

INSIEME

facciamo la differenza



SVILUPPO SOSTENIBILE
RAPPORTO 2024



Con questo documento, redatto su base volontaria,
vogliamo condividere il nostro percorso
di Sviluppo Sostenibile al 2024.

Testimoni di un contesto esterno in rapida e profonda
trasformazione, abbiamo la ferma convinzione
che solo attraverso la collaborazione potremo dare
forma concreta al cambiamento e raggiungere risultati
tangibili e di valore condiviso.

#INSIEMEFACCIAMOLADIFFERENZA

SVILUPPO SOSTENIBILE
RAPPORTO 2024



INDICE



#INSIEME *facciamo la differenza*

Birra Peroni: insieme dal 1846	8
Creiamo connessioni di valore	10
La nostra visione al 2030	12
Persone, Pianeta, Portfolio e Profitto: le "4 P"	14
Ecosistema per lo Sviluppo Sostenibile	15
Una storia condivisa	19
Dal 1846, insieme per fare la differenza	20



#PEOPLE

Crescere insieme: persone e connessioni al centro	26
5 comportamenti chiave	29
Brindiamo alle nostre unicità	30
L'importanza dell'apprendimento continuo	35
Attrazione e valorizzazione dei talenti	40
La sicurezza e il benessere di ognuno di noi per amare la Vita. Ovunque, ogni giorno	46



#PLANET

L'energia e le emissioni	58
Il percorso di decarbonizzazione	67
L'acqua	70
La gestione efficiente dei rifiuti	76
Il nostro impegno lungo la catena del valore	79
Imballaggi	80
Logistica	82
Agricoltura	84



#PORTFOLIO

Le nostre birre	94
I nuovi lanci del 2024	96
Le ultime innovazioni	98
La catena del valore e il processo produttivo	100
Brindiamo alle connessioni: il valore delle collaborazioni	102
Comunicazione commerciale responsabile	110
Servizio Consumatori	113



#PROFIT

Evoluzione del contesto economico e del mercato	118
Il 2024 di Birra Peroni	120
Approvvigionamento responsabile	125
Corporate Governance ed etica di business	126



ALLEGATI TECNICI

Nota metodologica	131
GRI: Indice dei Contenuti	132







#INSIEME

facciamo la differenza

**Generiamo valore
con l'intera filiera dal 1846**

Oltre **900 dipendenti**
al 31 dicembre 2024

Circa **6,5 milioni di ettolitri
di birra prodotta nel 2024**
di cui oltre 2,5 per il mercato estero

3 birrifici
a Bari, Roma e Padova (Birra Peroni)
1 malteria
a Pomezia (Saplo)

Legacy 2030
il nostro piano di sviluppo sostenibile
in 7 macro-obiettivi

**Un Purpose e 4P
a guidare le nostre azioni**
People, Planet, Portfolio e Profit



In Italia, l'Obiettivo 17 dell'Agenda 2030 - Partnership per gli obiettivi - rappresenta un elemento chiave per **affrontare le sfide dello sviluppo sostenibile in modo integrato**. La collaborazione tra attori pubblici e privati, enti territoriali, sistema produttivo e società civile è sempre più riconosciuta come condizione necessaria per il successo delle strategie ambientali, sociali ed economiche. Secondo i principali rapporti nazionali sullo sviluppo sostenibile, **le esperienze di cooperazione a livello locale e nazionale contribuiscono in maniera significativa al raggiungimento di risultati concreti, favorendo la condivisione di conoscenze, risorse e strumenti**. Queste forme di partenariato sono essenziali per generare soluzioni efficaci che rispondano ai bisogni delle persone, proteggano gli ecosistemi e rafforzino la competitività economica.

*Per saperne di più e riferimenti:
ASviS, Rapporto 2024 - ISTAT, Rapporto SDGs 2024.*





#INSIEME
facciamo la differenza

Insieme: non solo un modo di lavorare, ma il principio stesso che guida il nostro agire quotidiano lungo il percorso di sviluppo sostenibile che abbiamo definito. Promuovere competitività e sostenibilità significa, oggi più che mai, avere l'ambizione ed il coraggio di uscire dai confini dell'“io” per abbracciare il valore della collaborazione e costruire “Connessioni di Valore”.

Facciamo la differenza:

un riconoscimento ai risultati raggiunti e un invito ad adottare approcci e comportamenti indirizzati a generare impatti di rilievo, producendo benefici concreti per l'azienda e le sue persone, così come per tutta la catena del valore e il Sistema Paese nel suo insieme. È da questi due concetti chiave che nasce il nostro Rapporto di Sviluppo Sostenibile 2024: un racconto che vuole riflettere il contributo e l'impegno di tutte e tutti coloro che camminano al nostro fianco, consapevoli che i traguardi più significativi raramente possono essere raggiunti da soli o da sole.

Grazie a un ecosistema di connessioni solide, nel 2024 abbiamo potuto rafforzare il nostro impegno, ampliando la portata e la rilevanza delle nostre azioni.

In tal senso, abbiamo strutturato i contenuti del documento a partire dal nostro **Purpose**, entrando poi nelle quattro aree che guidano la nostra strategia - **People, Planet, Portfolio e Profit** - per offrire, in ogni capitolo, uno sguardo concreto alle ambizioni e ai risultati raggiunti insieme. Continueremo a investire nelle persone, nella nostra capacità di essere competitivi riducendo i nostri impatti ambientali ed i rischi connessi nel lungo termine, attenti alla qualità dei nostri prodotti e alla generazione di valore per la categoria e per i territori in cui operiamo.

Ma, soprattutto, continueremo a farlo **insieme** a chi condivide tali valori e crede, come noi, che fare impresa significhi anche **fare la differenza**.



BUONA LETTURA!

ENRICO GALASSO

Managing Director,
Presidente del Consiglio di Amministrazione - Birra Peroni

BIRRA PERONI: INSIEME DAL 1846

Birra Peroni è l'espressione dell'Italia e dell'italianità nel mondo, che crede nella forza delle connessioni e delle collaborazioni, fatte di persone, qualità, impegno e passione. Dal 1846, contribuiamo allo sviluppo del nostro Paese e alla generazione di valore condiviso lungo l'intera filiera.

Presente in Italia con tre stabilimenti produttivi a Roma, Bari e Padova, un ufficio commerciale a Milano, ed una Malteria, la Saplo di Pomezia, Birra Peroni ha oggi una produzione annua di circa 6,5 milioni di ettolitri di birra, di cui oltre 2,5 per il mercato estero.

Grazie alla passione delle oltre 900 persone che ne fanno parte, è tra le maggiori realtà del Paese con brand simbolo del Made in Italy nel mondo.

MILANO

Ufficio commerciale

PADOVA

Stabilimento produttivo

ROMA

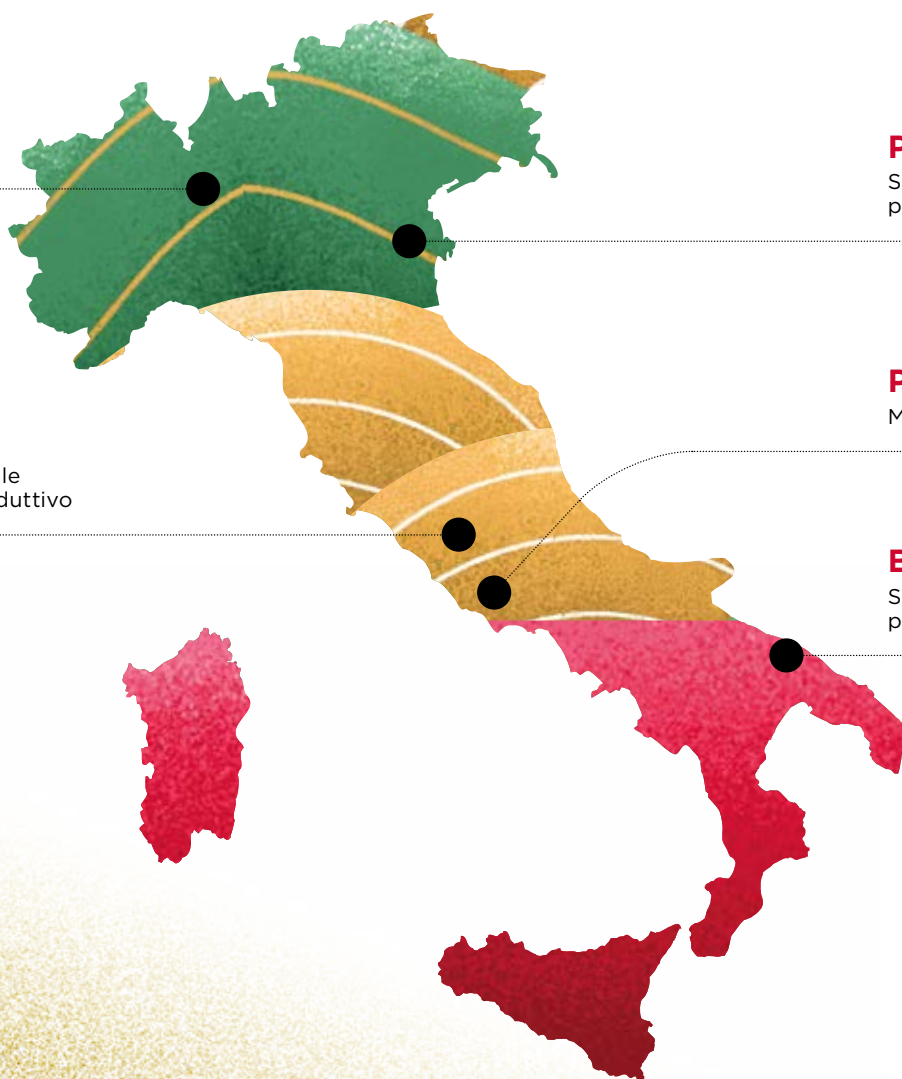
Direzione Generale
Stabilimento produttivo

POMEZIA

Malteria SAPLO

BARI

Stabilimento produttivo





#INSIEME
facciamo la differenza

Birra Peroni è parte del Gruppo Asahi, attraverso la sua controllata Asahi Europe & International (AEI). Il Gruppo Asahi è un gruppo internazionale, nato in Giappone nel 1889 e presente in più di 100 mercati, che condivide con Birra Peroni una storia ultracentenaria ed un patrimonio di valori comuni.

Il Gruppo Asahi occupa circa 30.000 persone e produce oltre 100 milioni di ettolitri di bevande alcoliche ed analcoliche nel mondo.

Forte della sua tradizione, Birra Peroni continua oggi a generare valore lungo l'intera filiera, consapevole che solo lavorando insieme è possibile fare davvero la differenza.

Birra Peroni produce e vende alcuni tra i brand di birra alcolica e analcolica più amati e popolari, tra i quali Peroni, Peroni Nastro Azzurro e Raffo. Nel 2024, le nostre birre hanno raggiunto i continenti di Europa, America, Asia e Oceania.



PERONI
PERONI NON FILTRATA
PERONI CRUDA
PERONI CHILL LEMON
PERONCINO
PERONI GRAN RISERVA
ITALA PILSEN
PERONI NASTRO AZZURRO
PERONI NASTRO AZZURRO STILE CAPRI
PERONI NASTRO AZZURRO 0.0%
RAFFO
RAFFO LAVORAZIONE GREZZA
KOZEL
TOURTEL
ASAHI
...e tante altre

CREIAMO CONNESSIONI DI VALORE

Crediamo nel potere che i nostri prodotti hanno di riunire le persone per connettersi, parlare, ridere, essere in accordo, in disaccordo, e prendersi cura gli uni degli altri. Creare connessioni di valore è il nostro Purpose, il principio guida che ispira il nostro operato, ricordandoci perché esistiamo ed orientando le scelte strategiche che compiamo ogni giorno.

Abbiamo fissato due obiettivi a supporto del nostro Purpose. Il primo è essere promotori di un impatto positivo sul pianeta in tutto ciò che facciamo.

Il secondo è offrire un'esperienza positiva e inclusiva per le persone e la società.





#INSIEME
facciamo la differenza



OBIETTIVI DEL PURPOSE

- 1 Avere un impatto positivo sul pianeta
- 2 Offrire un'esperienza positiva e inclusiva per le persone e le comunità

VALORI

- Sfida e innovazione
- Eccellenza nella qualità
- Ispirazione condivisa



MISSION

Mantenere la promessa di gusto e portare più divertimento nella vita delle persone

LA NOSTRA VISIONE AL 2030

Riflesso del nostro Purpose e sua continuazione logica è la nostra strategia di sostenibilità, denominata Legacy 2030. Il documento strategico, aggiornato a febbraio 2024, raccoglie i principali obiettivi del Gruppo Asahi Europe & International relativamente agli aspetti chiave in ambito di sviluppo sostenibile.



APPROVVIGIONAMENTO SOSTENIBILE

100% materie prime reperite
in modo sostenibile entro il 2030



PACKAGING CIRCOLARE

Packaging 100% riutilizzabile
o completamente riciclabile entro il 2030



INCLUSIONE E BENESSERE

Parità di donne ed uomini
nella leadership entro il 2030



#INSIEME
facciamo la differenza



Attraverso la Legacy 2030, il Gruppo focalizza la propria strategia sulla sostenibilità di lungo periodo, anche contribuendo al raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile definiti nel 2015 nel contesto delle Nazioni Unite.

Gli obiettivi definiti sono incentrati sulle aree nelle quali possiamo avere un maggiore impatto, facendo leva su quanto possiamo fare come azienda e su quanto possiamo fare insieme, in collaborazione con tutti i portatori di interesse, tra cui clienti, consumatori, fornitori e partner.



ACQUA

2,75 litri di acqua medi per litro di birra prodotta entro il 2030



RIFIUTI

Ridurre a zero la quota di rifiuti smaltiti in discarica entro il 2030



NEUTRALITÀ CARBONICA

Neutralità carbonica per i nostri birrifici al 2030

-30% emissioni di anidride carbonica lungo la catena del valore entro il 2030

“Net zero” lungo la catena del valore entro il 2040



SCELTE RESPONSABILI

20% di quota di prodotti no-alcol entro il 2030

Maggiori informazioni circa i risultati raggiunti ad oggi in questi ambiti sono presenti all'interno dei successivi capitoli del documento.

PERSONE, PIANETA, PORTFOLIO E PROFITTO: LE “4 P”

Chiave di lettura di tutte le iniziative di Birra Peroni sono il Purpose e le 4P, i 4 pilastri della strategia dell'azienda: **Persone, Pianeta, Portfolio e Profitto**. Questo stesso documento si suddivide in tali sezioni per consentire una rappresentazione ampia e completa dell'operato aziendale, in coerenza con l'impianto strategico.



PEOPLE

Siamo determinati ad essere il **#PlaceToBEer**: il luogo ideale per accogliere talenti, per tutelare il benessere e la salute e sicurezza delle persone, per permettere loro di avere eque opportunità di crescita e sviluppo professionale, nel contesto di un'azienda italiana parte di un gruppo internazionale.



PLANET

Ambiamo a promuovere un **impatto positivo sul pianeta** in tutto ciò che facciamo. Lo facciamo quotidianamente, a partire dalla mitigazione degli impatti ambientali dei nostri stabilimenti con un focus su emissioni in atmosfera e consumi idrici, fino alle collaborazioni con gli attori della catena del valore in ambito industriale ed agricolo.



PORTFOLIO

Siamo impegnati a **rispettare la promessa di un gusto eccellente** fatta ai consumatori, attraverso un'ampia selezione di brand alcolici ed analcolici. Siamo attenti ad assicurare una comunicazione commerciale responsabile e promuovere occasioni di condivisione e confronto nei territori in cui operiamo.



PROFIT

Incentiviamo la **creazione sostenibile di valore**, attenti a perseguire il raggiungimento degli obiettivi di breve termine consapevoli delle sfide e delle opportunità di lungo periodo. Lo facciamo anche garantendo una solida struttura di Corporate Governance ed un modello etico di riferimento per tutte le nostre attività.



#INSIEME
facciamo la differenza

ECOSISTEMA PER LO SVILUPPO SOSTENIBILE

Per affrontare con successo percorsi di valore in ambito di sviluppo sostenibile è necessario lavorare insieme su obiettivi comuni.

In questo scenario, Birra Peroni considera il rapporto con i suoi diversi interlocutori - tra cui Consumatori, Clienti, Fornitori e partner commerciali - un elemento fondamentale per promuovere il dialogo e la collaborazione in ambito di sviluppo sostenibile.

Oggi, le grandi sfide condivise richiedono un'azione coordinata da parte di attori diversi tra loro, e che hanno responsabilità comuni ma distinte.

Per questo motivo, ascoltare e coinvolgere le parti interessate (i cosiddetti Stakeholder) rappresenta una priorità essenziale per comprendere bisogni, aspettative e aree di interesse strategico. Birra Peroni favorisce così la costruzione di un ecosistema collaborativo diversificato, capace di svilupparsi su più livelli, per alimentare un confronto positivo e supportare la ricerca continua di soluzioni innovative.

I NOSTRI PRINCIPALI PORTATORI DI INTERESSE



L'ANALISI DI MATERIALITÀ

Nel corso del 2024, Birra Peroni ha svolto un'attività di aggiornamento del processo di "analisi di materialità", al fine di revisionare i propri ambiti di impatto generato e le tematiche materiali, ossia di rilievo, sulle quali concentrare la rendicontazione attraverso questo documento.

Il processo, realizzato coerentemente agli standard di rendicontazione *GRI Sustainability Reporting Standards*, si è svolto tramite:

- 1 analisi della catena del valore di Birra Peroni e dei principali elementi di natura strategica dell'azienda e del Gruppo Asahi;**
- 2 analisi del contesto di riferimento, tramite esame della letteratura, mappatura dei principali trend in ambito di sviluppo sostenibile ed analisi di benchmark dedicate;**
- 3 identificazione dei principali ambiti di impatto generato e successiva valutazione degli stakeholder, ad inclusione di esperti esterni di riferimento.**

PER SAPERNE DI PIÙ



COS'È L'ANALISI DI MATERIALITÀ?

