambito della pratica

professionale gli apprendisti sono responsabili personalmente dei propri progetti. La nostra azienda mira a instaurare un rapporto di lavoro duraturo e con il nostro ampio programma di corsi aiutiamo i collaboratori nel loro percorso personale e professionale.

Promozione della cultura svizzera della birra

Le molteplici sfaccettature della Svizzera si riflettono anche nella molteplicità di birre presenti nel

nostro paese. Per questo diamo il nostro contributo per conservare questa cultura: in particolare supportiamo Gastosuisse, l'associazione del settore alberghiero e della ristorazione, e l'Associazione svizzera delle birrieri nella formazione dei sommelier della birra svizzeri. Rheinfelden è il luogo in cui condividiamo le nostre conoscenze sulla degustazione della birra: durante il tour per sommelier i nostri esperti vi guidano alla scoperta del gusto. Veniteci a trovare!



UNA STORIA DI SUCCESSO SVIZZERA



Promuovere un' atmosfera sana

In qualità di datori di lavoro consapevoli delle proprie responsabilità, sappiamo bene quanto sia importante che il nostro personale lavori in condizioni di massima sicurezza. Per questo sviluppiamo costantemente nuovi progetti e ottimizziamo i nostri processi.

Nel 2015 nel settore della produzione e della logistica abbiamo lanciato un sistema di gestione della sicurezza e della salute sul lavoro (AMS) conforme agli standard dell'OHSAS 18001 (Occupational Health- and Safety Assessment Series), a riprova della nostra assunzione di responsabilità nella gestione aziendale. Questo ha permesso agli stabilimenti di Rhäzüns, Landquart, Dietikon e Sion di ottenere tale certificazione.

Inoltre abbiamo introdotto uno strumento di formazione a distanza per quelle imprese esterne che operano all'interno dei nostri

stabilimenti. Questo consente di fornire ai lavoratori esterni un quadro chiaro delle regole di sicurezza e del comportamento corretto richiesto da Feldschlösschen. Inoltre, prima di poter operare in uno dei nostri stabilimenti è richiesto il superamento di un test.

Contrastiamo in maniera mirata ogni spreco, perché ha ripercussioni negative non soltanto sulla qualità e sui costi, ma anche sull'ambiente e sulla sicurezza sul lavoro. A tal fine nel 2009 è stato avviato il training Gemba* Kaizen: ad oggi nel settore della produzione sono stati formati oltre 60 cosiddetti manager Gemba, che sviluppano e realizzano ciascuno un progetto per prevenire o ridurre gli sprechi, ma anche per assicurare e promuovere le misure per la sicurezza sul lavoro.

Nell'ambito di un programma svolto in collaborazione con la

Brasserie Kronenbourg di Obernai (Francia), nel 2015 sono stati formati altri otto manager Gemba per Feldschlösschen. Per due giorni si sono confrontati con i loro colleghi francesi della produzione, dell'im-

bottigliamento e della manutenzione su temi legati al cambiamento e allo spreco.

* Gemba: termine giapponese che significa «luogo ideale»





Partecipazione attiva al Clean-Up-Day

Nell'ambito della campagna «Fricktal pulita», assieme a 110 alunni delle scuole elementari e alla squadra Werkhof abbiamo raccolto l'immondizia presente negli spazi pubblici. A Rheinfelden siamo stati nelle zone di Diana-park, Engerfeld, Kohlplatz e Schiffacker, dove altre persone si sono unite a noi. I sacchi pieni di lattine, cartacce e bottiglie sono stati inseriti in un grande contenitore di plexiglas come a comporre un monumento.

Con questa campagna intendiamo lanciare un chiaro segnale contro il littering e, in particolare nel campo dell'imballaggio, ci assumiamo una responsabilità sempre maggiore per quanto riguarda la produzione, i materiali, ma anche lo smaltimento.

Collaborazione pulita

In Svizzera siamo impegnati in numerose organizzazioni per il riciclaggio e promuoviamo **misure volte a favorire un sistema di recupero a ciclo chiuso**, tra cui, ad esempio, il ritiro dell'imballaggio al momento della consegna delle merci.

Collaboriamo inoltre con i seguenti partner per trovare nuove soluzioni per l'imballaggio delle bevande e per contrastare il littering:

- IGSU (Gruppo d'interesse per un ambiente pulito)
- IGORA (Comunità d'interesse per l'ottimizzazione del riciclaggio di imballaggi di alluminio)
- SVUG (Associazione svizzera per gli imballaggi per bevande ecologici)



UNA STORIA DI SUCCESSO SVIZZERA



Riempire i fusti, un compito che appaga

Già dal 1976 lavoriamo con la fondazione MBF che si occupa di persone con disabilità e assegniamo regolarmente incarichi allo stabilimento di Stein. Qui anche

Thomas Baumann, un artigiano entusiasta del proprio lavoro, ha lavorato al tornio, al confezionamento e allo smistamento. «Anche se smistare grucce non

«Qui è come se fossi il capo di me stesso, organizzo e svolgo il lavoro in grande autonomia».



Thomas Baumann, una delle 244 persone con disabilità della fondazione MBF

era esattamente quello che avrei voluto fare», ammette il quarantacinquenne facendo l'occhiolino.