È un processo strategico di analisi e coinvolgimento - effettuato in coerenza ai principali standard di rendicontazione di sostenibilità - attraverso il quale si identificano i temi che rappresentano gli impatti dell'organizzazione sull'economia, sull'ambiente e sulle persone, inclusi quelli sui loro diritti umani.

Gli impatti possono essere interpretati come attuali o potenziali, negativi o positivi, di breve o di lungo termine, intenzionali o non intenzionali, reversibili o irreversibili e rappresentano il contributo (positivo o negativo) dell'azienda allo sviluppo sostenibile.

Chiave per il processo di analisi di materialità è il coinvolgimento delle parti interessate, siano esse interne e/o esterne, per favorire la valutazione della significatività degli impatti generati individuati preliminarmente. Coerentemente a quanto definito dai GRI Standards, la valutazione è effettuata in linea ai seguenti parametri:

- **SCALA**
ovvero quanto è grave o di beneficio l'impatto
- **PORTATA**
ovvero quanto è diffuso l'impatto
- **PROBABILITÀ**
ovvero quanto è probabile che lo stesso avvenga

In particolare, le analisi preliminari condotte (*punti 1 e 2, di cui prima*) hanno permesso di individuare un elenco di 22 impatti potenzialmente rilevanti per Birra Peroni, suddivisi in 12 tematiche di riferimento. A conclusione del processo, gli impatti potenzialmente rilevanti individuati, sono stati oggetto delle attività valutative da parte degli Stakeholder. Al fine di favorire la condivisione interna ed esterna delle analisi effettuate, nonché la valutazione oggettiva degli ambiti di impatto, è stato previsto - tra gli altri - un canale di engagement attraverso l'organizzazione dell'evento "La Competitività del Made in Italy - Il ruolo della Sostenibilità" in data 11 marzo 2025.

In particolare, nel corso della prima parte dell'evento, sono stati realizzati due tavoli di lavoro tematici, con oltre 20 partecipanti, al fine di identificare i principali punti di forza, di debolezza ed aree di miglioramento con riferimento ai temi legati allo sviluppo sostenibile in chiave competitiva per il successo del Made in Italy. I partecipanti sono stati chiamati a valutare gli impatti generati da Birra Peroni alla luce delle loro prospettive e in coerenza con quanto richiesto dai GRI Standards. Nella seconda parte dell'evento, si è svolto un convegno a cui hanno preso parte oltre 160 partecipanti e che ha favorito una conversazione ampia sulle principali sfide in ambito sviluppo sostenibile e competitività del Made in Italy.



#INSIEME
facciamo la differenza

Il risultato del processo di analisi di materialità è stato il seguente elenco di tematiche oggetto di rendicontazione all'interno del presente documento, approvato dall'Executive Committee di Birra Peroni.

TEMATICHE ED IMPATTI GENERATI DI RIFERIMENTO

Tematiche di riferimento	Principali impatti associati	Per approfondimenti consultare la sezione
Approvvigionamento sostenibile	Promozione dello sviluppo sostenibile lungo la catena del valore	#Profit
	Agricoltura sostenibile e di qualità	#Planet
Consumi idrici e gestione responsabile della risorsa idrica	Consumo della risorsa idrica	#Planet
	Partnership per la gestione e la tutela delle risorse idriche	#Planet
Consumo responsabile e trasparenza delle informazioni	Promozione del consumo responsabile	#Portfolio
	Produzione di prodotti No/Low alcohol	#Portfolio
Diversità, equità ed inclusione	Diversità, equità e inclusione sul luogo di lavoro	#People
Economia circolare e innovazione	Innovazione ed ecodesign dei prodotti	#Portfolio
	Produzione di rifiuti	#Planet
	Utilizzo di materiali e effetti sulle risorse naturali	#Planet
Emissioni in atmosfera e cambiamento climatico	Consumi energetici ed emissioni di CO ₂ equivalente di Scope 1	#Planet
	Consumi energetici ed emissioni di CO ₂ equivalente di Scope 2	#Planet
	Consumi energetici ed emissioni di CO ₂ equivalente di Scope 3	#Planet
Engagement e soddisfazione dei dipendenti	Attraction e soddisfazione dei dipendenti	#People
Etica di business e partnership per lo sviluppo sostenibile	Partenariati con associazioni di categoria, customer e altri stakeholder, con particolare focus all'ambito di sostenibilità e consumo responsabile	#Profit
	Rafforzamento di una cultura dell'etica di business	#Profit
	Potenziali comportamenti non etici	#Profit
Impatti sulle comunità locali	Impatti economici sulle comunità locali e sostegno agli enti della società civile	#Portfolio #Profit
Qualità dei prodotti e soddisfazione dei clienti e consumatori finali	Privacy e gestione delle informazioni	#Profit
	Qualità del prodotto e soddisfazione dei clienti e delle loro aspettative	#Portfolio
Salute e sicurezza sul luogo di lavoro	Potenziali infortuni/incidenti sul luogo di lavoro	#People
Sviluppo e formazione dei dipendenti	Sviluppo delle competenze dei dipendenti	#People

In collaborazione con il Gruppo Asahi Europe & International, l'azienda sta sviluppando ulteriormente il processo di analisi di materialità per il futuro, anche alla luce delle prescrizioni della Corporate Sustainability Reporting Directive dell'Unione Europea (CSRD), includendo valutazioni

circa la cosiddetta analisi di materialità finanziaria, ossia con riferimento ai temi di natura esterna all'azienda legati allo sviluppo sostenibile, anche noti per la sigla ESG (Environmental, Social, Governance) che possono avere un impatto sull'azienda ed il suo andamento.

PER SAPERNE DI PIÙ



LA SOSTENIBILITÀ COME DRIVER DI CRESCITA DEL MADE IN ITALY

L'11 marzo 2025, nella cornice della Galleria del Cardinale Colonna a Roma, abbiamo organizzato il Convegno *“La competitività del Made in Italy: il ruolo della sostenibilità”*, nell'ottica di favorire il dialogo tra istituzioni, esperti ed aziende sul tema della sostenibilità come driver di crescita del brand per eccellenza del nostro Paese, il Made In Italy. Moderato dalla giornalista e conduttrice radio e tv Rai Chiara Giallonardo, insieme a Federico Sannella, Direttore Corporate Affairs di Birra Peroni, al dibattito sono intervenuti l'On. Vannia Gava, Viceministro dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica, Valentino Valentini, Viceministro delle Imprese e del Made in Italy, il Sen. Luca De Carlo, Presidente Commissione Industria, Commercio, Turismo, Agricoltura e Produzione Agroalimentare del Senato e Ilaria Ugenti, Corporate Reputation Service Line Leader IPSOS. Dalla ricerca presentata da IPSOS, è emerso come l'attenzione alla sostenibilità sia cresciuta negli anni e che per il 96% delle intervistate e degli intervistati rappresenti un elemento chiave per la competitività del Made In Italy. Secondo la ricerca, infatti, da un lato la sostenibilità permette di accrescere l'eccellenza, la qualità e la sicurezza dei prodotti, dall'altro di valorizzare sul mercato le aziende che dimostrano ottime prestazioni in ambito ambientale ma anche sociale ed economico, a beneficio della reputazione del Made In Italy nel mondo.



CLICCA

per le interviste
dell'evento



#INSIEME
facciamo la differenza

UNA STORIA CONDIVISA

La storia di Birra Peroni è intrecciata con quella dell'Italia e delle sue persone. La valorizziamo attraverso il lavoro dell'Archivio Storico e del Museo Birra Peroni.

Nel nostro impegno quotidiano, custodiamo con cura questo patrimonio, fatto di documenti, immagini, filmati e oggetti che raccontano il percorso compiuto insieme e ispirano ciò che continuiamo a costruire oggi, con lo sguardo rivolto a chi verrà dopo di noi. Siamo soci fondatori di Museimpresa, l'associazione che riunisce gli Archivi e i Musei d'Impresa italiani per valorizzare la memoria collettiva del mondo produttivo.

L'Archivio Storico Birra Peroni, vincolato dal Ministero della Cultura, raccoglie oltre un secolo di testimonianze, con materiale proveniente dalla sede romana e dagli stabilimenti di Bari, Napoli, Livorno, Padova e dalle aziende acquisite: oltre 500 metri lineari di documenti, supportati da un vasto

patrimonio audiovisivo e di oggetti originali, tra confezioni storiche, materiali per il punto vendita, macchinari e attrezzi. Una biblioteca di oltre 1.000 volumi completa l'offerta culturale aziendale, che ogni anno accoglie centinaia di visitatori.

Il Museo Birra Peroni racconta una storia di successi e relazioni attraverso oggetti, immagini e filmati d'epoca, mettendo in luce il legame profondo tra l'azienda, la società e la cultura italiana. Le tre sezioni del museo riflettono i pilastri che hanno accompagnato Birra Peroni nel tempo: la storia industriale e il rapporto con le comunità locali; l'evoluzione del prodotto e del suo consumo in Italia; la creatività e l'efficacia della comunicazione pubblicitaria, dalla prima metà del '900 fino a oggi.

CLICCA
per sapere di più
sull'Archivio Storico

CLICCA
per sapere di più
sul Museo Birra Peroni



DAL 1846, INSIEME PER FARE LA DIFFERENZA

1846

Francesco Peroni, originario di Galliate, nel Novarese, apre nella vicina Vigevano una piccola fabbrica di birra. Nella birreria annessa si tessono rapporti con notabili e cittadini comuni, mentre fervono i moti risorgimentali e l'Italia è ancora lontana dall'essere una Nazione.

1864

L'Italia è fatta: Francesco Peroni scalpita per aprire una sede lì dove il destino vuole che sia la Capitale del Regno d'Italia, Roma. Tramite conoscenze e corrispondenze crea un sodalizio con soci romani, che aprono una seconda fabbrica di birra a suo nome nei pressi di piazza di Spagna, il cuore della Roma mondana ed elegante. Tre anni dopo ne prenderà le redini il figlio appena diciottenne Giovanni Peroni. Da allora, Birra Peroni produce continuamente birra a Roma!

1901

La Ditta Francesco Peroni, ormai radicata nel territorio romano, dove ha già cambiato sede ben tre volte, adeguando la produzione alle richieste dei consumatori sempre più numerosi, si fonde con la più importante fabbrica di ghiaccio della Capitale. L'azionariato si allarga e si arricchisce di nuovi capitali e competenze: nascono le Società Riunite Fabbrica di Ghiaccio e Ditta Francesco Peroni, in una sinergia di industria e mercato che unisce con successo birra e ghiaccio.

1907

Nasce la Società Anonima Birra Peroni Ghiaccio e Magazzini frigoriferi, la società per azioni destinata ad arrivare ai nostri giorni. La nuova fabbrica di Porta Pia richiede forti investimenti industriali: la sua realizzazione vede architetti e prestigiose ditte artigiane al lavoro, mentre in città si diffondono i locali Peroni per la vendita di ghiaccio e birra, gestiti da imprenditori locali. I carri trainati dai cavalli distribuiscono i prodotti a tutte le comunità e i luoghi di consumo della città, creando sodalizi destinati a durare per sempre.



1924

Con l'avvio della nuova fabbrica di Bari si mette la prima pietra di uno sviluppo industriale e commerciale nel Sud Italia, che proseguirà con convinzione nei decenni successivi. La creazione di una fitta rete di concessionari, veri e propri ambasciatori di Birra Peroni, consente una diffusione capillare nel Centro-Sud. Nelle comunità in cui opera, Birra Peroni crea un modello di consumo condiviso, attraverso la partecipazione a sagre e feste locali, sponsorizzazioni sportive e feste patronali.

Anni '20-'30

Prosegue a ritmo incessante - nonostante la crisi economica del '29 - la crescita dell'Azienda sul territorio nazionale, attraverso l'acquisizione di fabbriche di piccola e media dimensione: Birra Perugia nel 1926, Birrerie Meridionali di Napoli e Birra d'Abruzzo nel 1929, Birra Partenope e Birra Cioci di Macerata tra il 1936 e il 1938, Birra Livorno nel 1939. Ogni acquisizione porta a nuovi intrecci e rapporti imprenditoriali, nuove connessioni con i territori. Sul fronte del prodotto, si introducono le bevande alla frutta e il mitico formato da 20 cl, il "Peroncino". Sui mercati esteri il marchio Peroni sbarca in Africa, nelle isole del Peloponneso, in Albania e negli Stati Uniti.

1939/45

La guerra congela lo sviluppo dell'Azienda ma allo stesso tempo è occasione di collaudo del legame tra Birra Peroni e le sue comunità. La fabbrica di Roma mette a disposizione della cittadinanza 100 fontanelle d'acqua proveniente dai suoi pozzi. Gli stabilimenti produttivi subiscono l'occupazione tedesca e poi alleata, riportano danni lievi o pesanti - come nel caso di Livorno - per riprendere la loro normale attività solo nel 1946.



#INSIEME
facciamo la differenza

Anni '50

È finalmente boom di consumi birrari anche in Italia. Birra Peroni guida la crescita del settore anticipando i tempi della ripresa nazionale: i nuovi stabilimenti di Bari, Roma e Padova creano nei decenni a venire nuove occasioni occupazionali e proiettano l'Azienda in un nuovo modello logistico e organizzativo. La modernità delle fabbriche Peroni è motivo di attrazione e di emulazione per i birrai di tutto il mondo. All'inizio del decennio la rete distributiva Peroni conta oltre 400 ditte concessionarie, di cui 14 dotate di impianti di imbottigliamento: una forza umana e di imprese che garantisce una presenza capillare del prodotto.



1963

Dal lavoro di un team affiatato e coraggioso, che sperimenta nuovi sapori e nuovi colori, nasce Peroni Nastro Azzurro, la birra premium di "Casa Peroni", una birra destinata a diventare icona del Made in Italy attraverso celebri sponsorizzazioni. Il nome Peroni Nastro Azzurro, lo stesso del premio conferito alla nave più veloce nella traversata atlantica, instaura un nesso immediato con il mare, la natura, la vita all'aria aperta.

Alla selezione mondiale della birra del 1965 Peroni Nastro Azzurro si posiziona al primo posto nella sua categoria. Un risultato non da poco per una birra appena nata!



Anni '60-'70

Birra Peroni bilancia la forte presenza nel mercato delle regioni meridionali con l'avvio di sodalizi con aziende proprietarie di marchi storici del Nord Italia: Birra Itala Pilsen di Padova e Birra Faramia di Savigliano sono due importanti tappe di tale disegno. Accanto alla crescita industriale, riparte con decisione e originalità l'investimento pubblicitario: con i celebri Caroselli ideati da Armando Testa si scrive una pagina indelebile di storia televisiva. Nei decenni successivi sarà compito dell'Azienda comunicare le trasformazioni della società e della cultura italiana attraverso lo strumento potente della comunicazione pubblicitaria.

Anni '80-'90

In un mercato sempre più competitivo, che vede l'ingresso delle grandi multinazionali della birra, si sviluppano strumenti di marketing sempre più precisi e si ristruttura la forza vendita, a presidio del mercato tradizionale e della distribuzione moderna. La capacità produttiva si espande ancora, grazie agli investimenti industriali che portano all'avvio, nello stabilimento romano, degli impianti di cottura tra i più grandi d'Europa.

2003/05

Tra il 2003 e il 2005 la Birra Peroni assume definitivamente i tratti di un'azienda globale, entrando a far parte del gruppo SABMiller plc, il secondo produttore mondiale di birra, con una diffusione in 750 Paesi su sei continenti.



2016

Birra Peroni entra nel Gruppo Asahi, leader mondiale nel settore della birra, con cui ha in comune una lunga storia alle spalle e una filosofia aziendale condivisa.

OGGI

Con i suoi oltre 900 dipendenti, 3 stabilimenti - a Roma, Bari e Padova - una malteria, la Saplo a Pomezia, ed un ufficio di natura commerciale a Milano, Birra Peroni è oggi tra le maggiori realtà produttive del Paese, con brand storici e simbolo del Made in Italy nel mondo.





#PEOPLE

Birra Peroni riconosciuta Top Employer Italia

dal Top Employers Institute
per il terzo anno consecutivo

2023 - 2024

+ 7% organico dipendenti
(headcount al 31 dicembre)

35% posizioni di leadership ricoperte da donne

(headcount al 31 dicembre 2024, grade 17+
+4 p.p. rispetto al 2023)

Rinnovata per il secondo anno consecutivo la

Certificazione sulla Parità di Genere UNI / PdR 125:2022

Introdotta la nuova Policy per la
**prevenzione e il contrasto
alle molestie, violenza
e discriminazioni di genere**

Lanciata la nuova visione globale su
Safety & Well-being:
la sicurezza e il benessere di ognuno di noi
per amare la Vita. Ovunque, ogni giorno

Stabilimenti produttivi certificati
ISO 45001



I settore brassicolo italiano contribuisce significativamente ai livelli occupazionali nazionali. La filiera della birra coinvolge, infatti, numerosi professionisti lungo tutta la catena del valore: inclusi **agricoltori, produttori, trasformatori, addetti alla logistica, distributori e operatori della ristorazione**. Grazie alla birra, in Italia, nel 2024 è stata registrata un'occupazione diretta di **oltre 6.000 persone, quasi 19.000 persone** considerando anche l'occupazione indiretta e **più di 100.000 persone** tenendo in considerazione l'indotto allargato. In tale contesto, temi della diversità, equità ed inclusione (DE&I), così come della sicurezza sul lavoro sono centrali nel dibattito italiano, e cruciali per il benessere e la prosperità delle persone e dei comparti produttivi.

*Per saperne di più e riferimenti:
AssoBirra, Annual Report 2024.*





#PEOPLE

In Birra Peroni è grazie all'impegno, alla passione e alla forza delle connessioni che ogni giorno ci impegniamo a costruire il "PlaceToBEer," un luogo di lavoro autentico, inclusivo, aperto e capace di evolversi.

Nel 2024 abbiamo consolidato il nostro percorso di crescita: una popolazione aziendale in espansione, il riconoscimento come azienda Top Employer per il terzo anno consecutivo e il secondo rinnovo della Certificazione sulla Parità di Genere sono solo alcuni esempi di risultati importanti, che per noi rappresentano un punto di partenza per il miglioramento continuo. Ci guida la convinzione che eccellenza significhi prima di tutto qualità nelle relazioni: nei comportamenti quotidiani, nella cura degli altri, nella capacità di costruire insieme.

Attraverso il manifesto del Gruppo Asahi, "Shine As You Are", abbiamo continuato a promuovere un ambiente

in cui ogni persona possa sentirsi libera di esprimere la propria unicità e contribuire con il proprio talento alla crescita collettiva. A inizio 2025, a questo manifesto abbiamo aggiunto anche la nuova visione globale del nostro Gruppo, "Enjoy Life", una visione nata per rafforzare quotidianamente la cultura del benessere a 360 gradi: dalla salute fisica e mentale, alla sicurezza sul luogo di lavoro, fino all'equilibrio tra lavoro e vita privata.

Ma soprattutto, continuiamo a costruire ponti. Tra persone, funzioni, territori. Perché la birra più buona è quella che si condivide, e il futuro più solido è quello costruito insieme.



BUONA LETTURA!

GIANLUCA DI GIOIA

HR Director – Birra Peroni

CRESCERE INSIEME: PERSONE E CONNESSIONI AL CENTRO

**Il motore del successo di Birra Peroni sono le persone.
La nostra lunga storia è il risultato dell'impegno quotidiano
di una comunità fatta di professionalità, passione e relazioni autentiche.**

Siamo convinti che il valore di un'organizzazione risieda nella forza delle sue connessioni: tra colleghi, tra funzioni, con i partner e con le comunità in cui operiamo. Per questo, investiamo in modo costante nella crescita delle nostre persone, nella creazione di un ambiente aperto e inclusivo, e nello sviluppo di una cultura organizzativa capace di valorizzare ogni contributo.

Anche nel 2024, per il terzo anno consecutivo Birra Peroni è stata nominata **Top Employer Italia** dal **Top Employers Institute**, l'ente che valuta e certifica le eccellenze aziendali nell'ambito delle Risorse Umane, a conferma dell'impegno dell'azienda nel portare avanti iniziative che la rendano il **#PlaceToBEer**, sulla scia della campagna di employer branding promossa per presentare l'azienda a potenziali candidati.

Tra le principali iniziative messe in campo figurano il proseguo delle attività della **Learning Academy**, piattaforma dedicata allo sviluppo delle competenze e alla diffusione della conoscenza; il programma **#ShineAsYouAre**, manifesto della nostra visione inclusiva e del nostro impegno per la Diversity, Equity & Inclusion; e **"La sicurezza e il benessere di ognuno di noi per amare la Vita. Ovunque, ogni giorno"** la nuova visione globale adottata dal Gruppo

Asahi per promuovere il benessere delle persone attraverso azioni concrete legate a **salute, sicurezza e well-being**.

In coerenza con il percorso di crescita intrapreso, **l'organico del Gruppo Birra Peroni è cresciuto del 7% tra il 31 dicembre 2023 e 2024, registrando una crescita significativa del 15% rispetto al 31 dicembre 2022**. La quasi totalità dei dipendenti di Birra Peroni (97,4%) sono assunti con contratto a tempo indeterminato e l'intero personale dipendente di Saplo, 14 risorse, è assunto con contratto a tempo indeterminato.

Birra Peroni ha le proprie sedi ben distribuite sul territorio italiano: Roma, la più grande, in cui è presente sia la direzione generale sia uno stabilimento produttivo, conta il maggior numero di dipendenti; Padova e Bari, stabilimenti produttivi, in cui si trovano soprattutto impiegati ed operai; per ultimo in termini di numerosità l'ufficio di Milano, che conta 47 dipendenti.

La Malteria Saplo, d'altro canto, ha una sola sede, a Pomezia nel Lazio, ed il personale è ben distribuito tra impiegati e operai.

Nel 2024, così come nel 2022 e 2023, tutti i dipendenti di Birra Peroni e di Saplo sono coperti da accordi di contrattazione collettiva nazionale. Non vi sono dipendenti ad ore non garantite.





#PEOPLE

NUMERO TOTALE DIPENDENTI (HEADCOUNT) SUDDIVISI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE (TEMPO INDETERMINATO E DETERMINATO) E GENERE

Tipologia contrattuale	al 31 dicembre 2022			al 31 dicembre 2023			al 31 dicembre 2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
BIRRA PERONI (TOTALE)	573	202	775	613	215	828	644	247	891
<i>A tempo indeterminato</i>	558	191	749	604	210	814	631	237	868
<i>A tempo determinato</i>	15	11	26	9	5	14	13	10	23
SAPLO (TOTALE)	12	2	14	13	2	15	12	2	14
<i>A tempo indeterminato</i>	12	2	14	13	2	15	12	2	14
<i>A tempo determinato</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0

NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI (HEADCOUNT) SUDDIVISI PER TIPOLOGIA CONTRATTUALE (TEMPO INDETERMINATO E DETERMINATO) E AREA GEOGRAFICA

Tipologia contrattuale	al 31 dicembre 2022			al 31 dicembre 2023			al 31 dicembre 2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
BIRRA PERONI (TOTALE)	573	202	775	613	215	828	644	247	891
Roma	259	135	394	284	149	433	303	170	473
<i>A tempo indeterminato</i>	251	129	380	278	144	422	297	162	459
<i>A tempo determinato</i>	8	6	14	6	5	11	6	8	14
Milano	19	24	43	20	24	44	21	26	47
<i>A tempo indeterminato</i>	16	21	37	19	24	43	19	24	43
<i>A tempo determinato</i>	3	3	6	1	0	1	2	2	4
Padova	135	19	154	139	17	156	146	24	170
<i>A tempo indeterminato</i>	134	18	152	137	17	154	144	24	168
<i>A tempo determinato</i>	1	1	2	2	0	2	2	0	2
Bari	160	24	184	170	25	195	174	27	201
<i>A tempo indeterminato</i>	157	23	180	170	25	195	171	27	198
<i>A tempo determinato</i>	3	1	4	0	0	0	3	0	3
SAPLO - Pomezia (TOTALE)	12	2	14	13	2	15	12	2	14
<i>A tempo indeterminato</i>	12	2	14	13	2	15	12	2	14
<i>A tempo determinato</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Il 98% dei dipendenti di Birra Peroni ed il 100% in Saplo sono assunti con contratto di lavoro full-time.
Le restanti persone hanno dei contratti part-time in risposta a specifiche necessità individuali o ad esigenze aziendali.

**NUMERO TOTALE DI DIPENDENTI (HEADCOUNT)
SUDDIVISI PER FULL-TIME E PART-TIME, PER GENERE**

Full-time / Part-time	al 31 dicembre 2022			al 31 dicembre 2023			al 31 dicembre 2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
BIRRA PERONI (TOTALE)	573	202	775	613	215	828	644	247	891
Full-time	572	188	760	611	199	810	643	230	873
Part-time	1	14	15	2	16	18	1	17	18
SAPLO (TOTALE)	12	2	14	13	2	15	12	2	14
Full-time	12	2	14	13	2	15	12	2	14
Part-time	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Ai dipendenti, si aggiungono sia per Birra Peroni sia per Saplo diverse categorie di lavoratori esterni (tra cui personale in somministrazione e stagisti) che contribuiscono con il loro lavoro e professionalità al successo dell'azienda;

con particolare partecipazione, in termini di numerosità, nei periodi associati a maggiori volumi di produzione, normalmente corrispondenti ai mesi primaverili ed estivi.





#PEOPLE

5 COMPORTAMENTI CHIAVE

Insieme al Gruppo Asahi, abbiamo identificato 5 comportamenti chiave per ispirarci e puntare quotidianamente all'eccellenza.

1

MANTENERE GLI IMPEGNI

prefissarsi obiettivi sfidanti, ma in modo consapevole così da raggiungere il proprio scopo, facilitare il lavoro del team ed affinare sempre di più la propria efficienza e sicurezza.



2

COLLABORARE CON IL PROPRIO TEAM

lavorare in gruppo porta a riflettere e ad interrogarsi, nonché permette di ampliare le proprie prospettive, essenziale in un ambiente dinamico e all'avanguardia.

3

VALORIZZARE LE PERSONE DANDO LORO POTERE

permettere ad ogni risorsa di esprimersi e di portare nuove idee.

4

ESSERE CORAGGIOSI

Birra Peroni incoraggia i propri dipendenti e favorisce la loro proattività.



5

ESSERE CURIOSI

porsi domande sempre nuove stimola l'interesse, le idee ed i collegi con cui ci si interfaccia.



BRINDIAMO ALLE NOSTRE UNICITÀ

“Shine as you are” è il manifesto DE&I di Birra Peroni e dell’intero Gruppo Asahi. Esprime l’impegno concreto a costruire un ambiente di lavoro non solo inclusivo, ma anche capace di valorizzare l’unicità di ogni persona. L’obiettivo è promuovere una cultura aziendale in cui differenze, talenti e prospettive possano incontrarsi, contaminarsi e generare valore, liberi da pregiudizi, stereotipi o discriminazioni. “Shine as you are” rappresenta tutte le persone del Gruppo: protagoniste di un impegno quotidiano per rendere il luogo di lavoro sempre più accogliente.





#PEOPLE

LA STRATEGIA DE&I DEL GRUPPO ASAHI E BIRRA PERONI

Tutto il Gruppo Asahi, tra cui Birra Peroni, è fortemente impegnato nella creazione di un ambiente di lavoro inclusivo, aperto al dialogo, allo scambio di idee e al rispetto delle unicità di ciascuno. Promuovere una cultura della diversità, dell'equità e dell'inclusione - dentro e fuori l'azienda - è una priorità strategica che guida le nostre azioni quotidiane.

A livello aziendale, il coordinamento delle attività legate alla Diversity, Equity & Inclusion è garantito da un modello di governance sviluppato, che prevede una **DE&I Senior Manager a riporto diretto del Direttore HR**.

Coerentemente alle politiche di Gruppo, Birra Peroni si è dotata di un Local Steering Committee che ha il compito di fornire supporto ed indirizzo strategico. Il Comitato è composto da 10 dipendenti: 1 facilitatore, 6 membri provenienti dalle diverse funzioni aziendali di riferimento e 3 membri dell'Executive Committee¹.

Con cadenza annuale l'azienda redige un Piano DE&I in cui si pianificano le iniziative da attuare alla luce degli obiettivi prefissati. Le attività in tale ambito sono accompagnate da un processo di monitoraggio continuo che misura i risultati raggiunti a fronte dell'impegno profuso attraverso indicatori dedicati.

Nel 2024, Birra Peroni ha ottenuto il rinnovo della **Certificazione sulla Parità di Genere UNI / PdR 125:2022**. La prassi di riferimento 125:2022 definisce le linee guida sul sistema di gestione per la parità di genere e prevede la strutturazione e adozione di un approfondito framework di monitoraggio e valutazione attraverso specifici indicatori prestazionali (KPI). Nel 2023, al primo ottenimento della Certificazione, siamo stati la prima azienda del settore birra a raggiungere questo traguardo.



Con il Gruppo Asahi Europe & International, ci siamo prefissati l'obiettivo di raggiungere la parità di genere nei leadership team entro il 2030. Alla luce di questa ambizione, tra le iniziative promosse nel 2024 e nella prima metà del 2025, si segnalano:

- la progressiva implementazione della **dashboard** interna di **monitoraggio DE&I**, per facilitare le attività di analisi relativamente al numero di donne e uomini presenti nelle posizioni di leadership e quelle nel settore vendite, tecnico e ingegneristico, il numero di congedi parentali usufruiti da donne e da uomini, i risultati di performance review e talent review con una vista "gender";
- l'introduzione della **Policy per la prevenzione e il contrasto alle molestie, violenza e discriminazioni di genere** e relativo training rivolto ai dipendenti (*maggiori informazioni all'interno del box dedicato*);
- la nascita dei **Power Talk**, momenti di approfondimento e confronto rivolti ai colleghi su tematiche di empowerment femminile, con la partecipazione di ospiti interni ed esterni;
- la prosecuzione dei progetti di **Shadowing** e **Mentoring** rivolti alle donne;
- la realizzazione di un'indagine interna volta ad ottimizzare e massimizzare l'adozione della **Parental Policy** introdotta nel 2023;
- la partecipazione al **Pride di Roma e Bari**;
- all'inizio del 2025, il lancio del **Galateo del Rispetto delle Diversità**, delle linee guida che ci aiutano ad individuare comportamenti che facilitino il rispetto e l'inclusione di tutte le persone nelle nostre conversazioni e situazioni relazionali, accompagnate dal relativo training rivolto ai dipendenti;
- l'avvio dei lavori di **ristrutturazione di bagni e spogliatoi femminili nello stabilimento di Bari**, con conclusione prevista nel 2025.

¹ Maggiori informazioni circa la Governance dell'azienda sono riportate all'interno del capitolo "Profit".

PER SAPERNE DI PIÙ



IL NOSTRO IMPEGNO CONTRO L'HARASSMENT SUI LUOGHI DI LAVORO

Introdotta a giugno 2024, la Policy per la prevenzione e il contrasto alle molestie, violenza e discriminazioni di genere ha l'obiettivo di prevenire, individuare, vietare e monitorare costantemente fenomeni riconducibili a discriminazioni di genere, molestie, violenza e a comportamenti sessualmente inappropriati, nonché fornire supporto alle persone che segnalano gli stessi, proteggendole da qualsivoglia atto ritorsivo. La Policy rafforza l'impegno che Birra Peroni ha assunto per garantire un contesto lavorativo fondato sul rispetto della parità di trattamento e della pari dignità per tutti e tutte. Si applica a tutte le persone che svolgono attività lavorativa per Birra Peroni, indipendentemente dallo status contrattuale. Oltre ai consueti canali di whistleblowing, la procedura di segnalazione prevista attualmente dalla Policy consente a chiunque si ritenga oggetto o testimone di comportamenti inappropriati di avviare una segnalazione rivolgendosi direttamente a: la DE&I Senior Manager, un membro del DE&I SteerCo, il Direttore HR. Il lancio della Policy è stato accompagnato da una campagna di formazione rivolta al 100% della popolazione aziendale per facilitarne la diffusione e comprensione.

Nessuna delle iniziative aziendali nell'area DE&I sarebbe stata possibile senza il supporto e il prezioso contributo di partner specializzati, come **Valore D, Lead Network, Fondazione Libellula, Associazione Elis, Parks - Liberi e Uguali, e Winning Women Institute.**

Ruolo fondamentale è ricoperto anche dai nostri colleghi, che si adoperano quotidianamente in gruppi di lavoro specializzati per raccogliere feedback e proporre iniziative in ambito DE&I. In tal senso, un lavoro di rilievo è svolto da:

- **BEpower**: l'Employee Resources Group composto da volontarie e volontari interni per proporre e realizzare azioni rivolte all'empowerment femminile (ERG BEpower), che ha ideato i Power Talk, progettato l'iniziativa Menstrual Justice per la distribuzione gratuita di assorbenti, e gestisce direttamente i progetti di Mentoring e Shadowing.
- **Il gruppo di lavoro dedicato all'area vendite**, creato per definire un piano DE&I con focus su specifico sulle sfide ed opportunità legate al lavoro dei colleghi e delle colleghe di questa funzione aziendale.

Nel corso del 2022, 2023 e 2024, per Birra Peroni e Saplo non sono stati registrati episodi di discriminazione.





#PEOPLE



Frutto dell'impegno profuso è la progressiva diminuzione del gender gap, ancora presente in termini di organico, ed associato storicamente al settore manifatturiero di riferimento. A dimostrazione di ciò, **il numero di posizioni di leadership ricoperte da donne è aumentato**

nell'ultimo anno di 4 punti percentuali, passando dal 31% del 2023 al 35% del 2024)².

Le dirigenti donne si attestano al 31 dicembre 2024 al 30%, dato attualmente superiore alla percentuale di donne dipendenti in crescita di due punti percentuali rispetto al 31 dicembre 2023.



² Il dato fa riferimento al personale femminile con grade 17 o superiore, ad esclusione del personale distaccato del Gruppo Asahi. Tale variazione non è evidente all'interno della tabella riportata nella pagina seguente, considerando l'effetto del numero totale di "impiegati" rispetto ai dipendenti con qualifica Quadro, inclusi all'interno della stessa categoria professionale.

DIPENDENTI (PERCENTUALE) SUDDIVISI PER INQUADRAMENTO PROFESSIONALE E GENERE

Inquadramento professionale	al 31 dicembre 2022			al 31 dicembre 2023			al 31 dicembre 2024		
	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale	Uomini	Donne	Totale
BIRRA PERONI (TOTALE)	74%	26%	100%	74%	26%	100%	72%	28%	100%
<i>Dirigenti</i>	67%	33%	100%	67%	33%	100%	70%	30%	100%
<i>Impiegati³</i>	64%	36%	100%	65%	35%	100%	61%	39%	100%
<i>Operai</i>	98%	2%	100%	97%	3%	100%	96%	4%	100%
SAPLO (TOTALE)	86%	14%	100%	87%	13%	100%	86%	14%	100%
<i>Dirigenti</i>	100%	0%	100%	100%	0%	100%	100%	0%	100%
<i>Impiegati</i>	71%	29%	100%	75%	25%	100%	71%	29%	100%
<i>Operai</i>	100%	0%	100%	100%	0%	100%	100%	0%	100%

Relativamente agli aspetti salariali, non è complessivamente presente in Birra Peroni divario retributivo di genere, come testimoniato dall'ottenimento per due anni consecutivi della Certificazione sulla Parità di Genere UNI / PdR 125:2022, che - tra gli altri aspetti - richiede il monitoraggio della percentuale di differenza retributiva per medesimo inquadramento a livello di CCNL, per genere e a parità di competenze.

Per quanto riguarda le nostre politiche retributive, maggiori informazioni sono disponibili all'interno del capitolo Profit.

Con riferimento all'età, la maggior parte della **popolazione aziendale di Birra Peroni (61%) è ricompresa tra i 30 ed i 50 anni di età**, il 28% è over 50, mentre i restanti rientrano nella fascia degli under 30⁴.