Oggi è un collaboratore esterno della fondazione MBF e svolge svariate mansioni nel reparto che si occupa del riempimento dei fusti di birra di Feldschlösschen. Ogni giorno controlla i fusti da 20 e 30 litri, ne ripara gli attacchi, svuota i barili difettosi e li pulisce. Questo lavoro impone alla sua quotidianità una certa struttura: «Cerco di tenermi occupato. Non

riesco proprio a stare con le mani in mano.»

Nel team si trova molto bene: «Mangiamo spesso insieme in mensa oppure ci troviamo per prendere un caffè. Andiamo molto d'accordo e ci divertiamo. I miei colleghi sono sempre disponibili ad aiutarmi, ad esempio, con gli spiccioli per la macchinetta del caffè». Thomas Baumann ha difficoltà a contare e nella gestione dei numeri, per questo apprezza molto l'aiuto generoso da parte dei suoi colleghi. «Adesso ho una chiavetta per la macchinetta del caffè. La posso ricaricare con una moneta da cinque franchi e così non ho più bisogno degli spiccioli», racconta orgoglioso.

E cosa si auspica Thomas Baumann per il futuro? «Che siano ancora in tanti a bere la birra Feldschlösschen e che ci sia bisogno di tanti fusti di birra. Così avrò sempre del lavoro da fare.»

Fondazione MBF

Fondata nel 1974, la fondazione è stato il primo ente non-profit in tutta la Svizzera a ricevere la certificazione «**NPO Management Excellence**», che ne riconosce il livello di eccellenza. Nella fondazione lavorano circa 244 persone con disabilità, 105 delle quali risiedono in 14 abitazioni condivise. Inoltre la fondazione MBF della regione Fricktal conta circa 200 collaboratori. Questi svolgono varie attività in settori quali industria, artigianato e commercio e si occupano di confezionamento, imballaggi, assemblaggio, falegnameria, manutenzione di giardini e aree pubbliche e meccanica.

www.stiftung-mbf.ch



Il nostro contributo alla varietà

ATTIVITÀ DI SPONSORING

In montagna, sul palcoscenico, sulla segatura o sul ghiaccio: anche quest'anno abbiamo **sponsorizzato** eventi e società sportive **in tutta la Svizzera.**



MUSICA E CULTURA

Swiss Nightlife Award
Arosa Humor-Festival
ProSieben Mountain Jam
Gurtenfestival
Rock Oz'Arènes
ZÜRICH OPENAIR
Openair Frauenfeld
Paléo Festival Nyon
Festa federale della
musica popolare
muba
Olma
BEA



SPORT

SC Bern
HC Fribourg-Gottéron
HC Davos
HC Lugano
Genf-Servette
HC Ambrì-Piotta
SLC Tigers
Ski World Cup Adelboden
e Wengen
Verbier High Five
YB Bern
FC Basel
Festa federale di tiro
Festa federale di hornuss
e oltre 80 tornei di lotta
svizzera regionali e
sovraregionali

Indicatori ambientali 2015

Consumo

Emissioni di CO₂ da combustibili

2015: 4212 t di CO₂
 2014: 5083 t di CO₂
 Variazione rispetto all'anno precedente -17,1%
 Variazione rispetto al valore medio degli ultimi 3 anni -8,0%

Emissioni di CO₂ da carburanti

2015: 4957 t di CO₂
 2014: 5051 t di CO₂
 Variazione rispetto all'anno precedente -1,9%
 Variazione rispetto al valore medio degli ultimi 3 anni -4,1%

Emissioni totali di CO₂

2015: 9169 t di CO₂
 2014: 10134 t di CO₂
 Variazione rispetto all'anno precedente -9,5%
 Variazione rispetto al valore medio degli ultimi 3 anni -6,1%

Energia e acqua

Grado di copertura combustibili da energie rinnovabili (produzione)

2015: 44,5%
 2014: 40,4%
 Variazione rispetto all'anno precedente -10,1%

Consumo di biogas

2015: 1189000 m³
 2014: 1120000 m³
 Variazione rispetto all'anno precedente +6,1%

Recupero di alcol concentrato da dealcolizzazione

2015: 747000 l
 2014: 910000 l
 Variazione rispetto all'anno precedente -17,8%

Sistemi di imballaggio

Consumo di vetro per imballaggi usa e getta

2015: 25362 t
 2014: 26573 t
 Variazione rispetto all'anno precedente -4,6%

Consumo di alluminio per imballaggi usa e getta

2015: 2143 t
 2014: 1972 t
 Variazione rispetto all'anno precedente +7,3%

Consumo di PET per imballaggi usa e getta

2015: 1246 t
 2014: 1293 t
 Variazione rispetto all'anno precedente -3,6%

Bicchieri riutilizzabili impiegati

2015: 979000 pz.
 2014: 1332100 pz.
 Variazione rispetto all'anno precedente -26,5%

Rifiuti

Quota totale di riciclo

2015: 80,7%

2014: 74,2%

Variazione rispetto
all'anno precedente + 8,8%

Vetro riciclato

2015: 843 t

2014: 765 t

Variazione rispetto
all'anno precedente + 10,3%

PET riciclato

2015: 385 t

2014: 382 t

Variazione rispetto
all'anno precedente + 0,8%





FELDSCHLÖSSCHEN

Part of the Carlsberg Group

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

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

Agosto 2016
Esercizio considerato 2015



No. 05-16-768560 – www.myclimate.org
© myclimate – The Climate Protection Partnership

stampato in
svizzera