DIPENDENTI (PERCENTUALE) SUDDIVISI PER INQUADRAMENTO PROFESSIONALE ED ETÀ

Inquadramento professionale	al 31 dicembre 2022				al 31 dicembre 2023				al 31 dicembre 2024			
	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale
BIRRA PERONI (TOTALE)	13%	57%	30%	100%	14%	55%	30%	100%	11%	61%	28%	100%
<i>Dirigenti</i>	0%	74%	26%	100%	0%	59%	41%	100%	0%	59%	41%	100%
<i>Impiegati</i>	12%	59%	29%	100%	12%	57%	31%	100%	9%	61%	30%	100%
<i>Operai</i>	19%	49%	32%	100%	23%	50%	26%	100%	15%	61%	24%	100%
SAPLO (TOTALE)	7%	64%	29%	100%	7%	67%	27%	100%	0%	57%	43%	100%
<i>Dirigenti</i>	0%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	100%
<i>Impiegati</i>	14%	57%	29%	100%	13%	63%	25%	100%	0%	71%	29%	100%
<i>Operai</i>	0%	67%	33%	100%	0%	67%	33%	100%	0%	33%	67%	100%

³ La categoria professionale "Impiegati" include i dipendenti con qualifica Quadro: 74 persone al 31 dicembre 2022, 79 persone al 31 dicembre 2023 e 77 persone al 31 dicembre 2024.

⁴ Il Leadership Team (Executive Committee - EXCO) di Birra Peroni al 31 dicembre 2024 è composto da 8 persone, 75% uomini e 25% donne, con un'età compresa tra i 30 ed i 50 anni per il 50%, ed oltre i 50 anni per il 50%. Il Consiglio di Amministrazione di Birra Peroni al 31 dicembre 2024 è composto da 5 persone, 80% uomini e 20% donne, con un'età compresa tra i 30 ed i 50 anni per il 40%, ed oltre i 50 anni per il 60%.



#PEOPLE

L'IMPORTANZA DELL'APPRENDIMENTO CONTINUO

In Birra Peroni crediamo che la crescita delle persone sia la chiave per costruire un'azienda solida, connessa e pronta ad affrontare il futuro. Per questo investiamo in percorsi che valorizzino i talenti individuali e rafforzino le competenze collettive, mettendo al centro la persona e la sua capacità di evolvere attraverso relazioni significative e opportunità condivise.

Lo sviluppo non è mai un processo solitario: è attraverso lo scambio, la collaborazione tra team, il confronto con partner interni ed esterni che si generano apprendimento e innovazione. Crediamo in una cultura dello sviluppo che si nutre di connessioni autentiche, esperienze trasversali e visioni aperte.

L'offerta formativa è disegnata ascoltando i bisogni delle persone e analizzando le competenze che serviranno domani, con il supporto di partner qualificati e uno sguardo attento ai trend emergenti. In questo modo trasformiamo la formazione in un ecosistema dinamico e inclusivo, dove ogni persona può sentirsi parte attiva di un progetto comune.

Al fine di promuovere una cultura aziendale aperta al cambiamento e capace di sprigionare il potenziale di idee, persone e risultati, tutte le attività formative sono previste all'interno di un unico hub, la **Birra Peroni Learning Academy**: uno spazio di apprendimento dinamico e inclusivo, pensato per valorizzare ciò che ciascuno sa fare meglio e accompagnare l'evoluzione continua delle competenze, nonché un luogo dove ogni dipendente può crescere, innovare, mettersi in gioco e contribuire con nuovi strumenti alla trasformazione dell'azienda.

In accordo con le linee guida del Gruppo Asahi, la Learning Academy si compone di 4 aree di formazione, ognuna delle quali identifica specifici percorsi tematici di apprendimento e sviluppo.

LEADERSHIP COMPETENCES

Iniziative di sviluppo dei nostri leader, con un focus sull'efficace gestione dei team e delle persone. Possono essere ideate e gestite localmente da Birra Peroni, ideate dal Gruppo Asahi ed erogate localmente, oppure interamente guidate dal Gruppo Asahi.

FUNCTIONAL COMPETENCES

Il propulsore delle competenze delle nostre persone in un'ottica cross-funzionale e trasversale tra livelli organizzativi.

WELL-BEING / DE&I

Iniziative di formazione volte a favorire una cultura aziendale inclusiva e a facilitare la comprensione di tutti quegli strumenti e programmi in materia DE&I che annualmente vengono introdotti o rivisti.

AEI PROGRAMMES

Programmi guidati dal Gruppo Asahi Europe & International, come percorsi di mentoring intra-aziendale e iniziative globali di sviluppo della leadership.





A queste 4 aree, si aggiunge il processo di onboarding per dare il benvenuto ai nuovi colleghi, con una panoramica sulla nostra azienda in una modalità interattiva e coinvolgente.

I modelli di formazione e sviluppo delle competenze seguono uno schema 70:20:10:

- **70: Training on the job:** imparare attraverso nuove sfide ed esperienze;
- **20: Social Learning:** imparare attraverso la partecipazione in attività anche se non svolte direttamente ma che comprendano il trasferimento di know how;
- **10: Formal Learning:** fattore abilitante della strategia aziendale e parte fondamentale della strategia delle persone, fortemente interconnessa con gli altri processi HR, in particolare con il Talent Management. Viene redatto ogni anno e condiviso con gli EXCO Member (Managing Director e direttori).



#PEOPLE

Nel corso del 2024, abbiamo erogato formazione su diverse tematiche e competenze, tra cui si segnalano:

- **Leadership** - si sono svolti una serie di training rivolti ai People Manager volti a sviluppare una maggior consapevolezza del proprio ruolo, a sviluppare competenze sulla leadership inclusiva e ad acquisire un approccio caring ed improntato alla sicurezza nella gestione del proprio team.
- **Vendita** - grande attenzione è stata rivolta alla forza vendita, con #Raisethecap, piano di formazione che, assieme all'e-learning PGRM, ha l'obiettivo di sviluppare ulteriormente le competenze necessarie per il settore vendite, e con TrainUpTeamUp, corso volto a rendere più preparata e consapevole la forza vendita sulle priorità 2024 e sulle leve di sell-out a disposizione.
- **Marketing, Communication & Finance** - per sviluppare competenze verticali, sono stati realizzati dei training di approfondimento sul Digital Marketing, su Power BI e su Excel avanzato, oltre a un corso su Storytelling, per applicare una comunicazione efficace per presentazioni, riunioni e attività di comunicazione esterna.
- **Mentoring & Coaching** - sono state organizzate delle sessioni rivolte all'Extended Leadership Team con l'obiettivo di rafforzare la metodologia di coaching e feedback e la consapevolezza sul proprio stile di leadership. Tramite Mentors Refresh and Supervision si è fornito supporto ai Mentori per rendere la loro attività di mentoring più efficace.
- **Well-being** - con il programma Thrive at Work, in partnership con Stimulus - società di consulenza specializzata nel campo della salute mentale al lavoro -, abbiamo fornito ai People Manager strumenti utili per la consapevolezza sulla salute mentale, al fine di intercettare per tempo eventuali segnali di criticità e capire come intervenire.

Tutti i dipendenti possono inoltre usufruire di **Good Habitz**: la piattaforma di e-learning dedicata alla popolazione aziendale munita di account, il cui catalogo formativo comprende corsi su competenze tecniche e manageriali, oltre a contenuti dedicati al benessere mentale, alla valorizzazione della diversità, alla gestione del tempo e al miglior equilibrio tra vita professionale e personale.



Nel corso del 2024, le ore medie di formazione si attestano a quasi 11 ore per i Dirigenti di Birra Peroni, a 10,4 per gli Impiegati ed a 9,3 per gli operai. Relativamente ai quadri, le ore medie di formazione manageriale erogate nel corso

del 2024 sono pari a 17,7, circa il doppio rispetto allo scorso anno. Con riferimento a Saplo, le ore di formazione pro capite medie nel 2024 sono state circa 16, in aumento rispetto al 2023 del 33%.

ORE MEDIE DI FORMAZIONE ANNUA PER DIPENDENTE

Birra Peroni⁵

Ore di formazione ⁶	2024		
	N. ore di formazione pro-capite uomini	N. ore di formazione pro-capite donne	N. ore di formazione pro-capite totale
TOTALE	10,2	9,9	10,1
Dirigente	10,7	11,2	10,8
Impiegato	10,6	10,1	10,4
Operaio	9,6	3,4	9,3
2023			
TOTALE	8,0	10,6	8,7
Dirigente	10,7	13,8	11,7
Impiegato	11,7	10,7	11,4
Operaio	2,1	2,4	2,1
2022			
TOTALE	6,1	8,8	6,8
Dirigente	14,9	9,8	13,2
Impiegato	9,3	8,9	9,2
Operaio	0,0	0,0	0,0

⁵ Per il 2022 e il 2023, i dati riportati includono esclusivamente la formazione erogata dalla Learning Academy in modalità presenziale ed e-learning. In tal senso, il totale delle ore di formazione risulta sottostimato. Nel contesto dei processi di miglioramento continuo, i dati relativi al 2024 includono anche le ore di formazione erogate agli operai degli stabilimenti produttivi di Roma e Bari.

⁶ Il calcolo delle ore di formazione E-learning è stato stimato sulla base della durata teorica dei corsi.



#PEOPLE

Saplo

Ore di formazione ⁷	2024		
	N. ore di formazione pro-capite uomini	N. ore di formazione pro-capite donne	N. ore di formazione pro-capite totale
TOTALE	17,0	12,0	16,3
Dirigente	0,0	0,0	0,0
Impiegato	31,2	12,0	25,7
Operaio	8,0	0,0	8,0
2023			
TOTALE	12,6	10,0	12,3
Dirigente	4,0	0,0	4,0
Impiegato	12,7	10,0	12,0
Operaio	14,0	0,0	14,0
2022			
TOTALE	8,0	0,0	6,9
Dirigente	0,0	0,0	0,0
Impiegato	6,4	0,0	4,6
Operaio	10,7	0,0	10,7

In ottica di un continuo sviluppo delle professionalità all'interno del proprio organico, è attivo sia in Peroni sia in Saplo un processo

di valutazione delle performance che coinvolge in modo particolare le categorie professionali di impiegato e di dirigente.



⁷ Il calcolo delle ore di formazione E-learning è stato stimato sulla base della durata teorica dei corsi.

ATTRAZIONE E VALORIZZAZIONE DEI TALENTI

Dal 2019 Birra Peroni ha intrapreso un percorso di trasformazione che ha ridefinito la propria identità e strategia, ponendo al centro le persone, il pianeta e il valore delle connessioni.

Questo cammino ci ha portati ad abbracciare un Purpose chiaro: creare connessioni di valore, all'interno e all'esterno dell'azienda, che generino impatto positivo e duraturo.

Nel contesto di questo framework valoriale si inserisce la nostra strategia di Employer Branding, fondata su tre obiettivi principali:

- creare consapevolezza relativamente alla rinnovata identità aziendale;
- attrarre i migliori talenti per sostenere il successo dell'azienda;
- coinvolgere le persone Birra Peroni e Saplo in un percorso volto all'eccellenza.

Espressione tangibile di questa visione è la campagna **#ThePlaceToBEer**, volta a raccontare all'interno e all'esterno dell'azienda la nostra ambizione di offrire uno spazio in cui le persone possano esprimersi, connettersi, crescere e fare la differenza. Nel 2024, abbiamo dato vita a una serie di video-shooting coinvolgendo i colleghi e le colleghe

della Direzione Generale di Roma, con l'obiettivo di condividere sui nostri canali social corporate - attraverso i loro volti e le loro storie - cosa significhi davvero lavorare in un'azienda che è **#ThePlaceToBEer**. Le video-pillole pubblicate hanno toccato temi rilevanti per la nostra audience di riferimento in ambito employer branding, in particolare la Gen Z, affrontando argomenti come la formazione interna, le opportunità di carriera internazionale, la maternità e il well-being. Nel 2025, il progetto si estende alla forza vendite e anche agli stabilimenti di Padova e Bari, coinvolgendo direttamente i colleghi del mondo produttivo.

Il nostro impegno nell'attrazione dei talenti si concretizza attraverso una rete di relazioni con Università, Istituti tecnici, start-up e partner specializzati nel mondo del lavoro, con cui co-progettiamo attività che promuovono l'ingresso consapevole e qualificato nel contesto professionale.



CLICCA
per sapere di più





#PEOPLE

A livello universitario, collaboriamo con atenei in tutta Italia, partecipando a job fair, recruiting day e organizzando testimonianze e progetti su misura per intercettare talenti curiosi e motivati, in linea con i nostri valori. A Roma siamo membri della Consulta delle Imprese dell'Università La Sapienza, nata per favorire il dialogo tra università e mondo del lavoro, mentre al Sud rafforziamo la nostra presenza grazie a un accordo quadro con il Politecnico di Bari. Entrambe le collaborazioni rappresentano testimonianze concrete della nostra volontà di essere vicini ai territori in cui operiamo, valorizzando le competenze locali e contribuendo allo sviluppo di nuove generazioni di professionisti.

Nel 2024 abbiamo lanciato l'**Early Career Programme**, un percorso dedicato alla formazione di giovani talenti con una forte propensione per l'area commerciale. Il programma, della durata complessiva di 18 mesi, si sviluppa in due fasi: una prima esperienza di stage di 6 mesi, seguita da un anno in un ruolo in un'area differente, di norma sul *field*. L'obiettivo è offrire un'opportunità concreta di crescita, favorendo lo sviluppo di competenze tecniche, relazionali e manageriali. Al termine del percorso, in base alle opportunità disponibili, i profili più promettenti possono accedere a un contratto a tempo indeterminato, proseguendo così il loro percorso professionale in azienda.



PER SAPERNE DI PIÙ

STEM TO BEER E ABOUT STE(A)M

L'attenzione per le discipline STEM continua. È infatti proseguito anche nel 2024 il progetto STEMtoBEer avviato nel 2023, con il coinvolgimento di 6 istituti tecnici con indirizzo di Studi Agraria, Chimica Materiali e Biotecnologie, Meccanica Meccatronica di Bari, Roma e Padova, le 3 città dove sono presenti gli stabilimenti di produzione di Birra Peroni. L'iniziativa ha avuto l'obiettivo di fornire strumenti utili per l'orientamento professionale a circa 250 studentesse e studenti di maggiore età delle classi V, dal come scrivere un CV efficace al come affrontare colloqui di selezione, dando loro l'opportunità di visitare gli stabilimenti e conoscere da vicino le diverse professioni STEM all'interno della nostra azienda.



In quanto impresa associata ad Unindustria - Sezione Alimentare, abbiamo preso parte ad un percorso di orientamento chiamato "About STE(A)M" rivolto a studenti e studentesse del territorio, con l'obiettivo di sensibilizzare e stimolare l'interesse, la scelta e l'apprendimento delle discipline scientifiche, tecnologiche, ingegneristiche e matematiche.

IL PROGETTO READY PER LA VALORIZZAZIONE DEI PROFILI TECNICI

A fronte del contesto attuale, caratterizzato da una crescente difficoltà nel reperire profili con competenze tecniche specializzate, nel 2024 abbiamo avviato il Progetto "Ready", nato nell'ambito della funzione Industrial & Supply Chain (ISC) con l'obiettivo di sviluppare un approccio sostenibile all'attrazione e alla valorizzazione di tali profili. Il progetto è stato pensato per rispondere in modo strutturato allo skill shortage nei settori chiave, ponendo attenzione non solo all'inserimento dei talenti, ma anche alla costruzione di un percorso di crescita interno che consenta di formare le competenze necessarie nel medio-lungo periodo.

Ready rappresenta un modello integrato di Talent Acquisition e People Development, che pone l'accento su due domande chiave: come rendere oggi attrattive le posizioni tecniche, e come costruire internamente le competenze del domani, contribuendo alla resilienza e alla sostenibilità del capitale umano. Definita la roadmap del progetto a fine 2024, il 2025 ci vede impegnati nell'implementazione delle iniziative.

Al contempo, anche Asahi Europe & International (AEI), di cui facciamo parte, ha intrapreso a livello regionale un'iniziativa simile chiamata "Skill Quest", che condivide gli obiettivi di "Ready", estendendoli ai mercati di riferimento.

Nel 2024 abbiamo lanciato la prima edizione di **Recruit the Best**, un programma formativo pensato per rafforzare le competenze dei manager coinvolti nei processi di selezione, promuovendo un approccio coerente con i valori aziendali. Il percorso, rivolto in particolare agli Hiring Manager - che in larga parte coincidono con i People Manager - ha coinvolto circa **130 persone**, con l'obiettivo di adottare una metodologia comune nel condurre i colloqui, garantendo coerenza e imparzialità nelle valutazioni, attenzionando soft skills e competenze tecniche e rafforzando un mindset inclusivo.

Oltre a rafforzare le competenze necessarie per un efficace processo di recruiting, nel 2024 abbiamo anche investito nell'innovazione dei processi di selezione del personale, adottando strumenti di digital recruiting basati sull'intelligenza artificiale (AI), con l'obiettivo di migliorare sia l'esperienza delle persone candidate sia l'efficienza interna.

Tra le principali novità, è stato implementato un chatbot all'interno del sito aziendale, pensato per supportare i candidati e gli utenti esterni nella ricerca di informazioni sulle opportunità professionali e sulla cultura aziendale. Il chatbot, attivo 24/7, consente di ottenere risposte immediate e personalizzate, contribuendo a rendere più accessibile il percorso di candidatura. Sul fronte dell'efficienza interna, sono stati automatizzati alcuni passaggi chiave del processo di selezione. In particolare, la pianificazione dei colloqui può ora avvenire in maniera automatica tramite chatbot, riducendo i tempi di attesa e migliorando la gestione operativa delle attività di recruiting. Inoltre, è stato introdotto un sistema di *matching* tra i CV ricevuti e i requisiti delle posizioni aperte, basato su algoritmi di AI, che consente di facilitare e velocizzare la fase di screening, garantendo al contempo una maggiore aderenza tra i profili selezionati e le esigenze aziendali.

PER SAPERNE DI PIÙ



A FIANCO DI PROMAMA CON OFFERTE DI LAVORO A MISURA DI GENITORE

Promama è una start up che opera in ambito HR tech con cui Birra Peroni collabora da settembre 2024. Promama nasce da neo-mamme che dopo aver vissuto l'esperienza in prima persona hanno deciso di costruire una piattaforma che potesse supportare i genitori nel mondo del lavoro. A seguito di una valutazione effettuata tramite il family-friendly index da loro sviluppato, che analizza leve come la flessibilità, il congedo parentale e la cultura aziendale, la nostra azienda è risultata virtuosa per il supporto alla genitorialità e può quindi pubblicare offerte di lavoro sul portale online di Promama.

L'attenzione che dedichiamo all'attrazione dei talenti si traduce, una volta inserite le persone in azienda, in un impegno concreto e costante verso la loro crescita e valorizzazione. Ogni percorso professionale in Birra Peroni si fonda su un dialogo continuo tra individuo e organizzazione, supportato da veri e propri Piani di Sviluppo Individuale pensati per accompagnare ciascuno nel proprio percorso di crescita.

Promuoviamo una cultura interna basata su trasparenza e collaborazione, attraverso strumenti come l'Internal Posting - per condividere le opportunità di carriera all'interno di Birra Peroni e del Gruppo Asahi Europe & International - e una Referral Policy che rafforza il senso di responsabilità diffusa nel segnalare nuovi talenti, valorizzando il contributo attivo della nostra community.

Essere parte di un gruppo internazionale significa poter offrire percorsi professionali variegati, capaci di connettere esperienze, persone, culture e competenze. Crediamo nel valore delle traiettorie non lineari e per questo costruiamo, con il supporto dei nostri team di Talent Management, **Career Path funzionali e Career Outlook personalizzati**, strumenti che aiutano le nostre persone - in particolare i talenti ad alto potenziale - a immaginare e preparare i loro prossimi passi.

I momenti di sviluppo sono scanditi da valutazioni strutturate e conversazioni periodiche, rese più accessibili e trasparenti grazie all'introduzione del sistema gestionale HOPS. Questo approccio ci consente di monitorare e valorizzare i progressi individuali, promuovendo una cultura del riconoscimento, della crescita continua e del merito.



#PEOPLE



Ogni fase del processo di Talent Management è accompagnata da una comunicazione chiara e inclusiva: e-mail dedicate, sessioni informative e spazi di ascolto attivo per raccogliere feedback, domande e suggerimenti. Al termine di ogni sessione, raccogliamo le opinioni delle persone coinvolte attraverso questionari di gradimento, per migliorare costantemente l'efficacia delle nostre azioni.

In linea con i nostri impegni in ambito DE&I, i processi di performance review sono progettati per essere equi, garantendo pari opportunità di valutazione e crescita a tutte le nostre persone.



A confermare la volontà di crescita aziendale e la buona riuscita delle politiche di attrazione e gestione del personale sono i dati.

Le nuove entrate nel 2024 rappresentano un valore pari ad oltre il doppio rispetto alle uscite, in continuità con il trend di crescita di popolazione aziendale del 2023.

NUMERO TOTALE E PERCENTUALE NUOVI ASSUNTI, SUDDIVISI PER ETÀ, GENERE E AREA GEOGRAFICA

Numero di dipendenti in entrata	2022					2023					2024				
	<30 anni	30-50 anni	<30 anni	Totale	%	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	%	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	%
BIRRA PERONI (TOTALE)	39	47	4	90	11,6	47	60	1	108	13	39	77	5	121	13,6
Uomini	20	26	3	49	6,3	36	48	0	84	10,1	22	55	4	81	9,1
Donne	19	21	1	41	5,3	11	12	1	24	2,9	17	22	1	40	4,5
Roma	24	27	1	52	6,7	28	32	1	61	7,4	21	35	3	59	6,6
Uomini	13	14	0	27	3,5	19	23	0	42	5,1	10	21	3	34	3,8
Donne	11	13	1	25	3,2	9	9	1	19	2,3	11	14	0	25	2,8
Milano	8	5	0	13	1,7	2	5	0	7	0,8	3	5	0	8	0,9
Uomini	3	2	0	5	0,6	2	4	0	6	0,7	1	3	0	4	0,4
Donne	5	3	0	8	1,0	0	1	0	1	0,1	2	2	0	4	0,4
Padova	3	8	1	12	1,5	13	9	0	22	2,7	8	19	1	28	3,1
Uomini	1	6	1	8	1,0	11	8	0	19	2,3	5	16	0	21	2,4
Donne	2	2	0	4	0,5	2	1	0	3	0,4	3	3	1	7	0,8
Bari	4	7	2	13	1,7	4	14	0	18	2,2	7	18	1	26	2,9
Uomini	3	4	2	9	1,2	4	13	0	17	2,1	6	15	1	22	2,5
Donne	1	3	0	4	0,5	0	1	0	1	0,1	1	3	0	4	0,4
SAPLO (TOTALE)	0	0	0	0	0,0	0	1	0	1	6,7	0	0	0	0	0,0
Uomini	0	0	0	0	0,0	0	1	0	1	6,7	0	0	0	0	0,0
Donne	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0	0,0



#PEOPLE

NUMERO TOTALE E PERCENTUALE USCITI, SUDDIVISI PER ETÀ, GENDERE E AREA GEOGRAFICA

Numero di dipendenti in uscita	2022					2023					2024				
	<30 anni	30-50 anni	<30 anni	Totale	%	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	%	<30 anni	30-50 anni	>50 anni	Totale	%
BIRRA PERONI (TOTALE)	6	21	7	34	4,4	8	27	19	54	6,5	8	22	28	58	6,5
Uomini	5	17	6	28	3,6	4	22	17	43	5,2	6	18	26	50	5,6
Donne	1	4	1	6	0,8	4	5	2	11	1,3	2	4	2	8	0,9
Roma	4	8	3	15	1,9	7	10	8	25	3,0	4	11	12	27	3,0
Uomini	3	7	2	12	1,5	4	9	6	19	2,3	3	10	10	23	2,6
Donne	1	1	1	3	0,4	3	1	2	6	0,7	1	1	2	4	0,4
Milano	0	2	0	2	0,3	0	4	1	5	0,6	1	4	1	6	0,7
Uomini	0	1	0	1	0,2	0	3	1	4	0,5	0	2	1	3	0,3
Donne	0	1	0	1	0,1	0	1	0	1	0,1	1	2	0	3	0,3
Padova	1	7	3	11	1,4	1	10	6	17	2,1	2	4	7	13	1,5
Uomini	1	6	3	10	1,3	0	7	6	13	1,6	2	4	7	13	1,5
Donne	0	1	0	1	0,1	1	3	0	4	0,5	0	0	0	0	0,0
Bari	1	4	1	6	0,8	0	3	4	7	0,8	1	3	8	12	1,3
Uomini	1	3	1	5	0,6	0	3	4	7	0,8	1	2	8	11	1,2
Donne	0	1	0	1	0,1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0,1
SAPLO (TOTALE)	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0	0,0	0	1	0	1	7,1
Uomini	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0	0,0	0	1	0	1	7,1
Donne	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0	0,0



LA SICUREZZA E IL BENESSERE DI OGNUNO DI NOI PER AMARE LA VITA. OVUNQUE, OGNI GIORNO

In Birra Peroni consideriamo la sicurezza e il benessere delle nostre persone un valore fondamentale. Nel corso del 2024, il Gruppo Asahi ha dato forma a nuova visione globale su questi temi - “La sicurezza e il benessere di ognuno di noi per amare la Vita. Ovunque, ogni giorno” - che abbiamo ufficialmente presentato alla popolazione aziendale in occasione della Convention tenutasi a gennaio 2025.

Si tratta di un programma integrato che promuove il benessere a 360 gradi, includendo gli aspetti fisici, mentali e sociali legati alla sicurezza e al benessere sul lavoro. L'obiettivo è rafforzare la cultura aziendale della prevenzione e della consapevolezza, partendo dalla conoscenza dei rischi potenziali presenti negli ambienti di lavoro fino alla promozione di comportamenti responsabili e stili di vita sani.

La nuova visione si articola su quattro aree principali, la cui implementazione è assicurata dal Well-Being Team, un team cross-funzionale composto da sei colleghi e colleghe provenienti da differenti funzioni, tra cui HR, Health&Safety, Internal Communication, Sustainability e Facility Management.



**La sicurezza e il benessere di
ognuno di noi per amare la Vita.**

Ovunque, ogni giorno.

1

SICUREZZA

2

BENESSERE MENTALE

3

BENESSERE FISICO

4

BENESSERE SOCIALE

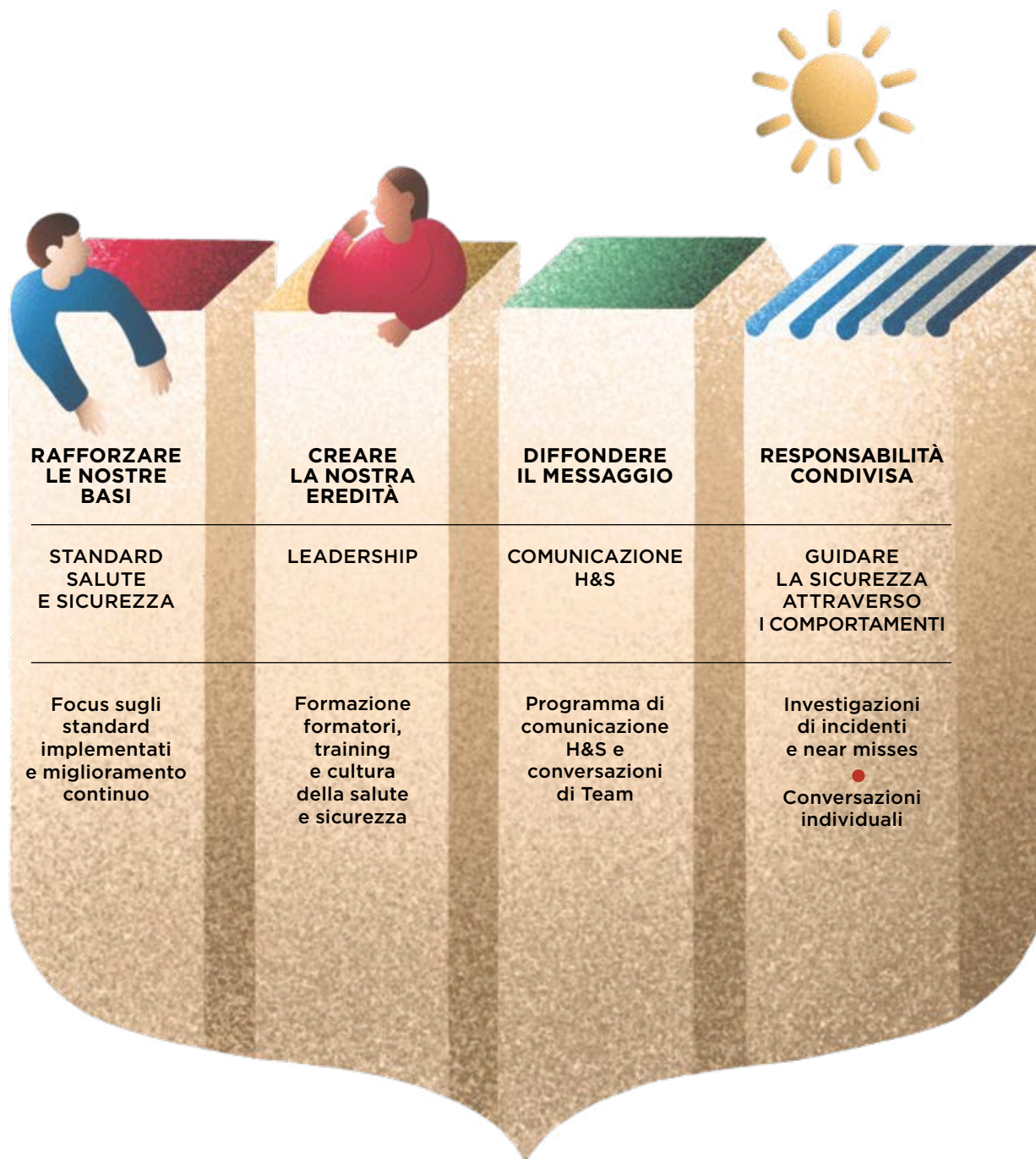


#PEOPLE

1 SICUREZZA

Per noi di Birra Peroni, la sicurezza è un valore. Per questo, operiamo costantemente per garantire la salute e la sicurezza sul lavoro coinvolgendo ogni singola persona e puntando su aspetti fondamentali come il prendersi cura di se stessi e degli altri,

il senso di responsabilità, il confronto e la formazione. Perché la sicurezza non è un concetto astratto, ma un valore aziendale e personale che va costruito con azioni concrete giorno dopo giorno, al lavoro e al di fuori.



CONSAPEVOLEZZA DEL RISCHIO

Nel corso del 2024 sono state intraprese diverse iniziative volte a promuovere la sicurezza sul luogo di lavoro, al fine di rafforzare la gestione della sicurezza all'interno dei siti produttivi, migliorare le condizioni degli ambienti di lavoro e aumentare la consapevolezza dei dipendenti sull'importanza della cura di sé e degli altri. In particolare:

- è stato predisposto un nuovo standard di sicurezza per la gestione delle sostanze pericolose;
- il team Health & Safety è stato potenziato in ciascuno dei tre stabilimenti di Birra Peroni;
- per favorire una diffusione capillare della nostra cultura della salute e sicurezza, in Birra Peroni è presente una risorsa dedicata esclusivamente alla comunicazione positiva ed emozionale in Health & Safety;
- i corsi di guida sicura, inizialmente rivolti alla forza vendita, sono stati estesi anche ai colleghi della funzione Trade Marketing;
- è stata attivata la sorveglianza sanitaria per la funzione Sales, con la nomina di un medico competente a supporto dell'intera forza di vendita.

TUTTI I PLANT DI BIRRA PERONI E SAPLO SONO CERTIFICATI SECONDO LA NORMA UNI ISO 45001:2018,

certificazione internazionale che specifica i requisiti per un sistema di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro (SSL)⁸ e fornisce una guida per il suo utilizzo, al fine di consentire alle organizzazioni di predisporre luoghi di lavoro sicuri e salubri, prevenendo lesioni e malattie correlate al lavoro, nonché migliorando proattivamente le proprie prestazioni relative alla SSL. Il 59% dei lavoratori di Birra Peroni ed il 100% dei lavoratori di Saplo sono coperti dal sistema di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro (SSL) certificato UNI ISO 45001:2023 mentre i restanti dipendenti (lavoratori in ambito commerciale, amministrativo e dipendenti della sede di Assago) sono coperti da un sistema di gestione per la salute e sicurezza sul lavoro (SSL) che segue le linee guida UNI INAIL.



Nel contesto della salute e sicurezza, l'azienda è attenta ad alimentare i processi di coinvolgimento degli stakeholder interessati attraverso riunioni dedicate e l'opportuna condivisione di procedure e/o istruzioni operative e relativi aggiornamenti. Inoltre, in tutti gli uffici e gli stabilimenti produttivi è attivo il **BBS Tool**, uno strumento intuitivo che consente di osservare e segnalare in maniera proattiva i comportamenti di sicurezza e le eventuali condizioni non sicure negli ambienti di lavoro, creando una connessione tra le persone finalizzata e prendersi cura degli altri, dell'ambiente di lavoro e di sé stessi.

Per garantire il mantenimento di un ambiente di lavoro sicuro, è attiva in tutti i siti una procedura che regola:

- le modalità con cui l'organizzazione identifica i pericoli, valuta i rischi e attua le necessarie misure di gestione e controllo dei livelli di sicurezza e salute nei luoghi di lavoro;
- identifica e valuta le possibili opportunità e le necessarie misure per il raggiungimento delle stesse.

Queste attività confluiscono nella stesura e nei successivi aggiornamenti dei Documenti di Valutazione del Rischio (DVR), periodicamente rivisti almeno una volta l'anno e monitorati con i vari componenti del servizio di prevenzione e protezione aziendale tramite riunioni specifiche e definizione dei piani di azione.

Sono, inoltre, messi in atto diversi processi per la consultazione e la partecipazione dei lavoratori e dei rappresentanti dei lavoratori, nello sviluppo, pianificazione, attuazione, valutazione delle prestazioni e delle azioni per il miglioramento del sistema di gestione per la SSL. In più, i lavoratori possono segnalare i pericoli o le situazioni pericolose rivolgendosi al proprio diretto superiore, RLS, via mail o utilizzando apposito tool aziendale.

Il servizio di prevenzione e protezione aziendale risulta, inoltre, sempre disponibile ad accogliere suggerimenti anche in forma anonima, secondo le modalità ritenute più opportune, anche a tutela della privacy e della salvaguardia della salute e sicurezza del lavoratore.

⁸ Il 100% dei dipendenti di Birra Peroni e Saplo sono coperti dal sistema di gestione della salute e sicurezza, sottoposto ad audit interno. In Saplo, l'intera totalità dei dipendenti è coperta dal sistema di gestione della salute e sicurezza sottoposto anche ad audit o certificato da terze parti indipendenti, mentre in Birra Peroni il 59%.



#PEOPLE

I lavoratori per tramite dei propri dirigenti, preposti e del loro RLS sono interessati nello sviluppo e nella revisione delle politiche e degli obiettivi legati alla sicurezza e salute sul lavoro. La diffusione degli impegni e degli obiettivi aziendali dalla direzione ai dipendenti viene svolta per mezzo di riunioni interne.

In tutti i siti è attiva la procedura di gestione della sorveglianza sanitaria per tutti i dipendenti dell'azienda. Le attività di promozione della salute sono effettuate dai medici competenti e dal dipartimento Risorse Umane nel contesto delle attività legate al well-being.



PER SAPERNE DI PIÙ

LA NOSTRA ATTENZIONE ALLA FORMAZIONE H&S

Eroghiamo formazione in materia di salute e sicurezza a tutti i lavoratori, sia in accordo a quanto previsto dalle norme vigenti sia per specifiche esigenze date dalle mansioni svolte dalla risorsa. Queste ultime vengono identificate dal datore di lavoro o da suoi delegati che, in collaborazione con il servizio di prevenzione e protezione, definisce per ogni mansione prevista in azienda i rischi ad essa associati, individuando in tal modo uno dei principali elementi formativi previsti per i lavoratori. E dal Servizio di Prevenzione e Protezione che, in collaborazione con il Medico Competente, sulla base dei rischi analizzati nel Documento di Valutazione dei Rischi, definisce le esigenze formative al fine di garantire che il personale sia a conoscenza dei rischi specifici della propria mansione e dei rischi generici presenti nello stabilimento, ed abbia la consapevolezza e la competenza per operare salvaguardando la sicurezza propria e degli altri soggetti presenti sul luogo di lavoro.

In caso di nuove assunzioni, trasferimento da altre sedi del gruppo, cambio di mansione, introduzione di nuove tecnologie/macchinari o attrezzature, l'RLS è consultato in merito all'organizzazione dei programmi di formazione e informazione in materia di sicurezza e salute sul lavoro, tramite consultazione della Documento di Valutazione dei Rischi nonché durante le riunioni periodiche ai sensi dell'art. 35 del d.lgs. 81/08 durante la quale viene discusso il programma consuntivo della formazione effettuata e la pianificazione della formazione annuale prevista.



Nel 2024, a dimostrazione del grande impegno sul tema e dell'efficacia dei sistemi di gestione messi in atto, si è registrato un sensibile calo dei casi degli infortuni tra i lavoratori dipendenti, pari a 3 a fronte degli 11 nell'anno precedente. Inoltre, tutti gli infortuni registrati sono legati a lesioni superficiali o simili e hanno una gravità ridotta.

I principali rischi identificati per i dipendenti sono quelli più comunemente assimilabili ad un ambiente lavorativo di tipo produttivo, per cui infortuni da contatto con macchinari in movimento, cadute e/o urti. Sono invece pari a 0 i casi di malattia professionale registrati nel 2024.

INFORTUNI SUL LAVORO E CASI DI MALATTIE PROFESSIONALI (LAVORATORI DIPENDENTI)

Numero di infortuni sul luogo di lavoro	2022	2023	2024
BIRRA PERONI			
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili (non gravi)	5	11	3
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	3,9	8,2	2,1
Ore lavorate	1.278.232	1.338.787	1.430.885
Moltiplicatore per il calcolo del tasso di infortunio	1.000.000	1.000.000	1.000.000
SAPLO			
Numero totale di infortuni sul lavoro registrabili (non gravi)	0	0	0
Tasso di infortuni sul lavoro registrabili	0	0	0
Ore lavorate	28.320	26.948	26.097
Moltiplicatore per il calcolo del tasso di infortunio	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Numero di casi di malattia professionale	2022	2023	2024
BIRRA PERONI			
Numero totale di casi di malattia professionale registrabili	0	1	0
di cui casi di decesso causati da malattia professionali	0	0	0
SAPLO			
Numero totale di casi di malattia professionale registrabili	0	0	0
di cui casi di decesso causati da malattia professionali	0	0	0



In calo anche gli infortuni tra i lavoratori non dipendenti di Birra Peroni, dimezzati rispetto all'anno precedente, da quattro a due, a testimonianza dell'impegno condiviso nella promozione di una cultura Health & Safety che abbraccia tutti coloro che quotidianamente prestano servizio negli uffici e negli stabilimenti produttivi⁹.

⁹ Tra i lavoratori non dipendenti di Birra Peroni, il tasso di infortuni sul lavoro registrabili nel 2024 è pari a 3,8. Tutti gli infortuni registrati per i non dipendenti sono categorizzati come "non gravi". Nel 2023 e 2024, la società Saplo non ha registrato infortuni per personale non dipendente.



#PEOPLE



PER SAPERNE DI PIÙ

SAFETY DAY

Venerdì 17 maggio 2024, tutti i dipendenti degli stabilimenti Birra Peroni di Bari, Padova e Roma, della malteria Saplo di Pomezia e della Direzione Generale di Roma, hanno sospeso le consuete attività lavorative per prendere parte al Safety Day.

L'edizione del 2024 ha posto l'accento sul messaggio "Ognuno è responsabile per le proprie azioni" e ha affrontato il tema del microclima nei luoghi di lavoro, promuovendo una riflessione condivisa sul benessere e la sicurezza.

Per valorizzare appieno l'iniziativa, negli stabilimenti di Bari, Roma-Pomezia e Padova la produzione e la logistica sono state sospese per cinque ore, consentendo a tutti i dipendenti di prendere parte ad attività interattive di confronto, collaborazione e formazione.

Presso la Direzione Generale, i colleghi hanno assistito a uno spettacolo di improvvisazione teatrale dedicato alla sicurezza sul lavoro, mentre alla forza vendita è stata dedicata una sessione online interattiva focalizzata sul tema della sicurezza.





BENESSERE MENTALE

Sentirsi al sicuro dal punto di vista del benessere mentale in azienda è essenziale per lavorare serenamente e con motivazione. Per questo, ci preoccupiamo del benessere di tutti, creando senso di appartenenza e favorendo lo spirito di collaborazione e la creatività per rendere il lavoro più gratificante e produttivo.

Particolare rilevanza è data al **programma di assistenza ai dipendenti** (EAP), che supporta i dipendenti di Birra Peroni, Saplo e le loro famiglie su temi come quelli finanziari, legali, di salute mentale e benessere. Il programma aiuta a gestire problematiche personali o professionali, offrendo soluzioni pratiche. Il servizio è esterno a Birra Peroni, gratuito, anonimo, totalmente confidenziale e disponibile 24 ore su 24, 7 giorni su 7, 365 giorni all'anno.

L'attenzione verso il benessere mentale delle Persone si declina anche attraverso una **politica aziendale orientata al risultato**, in virtù della quale Birra Peroni ha eliminato qualsiasi vincolo di orario di ingresso e di uscita, ad esclusione dei colleghi di plant coinvolti nei turni di produzione.

Per facilitare l'equilibrio tra vita privata e lavoro, per le posizioni in ufficio, è possibile **lavorare**

da remoto fino a 11 giorni al mese, fruibili anche a metà giornata e senza giorni prestabiliti, con una maggiore flessibilità per i genitori con figli fino ai 6 anni e in caso di specifiche esigenze personali.

Allo stesso tempo, viene incentivato l'utilizzo delle ferie, riconoscendo il valore del riposo come elemento essenziale per una reale conciliazione tra sfera personale e professionale.

Nel 2023, è stato rinnovato il contratto integrativo per il periodo 2023-2025, introducendo numerose iniziative dedicate al benessere delle persone in Birra Peroni. Le politiche di welfare sono un elemento centrale per l'azienda, offrendo ai dipendenti e alle loro famiglie servizi complementari alla retribuzione. Ogni dipendente ha a disposizione un budget da utilizzare su una piattaforma di welfare dedicata per spese quotidiane, come attività sportive, visite mediche, cinema, trasporti pubblici e istruzione per i figli.

Nel 2024 abbiamo introdotto in azienda l'utilizzo di Wellhub, una piattaforma a supporto del benessere delle nostre persone e dei loro familiari, che offre un ampio ventaglio di servizi dedicati alla salute mentale. Tra questi, spiccano sessioni di mindfulness e programmi per la gestione dello stress, oltre a percorsi di psicoterapia e coaching individuale.



BENESSERE FISICO

Alle persone che lavorano con noi e ai loro familiari mettiamo a disposizione molti strumenti e iniziative per prendersi cura del proprio benessere fisico, promuovendo l'adozione di un'alimentazione equilibrata e di attività fisica regolare.

Come Birra Peroni aderiamo ai **Fondi FASA e FASI**, fondi di assistenza sanitaria di natura contrattuale che forniscono assistenza sanitaria integrativa ai lavoratori del settore alimentare e ai loro familiari, riservati rispettivamente a operai / impiegati e dirigenti. L'assistenza può essere erogata in due differenti modalità:

richiedendo il rimborso di prestazioni eseguite presso strutture sanitarie o medici specialisti non convenzionati oppure prenotando le visite - attraverso la propria area riservata - direttamente presso strutture convenzionate Unisalute.

Oltre ai servizi dedicati al benessere mentale, la piattaforma Wellhub consente ai dipendenti e ai propri familiari l'accesso completo alla migliore rete al mondo per il **fitness**, l'**alimentazione** e il **sonno**. Inoltre, aderendo a Wellhub, è possibile partecipare a **#IMove**: la sfida a punti che valorizza l'attività fisica quotidiana attraverso il tracciamento dei passi e i check-in nei centri sportivi.



#PEOPLE

4 BENESSERE SOCIALE

Per noi, benessere sociale vuol dire creare un'infinità di occasioni per sentirsi molto più che semplici colleghi, condividendo momenti e iniziative capaci di unire, emozionare, divertire e renderci migliori.

Organizziamo momenti di incontro con tutte le persone di Birra Peroni, come **Connection Meeting** e **Convention**: occasioni preziose per conoscere meglio la strategia e le priorità aziendali, confrontarci su idee e spunti di riflessione ma soprattutto per stare insieme e conoscerci meglio. Inoltre, per vivere da vicino i nostri brand, realizziamo attivazioni interne che ci permettono di scoprirne le novità in anteprima, prima ancora che arrivino ai consumatori.

Riconoscere il valore del lavoro di ognuno di noi è un aspetto fondamentale del benessere sociale in Birra Peroni. Per questo, attraverso diversi programmi di valorizzazione, celebriamo l'impegno, la collaborazione e i successi delle nostre persone. Tra questi, i Better Together Awards, gli MD's Awards, le menzioni speciali dell'EXCO durante i Connection Meeting, il Be Proud Award e altre iniziative dedicate. Momenti che rafforzano il senso di appartenenza e ci ricordano che ogni contributo è importante per il nostro successo.



PER SAPERNE DI PIÙ

CALCIO BALILLA AZIENDALE: SPORT, INCLUSIONE E SPIRITO DI SQUADRA

Nel 2024 abbiamo organizzato i primi due tornei di calcio balilla, in collaborazione con la Lega Italiana Calcio Balilla. I tornei hanno coinvolto un ampio e variegato gruppo di partecipanti provenienti dallo Stabilimento di Roma e dall'Headquarter, tra cui persone di diversi team, età e genere, facendo sì che l'iniziativa fosse un momento di aggregazione e divertimento per tutti. Il successo dell'evento ha dimostrato quanto sia importante promuovere attività che favoriscono la collaborazione e il benessere all'interno della nostra azienda.







#PLANET

2023-2024

-7% CO₂

per ettolitro di birra prodotta nei nostri birrifici¹

**Performance idrica record
a 2,87 hl/hl²**

-1,7% rispetto al 2023

**Innovazione tecnologica
per l'efficienza idrica**

**99% dei rifiuti prodotti
avviato a recupero**

(riciclo o riutilizzo)

Impegno per il
**miglioramento continuo
lungo la catena del valore**

Campus Peroni

centro d'eccellenza per qualità, innovazione
e sostenibilità in agricoltura

+ 750 agricoltori italiani

coinvolti in percorsi di digitalizzazione
e supporto alle decisioni in campo

¹ Emissioni di CO₂ Scope 1 + Scope 2 Market Based registrate tra il 2023 ed il 2024 per i tre stabilimenti produttivi di Birra Peroni.

² Prelievo idrico per ettolitro di birra prodotta nei nostri birrifici.

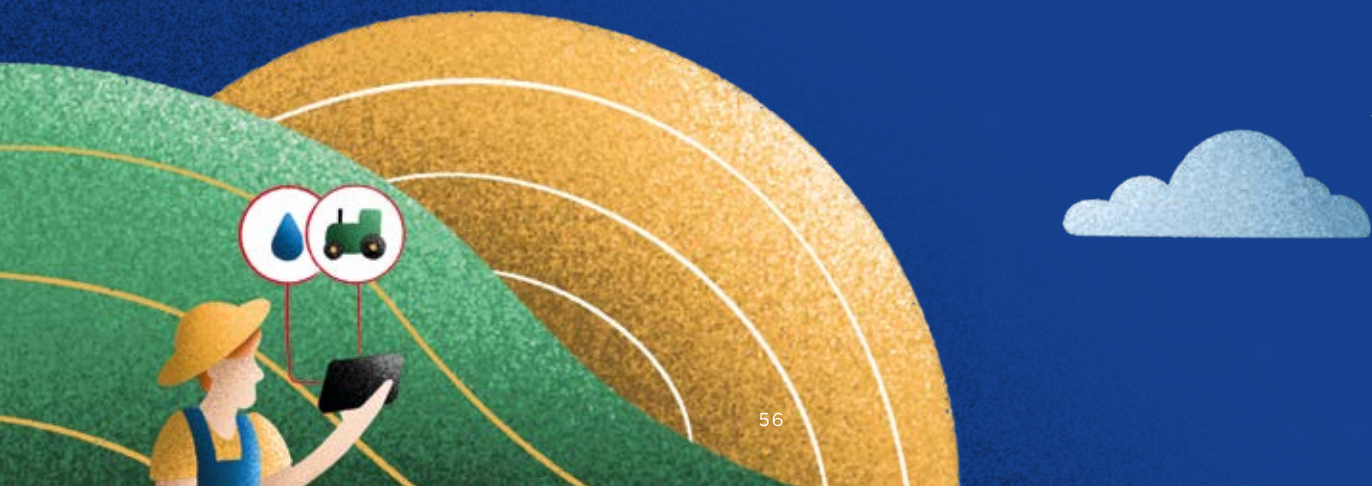


el 2024 in Italia sono stati prodotti **oltre 17 milioni di ettolitri di birra**, impiegando **quasi 300.000 mila tonnellate di materie prime tra malto d'orzo, cereali, luppolo e lieviti**, oltre a **70 milioni di ettolitri d'acqua ed oltre 120 milioni di kWh di energia utilizzata**.

Allo stesso tempo, nel 2024 la temperatura media globale ha superato per la prima volta la soglia di 1,5°C rispetto all'era preindustriale: la soglia stabilita dall'accordo di Parigi per ridurre significativamente i rischi e gli impatti dei cambiamenti climatici. In un contesto in cui le richieste dei consumatori sono attente alle tematiche di sostenibilità e i rischi legati ai cambiamenti climatici sono sempre più rilevanti per le imprese, si osserva ad un progressivo cambiamento del paradigma delle conversazioni legate all'ambiente: concretezza e competitività sono al centro del nuovo dibattito. In tale contesto, la collaborazione tra le parti sarà chiave per attuare in modo efficiente piani di transizione utili a mitigare gli impatti ambientali, abbattere i rischi e migliorare la capacità di adattamento delle filiere produttive.

Per saperne di più e riferimenti:

AssoBirra, Annual Report 2024 - Copernicus, Global Climate Highlights 2024.





#PLANET

È ormai evidente come competitività del settore produttivo e benessere del pianeta siano legati a doppio filo.

Oggi più che mai, alcune delle sfide odierne possono sembrare più grandi di noi: dall'identificazione di nuove tecnologie per la riduzione delle emissioni in atmosfera, ai processi trasformativi legati al packaging, alla gestione della crescente severità idrica, alle soluzioni per favorire la prosperità sostenibile del settore agricolo, preservando la qualità delle materie prime. Temi, questi, che nessuno può affrontare da solo o da sola e che richiedono visione, impegno e - soprattutto - collaborazione.

In Birra Peroni crediamo che solo attraverso un impegno condiviso sia possibile generare un impatto ambientale positivo, concreto e duraturo, capace di mitigare gli impatti generati e ridurre nel tempo i potenziali rischi associati. Il 2024 è stato testimone del continuo impegno profuso nei percorsi di decarbonizzazione dei nostri stabilimenti produttivi, così come per la promozione di una gestione sempre più attenta ed integrata della risorsa idrica e un'attenzione crescente verso i temi di economia circolare.

In tal senso, collaborazione ed innovazione si sono rivelati elementi imprescindibili, capaci di rafforzarsi a vicenda.

Un esempio virtuoso di questo approccio è Campus Peroni, piattaforma di dialogo e confronto tra mondo agricolo, accademico e industriale, che nel corso dell'anno ha continuato a rappresentare uno spazio strategico per lo sviluppo di progettualità orientate alla sostenibilità della filiera agricola. Questi risultati sono il frutto di un lavoro di squadra: dalle colleghe e dai colleghi impegnati negli stabilimenti produttivi, ai partner lungo la filiera agricola e produttiva e agli altri attori che direttamente o indirettamente contribuiscono a creare soluzioni sempre nuove. È grazie a questa rete, solida e coesa, che possiamo trasformare tali sfide in opportunità di innovazione, competitività e crescita condivisa.

Il nostro impegno per il pianeta vuole essere concreto, figlio delle nostre ambizioni per il futuro in quanto parte della nostra identità. Per fare la differenza, continueremo a metterlo in pratica con trasparenza, responsabilità e spirito di collaborazione.



ANDREA SUTTI

Integrated Supply Chain Director
- Birra Peroni



FEDERICO SANNELLA

Corporate Affairs Director
- Birra Peroni

BUONA LETTURA!

L'ENERGIA E LE EMISSIONI

Lavoriamo ogni giorno per individuare soluzioni di efficientamento energetico e favorire una giusta transizione verso l'utilizzo di fonti rinnovabili, in linea con il nostro piano di decarbonizzazione.

L'energia, elettrica o termica che sia, rappresenta un elemento fondamentale per il funzionamento dei nostri impianti produttivi.

In quest'ottica, il monitoraggio dei consumi e l'identificazione di opportunità di miglioramento continuo si concentrano in particolare sulle seguenti aree prioritarie:

SAPLO



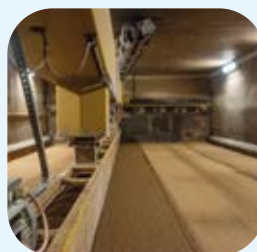
GERMINAZIONE DELL'ORZO:

per mantenere i semi di orzo a temperatura controllata e favorirne la corretta germinazione.



MACERAZIONE DELL'ORZO:

per far assorbire all'orzo l'acqua e l'ossigeno necessario per iniziare il processo di germinazione.



ESSICCAZIONE:

per favorire le trasformazioni che danno al malto le caratteristiche aromatiche richieste e rendere il prodotto stabile per la conservazione e il trasporto al birrificio.





#PLANET

In considerazione della rilevanza del tema per Birra Peroni ed il Gruppo Asahi, **tutti gli stabilimenti produttivi in Italia sono certificati in conformità con le Norme UNI EN ISO 14001:2015** (in materia di sistemi di gestione ambientale) e **UNI CEI EN ISO 50001:2018** (in materia di sistemi di gestione per l'energia). Per entrambe le società, Birra Peroni e Saplo, un **Energy Manager** coordina le attività di analisi degli usi e consumi energetici per identificare le relative opportunità di miglioramento continuo.



BIRRA PERONI



SALA COTTE E CARICAMENTO MATERIE PRIME:

per alimentare le principali lavorazioni riguardanti la macinazione del malto, l'ammostatura nei tini di miscela, la chiarificazione del mosto nel tino di filtrazione, la cottura nella caldaia di cottura e la separazione dei coaguli proteici e sostanze insolubili tramite il sistema Whirlpool.



CANTINE:

per assicurare una corretta maturazione e stagionatura a freddo della birra alla temperatura più adatta all'azione del lievito.



FILTRAZIONE:

per alimentare i macchinari di filtrazione della birra dai residui di lievito e renderla limpida e chimicamente stabile.



CONFEZIONAMENTO:

per alimentare le linee di confezionamento della birra in fusti, lattine e bottiglie, imballandola poi nei packaging secondari per essere distribuita.

EFFICIENTAMENTO ENERGETICO

Negli ultimi anni, l'azienda ha sviluppato **sistemi di produzione sempre più efficienti**, capaci di utilizzare **meno energia a parità di produzione**. Nel corso del 2024, sono proseguiti gli interventi di ottimizzazione e miglioramento continuo dei processi produttivi, frutto delle idee e della professionalità delle persone di Birra Peroni e Saplo e in connessione con le pratiche di **World Class Manufacturing (WCM)**.

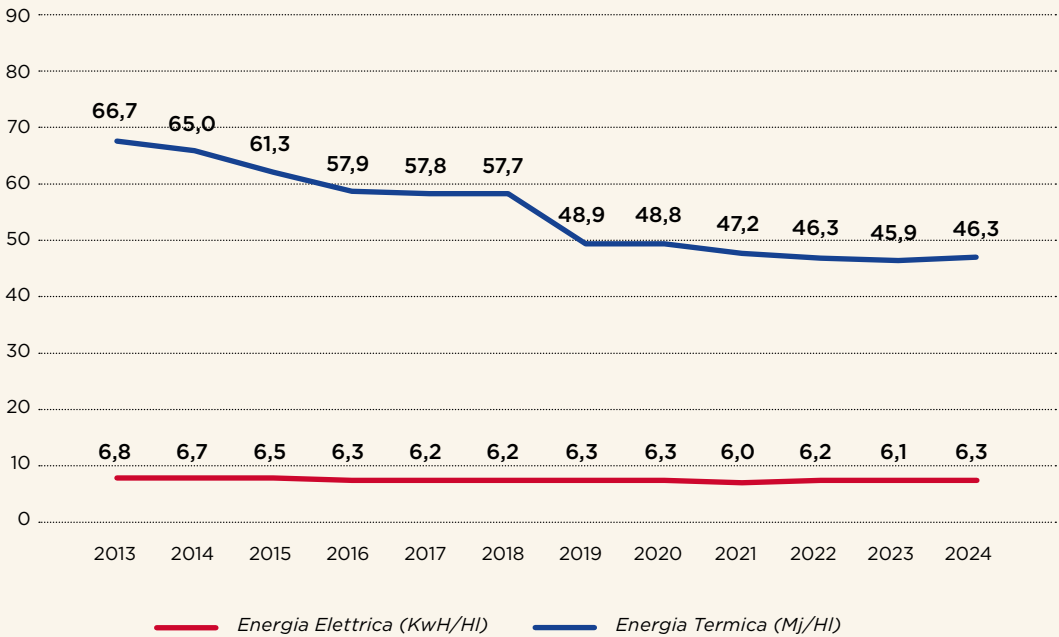
Birra Peroni segue con attenzione le evoluzioni tecnologiche di riferimento, integrando gradualmente le innovazioni in grado di supportare il percorso avviato.

In questo ambito si inseriscono anche le **prime applicazioni di modelli di intelligenza artificiale**, approfondite nel box a pagina 66.

Tutto ciò consente a Birra Peroni di favorire percorsi di miglioramento continuo che possano determinare una maggiore efficienza energetica generale del processo produttivo.

L'analisi periodica dei dati energetici avviene su base settimanale, anche grazie all'ausilio di sistemi di raccolta dati informatizzati.

CONSUMI ENERGETICI / HL DI BIRRA PRODOTTA (BIRRIFICI BIRRA PERONI)





#PLANET

Per il 2024, i consumi energetici totali di Birra Peroni si attestano a 461.873 GJ in aumento rispetto ai 439.243 GJ dell'anno precedente, di cui circa 448.303 legati agli stabilimenti produttivi.

CONSUMI ENERGETICI DI BIRRA PERONI E SAPLO IN GJ

Consumi energetici (GJ)	2022	2023	2024
BIRRA PERONI (TOTALE)	446.884	439.243	461.873
di cui, totale stabilimenti	434.333	426.058	448.303
di cui, stabilimento di Bari	139.526	140.757	144.510
di cui, stabilimento di Roma	161.572	162.010	177.413
di cui, stabilimento di Padova	133.234	123.291	126.380
di cui, consumi flotta auto	7.668	7.836	8.122
di cui, Direzione Generale Roma	4.883	5.348	5.448
SAPLO (TOTALE)	120.923	118.344	117.946
di cui, stabilimento	120.817	118.229	117.826
di cui, consumi flotta auto	106	115	120



CONSUMI ENERGETICI IN GJ - BIRRA PERONI (DETTAGLIO)

Fonte energetica	2022	2023	2024
CONSUMI ENERGIA TOTALI	446.884	439.243	461.873
di cui, vettori energetici ad uso riscaldamento/produzione	276.919	269.190	295.009
di cui, gas naturale ¹	244.893	240.151	271.627
di cui, biogas	32.026	29.039	23.382
di cui, carburante per mezzi aziendali (include flotta auto)	11.308	10.664	9.967
di cui, gasolio	9.289	8.116	7.366
di cui, benzina	2.018	2.530	2.406
di cui, HVO	0	18	193
di cui, GPL	0	0	2
di cui, energia elettrica acquistata da rete	123.394	126.563	151.533
di cui, acquistata da fonti rinnovabili	123.394	3600	3.960
di cui, acquistata da fonti non rinnovabili	0	122.963	147.573
di cui, Energia elettrica autoprodotta da fonte rinnovabile	3.438	3.532	2.622
di cui, autoprodotta e consumata	295	303	319
di cui, autoprodotta e venduta/ceduta in rete	3.142	3.229	2.303
di cui, energia elettrica autoprodotta da fonte non rinnovabile	24.734	24.223	729
di cui, autoprodotta e consumata	22.700	22.613	729
di cui, autoprodotta e venduta/ceduta in rete	2.033	1.610	0
di cui, teleriscaldamento	7.093	5.071	2.012
di cui, prodotti da fonti rinnovabili	848	1.823	1.229
di cui, prodotti da fonti non rinnovabili	6.245	3.248	783



¹ Per il 2024, per il solo stabilimento produttivo di Roma, ai fini della rendicontazione sono stati utilizzati i valori derivanti dal sistema di gestione interno e non da fatturazione, per sopperire ad un problema tecnico che ha interessato il relativo PDR.



#PLANET

CONSUMI ENERGETICI IN GJ - SAPLO (DETTAGLIO)

Fonte energetica	2022	2023	2024
CONSUMI ENERGIA TOTALI	120.923	118.344	117.946
di cui, vettori energetici ad uso riscaldamento/produzione	96.703	94.554	93.632
di cui, gas naturale	96.703	94.554	93.632
di cui, carburante per mezzi aziendali (include flotta auto)	106	115	120
di cui, gasolio	11	0	1
di cui, benzina	95	115	119
di cui, energia elettrica acquistata da rete	22.277	23.675	24.194
di cui, acquistata da fonti rinnovabili	22.277	0	9.000
di cui, acquistata da fonti non rinnovabili	0	23.675	15.194
di cui, energia elettrica autoprodotta da fonte non rinnovabile	1.836	0	0
di cui, autoprodotta e consumata	1.401	0	0
di cui, autoprodotta e venduta/ceduta in rete	435	0	0

In tutti i reparti produttivi di Birra Peroni, l'efficientamento energetico è una priorità perseguita attraverso pratiche strutturate e condivise, come ad esempio:

- gli operatori possono segnalare in tempo reale eventuali anomalie o dispersioni energetiche attraverso un apposito sistema informativo;
- vengono svolti controlli periodici, con cadenza almeno settimanale, per individuare potenziali sprechi e definire azioni di miglioramento mirate;
- sono organizzate regolarmente settimane Kaizen, dedicate anche all'efficienza energetica, durante le quali team multidisciplinari si concentrano sull'ottimizzazione dei processi produttivi;
- in ogni stabilimento è presente un Energy Supervisor che, in coordinamento con l'Energy Manager, monitora i consumi e promuove piani di miglioramento condivisi con il personale;
- nei reparti di produzione sono disponibili monitor utili a mostrare in tempo reale i consumi effettivi, gli obiettivi prefissati e i risultati ottenuti grazie alle azioni correttive implementate.

NUOVI PROCESSI E TECNOLOGIE

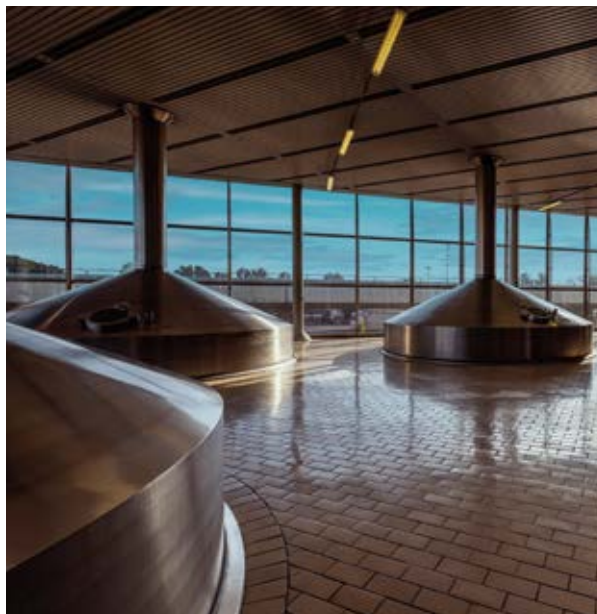
Da diversi anni gli stabilimenti di Bari, Roma e Padova producono mosto con ebollizione “dinamica”; un processo che ha come effetto un minor consumo di vapore nella sala cotte. In alcuni impianti sono stati installati inverter per modulare la velocità dei motori in base alle reali necessità dei processi produttivi.

La produzione è stata resa più efficiente attraverso l’ottimizzazione di temperature, pressioni e durata per ciascuno dei processi in cui si prevedono scambi energetici.

Durante la produzione del mosto, l’energia termica consumata in sala cotte viene recuperata tramite condensazione dei vapori generati in caldaia di cottura.

Negli ultimi anni Birra Peroni ha effettuato investimenti nel campo dell’innovazione tecnologica introducendo dispositivi moderni e più performanti. Tra i più recenti, si segnala l’introduzione di nuovi macchinari più efficienti ed ecologici volti a ridurre al minimo le emissioni di CO₂ e a tenere sotto controllo le emissioni di Ossidi di Azoto (NOx), attualmente mantenute molto al di sotto dei livelli consentiti.

Contestualmente, sono presenti sistemi di illuminazione a basso consumo energetico presso tutti gli stabilimenti di produzione di Birra Peroni. Inoltre, i tubi e serbatoi dei macchinari sono coibentati per garantire una minore dispersione di calore e un conseguente risparmio di energia. Con la stessa finalità, sono stati effettuati lavori di ammodernamento e ottimizzazione per il controllo della centrale termica.



Nel corso del 2024, in particolare, si segnalano le seguenti attività di miglioramento continuo:

- presso lo stabilimento di Roma, la dismissione dell’impianto di cogenerazione alimentato a metano, per ottimizzare ulteriormente le emissioni di CO₂ in futuro con nuove tecnologie.
- presso lo stabilimento di Bari è stato ulteriormente ottimizzato il funzionamento dell’impianto solare termico inaugurato nel 2023 contribuendo a una maggiore integrazione delle fonti rinnovabili nei processi produttivi. Sempre a Bari, a partire dal mese di marzo, è entrato in funzione un nuovo generatore di vapore ad alta efficienza, in grado di ridurre i consumi energetici e le relative emissioni in atmosfera.
- presso gli stabilimenti di Bari e Padova, sono stati realizzati importanti interventi di ottimizzazione dei generatori di vapore, migliorandone l’interfaccia con i processi di produzione della birra per aumentarne l’efficienza complessiva.
- infine, nello stabilimento di Padova è stato sostituito il bruciatore del generatore di vapore con una versione tecnologicamente avanzata e ad alta efficienza.





PER SAPERNE DI PIÙ

IL PROGETTO HISTORIAN PER L'OTTIMIZZAZIONE DEL PROCESSO PRODUTTIVO

Nel 2025 è stato avviato il progetto Historian, con l'obiettivo di ottimizzare i processi produttivi degli stabilimenti di Roma, Bari e Padova attraverso una raccolta dati strutturata ed efficiente. Il progetto è partito con un focus sulle linee di imbottigliamento, consentendo il monitoraggio in tempo reale di indicatori chiave come lo stato delle macchine, la velocità di produzione, gli ettolitri lavorati e gli eventuali stop di macchine e/o operatori.



Tutti i dati rilevati vengono visualizzati tramite delle dashboard che permettono un'analisi puntuale delle performance produttive e supportano la pianificazione futura attraverso una logica predittiva. In ottica di miglioramento continuo, è attualmente in corso l'estensione del sistema anche alle altre fasi del processo produttivo, col fine ultimo di integrare all'interno delle dashboard il monitoraggio del consumo energetico, fornendo una visione unificata e centralizzata dell'efficienza operativa.

OTTIMIZZAZIONI NELLA PRODUZIONE DEL MALTO



Nel 2024, la malteria di Saplo ha avviato il progetto *Rawboost*, volto a testare nuove modalità per ridurre la durata della fase di essiccazione del malto all'interno del processo produttivo.

La nuova modalità operativa comporta due benefici rilevanti: da un lato, una diminuzione del consumo di energia termica stimata pari all'1% per tonnellata di malto lavorato; dall'altro, un incremento della produttività complessiva, grazie alla possibilità di gestire un numero maggiore di batch nel corso dell'anno, grazie al tempo ridotto necessario per ogni ciclo di essiccazione.

Il progetto *Rawboost* rappresenta un esempio concreto di come l'ottimizzazione di singole fasi del processo possa generare impatti positivi sia in termini di efficienza energetica sia di capacità produttiva, contribuendo agli obiettivi di sostenibilità ambientale e competitività industriale.

PER SAPERNE DI PIÙ



LE DECLINAZIONI DELL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE NEL PROCESSO PRODUTTIVO

Il Team di Ingegneria di Birra Peroni ha individuato nell'Intelligenza Artificiale un'ulteriore opportunità inesplorata come fattore di miglioramento, immaginando un nuovo modello operativo flessibile e competitivo che apportasse valore aggiunto ai processi tradizionali, confermando la centralità delle persone nello sviluppo e nella gestione di nuove tecnologie.

In tal senso, il team ha sviluppato un progetto per la creazione di un modello di Intelligenza Artificiale che, basato su algoritmi, riesce a predire la quantità di energia termica necessaria allo stabilimento, migliorando così l'efficienza delle caldaie e riducendo il consumo di gas metano e le relative emissioni di gas a effetto serra in atmosfera. L'algoritmo predittivo è stato sviluppato tramite il processamento di più di 88.000 dati storici.

Dal 2024, stiamo collaborando con l'Università Federico II di Napoli per estendere il modello anche alla produzione del freddo, necessaria nella fase di raffreddamento del processo produttivo.

Abbiamo inoltre contribuito alla raccolta dati per lo sviluppo del Progetto Bridge di Omnia Technologies, avviato nel 2025 e volto a realizzare un modello di Intelligenza Artificiale, tecnologicamente innovativo e predittivo, per supportare i mastri birrai e i birrifici durante il processo di fabbricazione della birra. In particolare, il nostro stabilimento di Padova, attraverso la condivisione di oltre 117.000 parametri, ha consentito di arricchire e testare il modello predittivo, contribuendo al suo miglioramento.





#PLANET

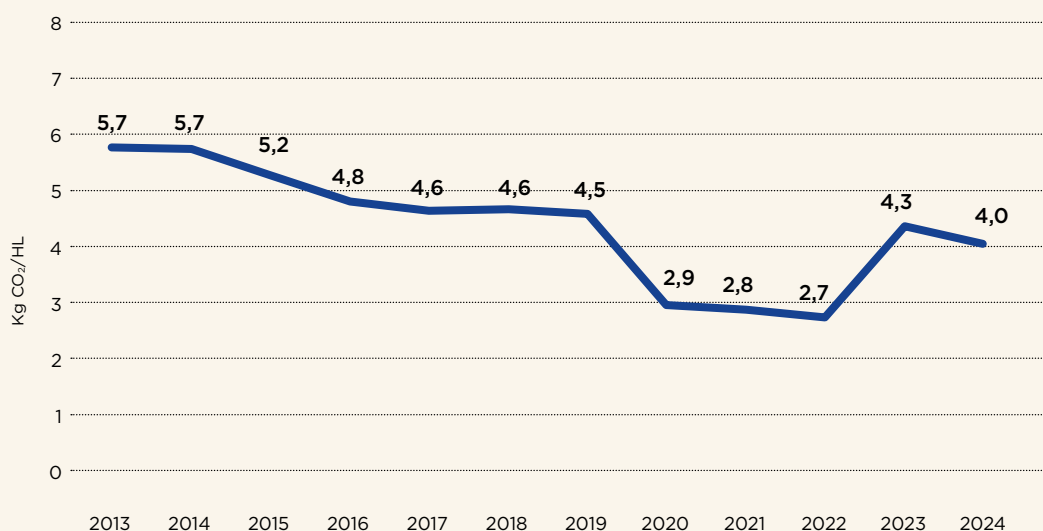
IL PERCORSO DI DECARBONIZZAZIONE

L'impegno di Birra Peroni in ambito di decarbonizzazione è evidenziato dall'andamento negli anni delle emissioni di gas a effetto serra associato agli stabilimenti produttivi. Dal 2019, infatti, l'impegno profuso da Birra Peroni in ambito di efficientamento energetico

e progressiva ricerca di fonti energetiche rinnovabili ha portato ad una riduzione di circa il **30% nel rapporto di KgCO₂ per ettolitro di birra prodotta tra il 2013 ed il 2024²**.

In particolare, tale valore si riduce del 7% tra il 2023 e il 2024.

EMISSIONI CO₂/HL DI BIRRA PRODOTTA (BIRRIFICI BIRRA PERONI)



Con particolare riferimento al biennio 2023-2024, e considerando anche i consumi energetici della flotta auto aziendale e della Direzione Generale, **le attività di Birra Peroni sono legate a emissioni di CO₂ (Scope 1 + Scope 2 Market Based) pari a 26.466 tCO₂**, in diminuzione rispetto alle 28.716 dell'anno precedente. Infatti, nonostante un aumento dei consumi, il mix energetico utilizzato ha permesso di ridurre gli impatti ambientali in termini di emissioni. Lo stesso dato risulta invece in aumento rispetto al 2022, a seguito della scelta adottata dal 2023 di non acquistare energia elettrica coperta da Garanzie di Origine

a fronte dell'avvenuta sottoscrizione di un contratto VPPA che si prevede possa iniziare a generare benefici dal 2025, come meglio esplicitato nel presente capitolo.

Trend in decrescita anche per Saplo, con 6.538 tCO₂ totali (Scope 1 + Scope 2 Market Based) registrate nel 2024 a fronte delle 7.578t del 2023.

Il trend delle emissioni di CO₂ è invece negativo se si considerano le emissioni di Scope 1 + Scope 2 Location-Based, in seguito all'aumento dei consumi registrato nel corso dell'anno di rendicontazione.

² La serie di dati si riferisce alle emissioni di gas a effetto serra Scope 1 + Scope 2 Market Based registrate tra il 2013 ed il 2024 per i tre stabilimenti produttivi di Birra Peroni. La riduzione delle emissioni di CO₂/HL degli anni 2020, 2021 e 2022 è legata alla scelta di acquisire energia elettrica proveniente da fonti rinnovabili coperta da Garanzie di Origine. Tale scelta non è stata confermata per il 2023, vista la decisione strategica di azzerare le emissioni in atmosfera di Scope 2 attraverso VPPA, come meglio esplicitato all'interno del presente paragrafo.

EMISSIONI DIRETTE ED INDIRETTE DI CO₂

Emissioni di Gas a Effetto Serra (Tonnellate) ³	2022			2023			2024		
	Scope 1 ⁴	Scope 2 - Location Based ⁵	Scope 2 - Market Based ⁶	Scope 1	Scope 2 - Location Based	Scope 2 - Market Based	Scope 1	Scope 2 - Location Based	Scope 2 - Market Based
BIRRA PERONI									
Birra Peroni (totale)	15.422	13.239	3.293	15.350	12.298	13.366	17.370	10.827	9.096
di cui, stabilimenti	14.860	12.738	2.792	14.777	11.796	13.089	16.788	10.439	8.999
di cui, stabilimento di Bari	4.753	3.928	0	4.690	3.521	4.035	5.005	3.574	3.291
di cui, stabilimento di Roma	5.345	5.141	2.792	5.409	5.336	5.686	7.101	3.997	3.684
di cui, stabilimento di Padova	4.761	3.688	0	4.678	2.938	3.367	4.682	2.867	2.024
di cui, flotta	563	0	0	574	0	0	582	0	0
di cui, Direzione Generale	0	502	0	0	502	277	0	388	98
SAPLO									
Saplo (totale)	5.690	1.912	0	5.559	1.762	2.019	5.542	1.084	996
di cui, stabilimento	5.679	1.912	0	5.547	1.762	2.019	5.530	1.084	996
di cui, flotta	11	0	0	12	0	0	12	0	0

Con l'ambizione di **azzerare le emissioni di Scope 2 Market Based entro la fine del 2025**, già dal 2022 **Birra Peroni ha sottoscritto un contratto di VPPA** - Virtual Power Purchase Agreement - **attraverso il quale punta a coprire l'intero fabbisogno di energia elettrica**.

Alla luce dei tempi di implementazione previsti per l'attivazione degli impianti da parte del partner, si prevede per l'anno 2025 anche l'utilizzo di Garanzie di Origine al fine di rispettare gli impegni di decarbonizzazione previsti in ambito di energia elettrica.

3 Le emissioni Outside of Scope di Birra Peroni e Saplo per il 2022 ammontano a 1.611 tCO₂, per il 2023 a 1.462 tCO₂, per il 2024 a 1.175.

4 Per il calcolo delle emissioni Scope 1 sono stati utilizzati i seguenti fattori di emissione: per il gas naturale 2,019 tCO₂/1000Smc per il 2024; 2,004 tCO₂/1000Smc per il 2023 e 1,991 tCO₂/1000Smc (Fonte: Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica 2024, 2023 e 2022); per il gasolio per autotrazione 3,150 tCO₂/t per il 2024, il 2023 e il 2022 (Fonte: ISPRA 2024, 2023 e 2022); per la benzina per autotrazione 3,152 tCO₂/t per il 2024, il 2023 e il 2022 (Fonte: ISPRA 2024, 2023 e 2022); per il biogas 0,00000145395 tCO₂/Smc per il 2024; 0,00000142134 tCO₂/Smc per il 2023 e 0,00000140207 per il 2022 (Fonte: Defra 2024, 2023 e 2022); per i gas refrigeranti è stata presa come fonte Defra 2024, 2023 e 2022.

5 Per il calcolo delle emissioni Scope 2 Location-Based sono stati utilizzati i seguenti fattori di emissione: 0,000309 tCO₂/KWh per il 2022; 0,000268 tCO₂/KWh per il 2023 e 0,000256 tCO₂/KWh per il 2024 (Fonte: ISPRA).

6 Per il calcolo delle emissioni Scope 2 Market-Based sono stati utilizzati i seguenti fattori di emissione: 0,000307 tCO₂/KWh per il 2022 e il 2023 e 0,000236 tCO₂/KWh per il 2024 (Fonte: ENGIE).



#PLANET



PER SAPERNE DI PIÙ



COS'È UN VPPA?

Un VPPA, Virtual Power Purchase Agreement, è un contratto finanziario per la fornitura di energia rinnovabile che prevede: a) la consegna fisica di energia dal produttore/fornitore alla rete elettrica generale; b) un impegno commerciale tra produttore/fornitore e cliente per fissare il prezzo per chilowattora dell'elettricità relativamente al fabbisogno energetico contrattualizzato. In tal senso, la quota di energia rinnovabile prodotta dal produttore/fornitore è considerata assorbita indirettamente dal cliente con il quale è stipulato l'accordo, evitandone così una errata doppia allocazione sul mercato.

Tutti i Birrifici di Birra Peroni sono dotati di impianti di recupero di CO₂ al fine di recuperare la CO₂ emessa durante la fase di fermentazione. In particolare, il mosto è composto da diversi zuccheri. Durante la fase di fermentazione, il lievito assimila questi zuccheri producendo CO₂, etanolo, ed altri composti. La quantità di CO₂ prodotta per ciascun tipo di zucchero dipende dalla dimensione delle molecole e dal numero di atomi di carbonio. Grazie agli impianti di recupero CO₂ installati presso i nostri birrifici, l'anidride carbonica prodotta nella fase di fermentazione viene recuperata al 100% e reimpressa in bottiglia a protezione delle nostre birre.

Nel sito di Bari, è in funzione il campo solare termico da più di 600 mq, sviluppato in collaborazione con Absolicon per contribuire alla decarbonizzazione del sito. I collettori brevettati Absolicon T160 trasformano in energia termica la radiazione solare catturata, permettendo una riduzione dei consumi di gas metano con una conseguente riduzione delle emissioni di CO₂.



PER SAPERNE DI PIÙ



INSIEME FACCIAMO LA DIFFERENZA: IL CLIMATE CITY CONTRACT DI PADOVA

Il Comune di Padova ha firmato nel 2024 il Climate City Contract (CCC) con l'obiettivo di raggiungere la neutralità climatica entro il 2030. Il CCC è un documento programmatico che delinea la strategia e le azioni per la decarbonizzazione della città, coinvolgendo stakeholder pubblici e privati. Birra Peroni, operante sul territorio attraverso il suo stabilimento di Padova, è tra i firmatari di tali accordi per il Clima, impegnandosi concretamente alla riduzione delle emissioni in sinergia con gli altri attori del territorio.

L'ACQUA

Con il Gruppo Asahi Europe & International ci siamo prefissati l'obiettivo di raggiungere i 2,75 litri di acqua per litro di birra prodotta entro il 2030. Siamo attenti a migliorare i processi produttivi per limitare al massimo gli sprechi e la quantità di acqua necessaria.

L'acqua è l'ingrediente principale di tutte le birre, rappresentando la componente più significativa in termini di volume. Inoltre, riveste un ruolo cruciale nel garantire il corretto svolgimento di numerosi processi industriali ausiliari, tra cui si riportano i più rilevanti:



SAPLO



MACERAZIONE DELL'ORZO:

versato nelle vasche di macero (serbatoi cilindro-conici in acciaio), l'orzo selezionato rimane per circa un giorno in alternanza tra fasi d'immersione in acqua e fasi di stazionamento senza acqua. Durante questo tempo l'orzo assorbe l'acqua e l'ossigeno necessario per far iniziare il processo di germinazione e raggiungere il giusto livello di umidità, circa il 40%.





#PLANET



LAVAGGI:

l'acqua è utilizzata per il lavaggio delle tubazioni e dei serbatoi dei macchinari. Particolare attenzione è dedicata all'ottimizzazione di tempi, livelli di pressione, temperature e portate dei volumi di acqua utilizzati per i lavaggi. Parte dell'acqua viene riutilizzata in altri processi laddove i requisiti di qualità lo consentono.



SPINTE DEI PRODOTTI:

l'acqua è utilizzata per spingere mosto e birra nelle tubazioni degli impianti. Particolare attenzione è dedicata alle tecniche di calcolo applicate ai tempi e ai volumi di acqua necessari a movimentare le materie prime e la birra. Parte dell'acqua utilizzata per le spinte di mosto e birra nelle tubazioni viene recuperata e riutilizzata in altri processi (ad esempio pastorizzazione o le pulizie generali).



PASTORIZZAZIONE:

l'acqua è utilizzata per l'alimentazione dei pastorizzatori tunnel. Particolare attenzione è posta all'utilizzo di acqua di recupero da altri processi produttivi e all'ottimizzazione dell'automazione del pastorizzatore - tramite l'uso di tubi di bilanciamento ed inverter per il pompaggio dell'acqua. Parte dell'acqua usata per il processo di pastorizzazione viene inoltre recuperata e riutilizzata in altri processi.



PACKAGING:

l'acqua è utilizzata per il processo di imbottigliamento dei prodotti: per il risciacquo e lavaggio delle bottiglie, per la lubrificazione dei nastri di trasporto, per il lavaggio degli impianti. Particolare attenzione è posta all'automazione degli impianti e alla lubrificazione dei nastri trasportatori con prodotti più performanti.

EFFICIENTAMENTO IDRICO

Birra Peroni promuove un uso responsabile e consapevole dell'acqua attraverso il monitoraggio continuo dei propri processi produttivi, supportato da analisi periodiche con cadenza settimanale.

Il significativo trend di riduzione dei consumi idrici registrato negli ultimi anni è il risultato di un impegno costante nell'adozione di tecnologie innovative e nel perfezionamento continuo dei processi. Un ruolo determinante è stato svolto anche dal coinvolgimento attivo del personale. La collaborazione tra le diverse funzioni aziendali - dalle aree operative come Sala Cotte, Filtrazione, Cantine, Packaging e Utilities, fino all'Ingegneria e alla Direzione Centrale - ha favorito la condivisione di idee e soluzioni concrete, rafforzando una cultura aziendale orientata all'efficienza e alla sostenibilità.

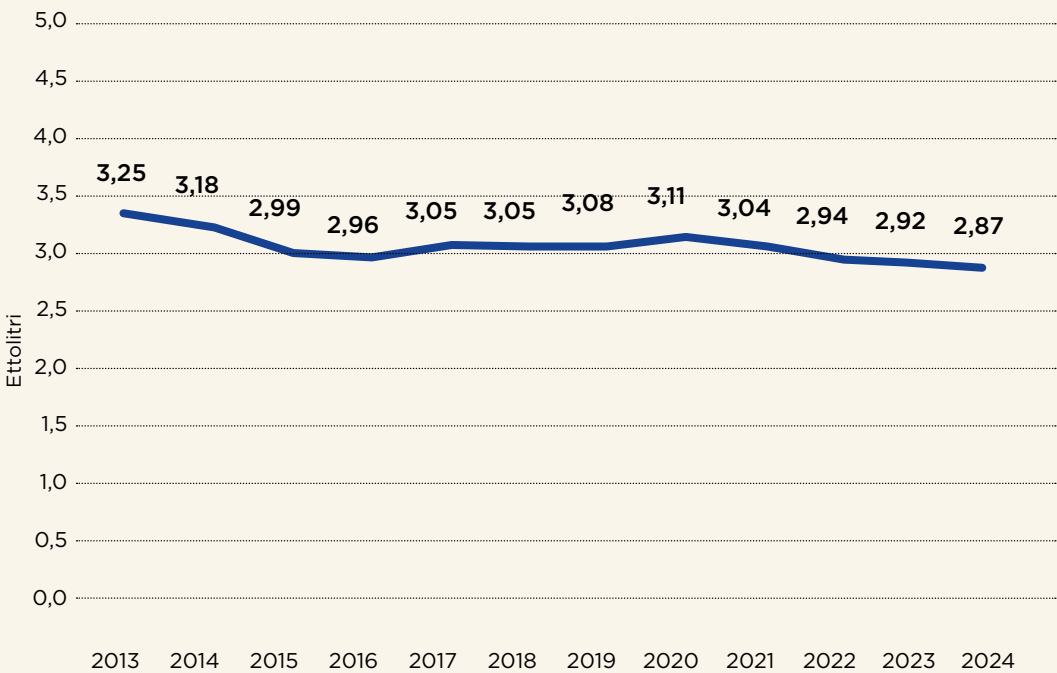
Questo approccio integrato trova piena espressione nel modello World Class Manufacturing (WCM), adottato da Birra Peroni, che punta alla riduzione

sistematica di ogni tipo di spreco e perdita, contribuendo a migliorare anche le performance ambientali.

L'acqua viene utilizzata da Birra Peroni sia negli impianti produttivi sia, in misura minore, negli uffici. In particolare, il consumo idrico della Direzione Generale di Roma - limitato all'uso sanitario - è monitorato separatamente grazie a un sotto-contatore dedicato, che consente di distinguerlo dal consumo industriale. Anche se marginale, questo consumo viene tenuto sotto controllo settimanale, così da identificare tempestivamente eventuali anomalie e garantire un uso sempre più efficiente della risorsa.

L'impegno sviluppato in questo ambito ha permesso a Birra Peroni di registrare nel 2024 il dato record di performance idrica di 2,87 litri di acqua prelevata per litro di birra prodotta presso i nostri birrifici, in riduzione dell'1,7% rispetto al 2023 e dell'11,7% rispetto al 2013.

PRELIEVI IDRICI PER ETTOLITRO DI BIRRA PRODOTTA (BIRRIFICI BIRRA PERONI)





#PLANET

Con particolare riferimento al triennio 2022-2024, i prelievi idrici di Birra Peroni e di Saplo sono riportati all'interno della seguente tabella.

PRELIEVO IDRICO (MEGALITRI) - BIRRA PERONI E SAPLO

Fonte del prelievo	2022		2023		2024	
	Tutte le aree	di cui, aree a stress idrico ⁷	Tutte le aree	di cui, aree a stress idrico	Tutte le aree	di cui, aree a stress idrico
PRELIEVO IDRICO TOTALE STABILIMENTI BIRRA PERONI	1.890,3	592,4	1.904,7	592,6	1.851,3	624,1
di cui, acqua sotterranea ⁸	155,3	1,4	151,8	1,4	139,2	1,4
di cui, acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	153,9	0	150,4	0	137,8	0
di cui, altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
di cui, risorse idriche di terze parti	1.734,9	591,0	1.752,9	591,1	1.712	622,7
di cui, acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	1.734,9	591,0	1.752,9	591,1	1.712	622,7
di cui, altre tipologie di acqua (>1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	0	0	0	0	0	0
PRELIEVO IDRICO TOTALE HEADQUARTER BIRRA PERONI	2,2	0	1,8	0	1,3	0
di cui, risorse idriche di terze parti	2,2	0	1,8	0	1,3	0
di cui, acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	2,2	0	1,8	0	1,3	0
PRELIEVO IDRICO TOTALE SAPLO⁹	1.509,2	1.509,2	1.534,4	1.534,4	1.534,2	1.534,2
di cui, acqua sotterranea	1.509,2	1.509,2	1.534,4	1.534,4	1.534,2	1.534,2
di cui, acqua dolce (≤1.000 mg/l di solidi disciolti totali)	1.509,2	1.509,2	1.534,4	1.534,4	1.534,2	1.534,2

In tutti i reparti degli stabilimenti produttivi di Birra Peroni, l'attenzione volta alla minimizzazione dei prelievi idrici è raggiunta attraverso pratiche mirate come ad esempio:

- automazione dei processi, in modo che il processo sia sempre uguale a sé stesso, ottimizzato e ripetibile;
- controllo e misurazione della qualità dell'acqua impiegata in ogni fase del processo e dei C.I.P., attraverso il confronto con TGT di riferimento.

⁷ Per il 2022, 2023 e 2024 sono state considerate aree a stress idrico le aree di Bari (BIRRA PERONI) e di Pomezia (SAPLO). Per individuare le aree a stress idrico è stato utilizzato lo strumento "Aqueduct Water Risk Atlas" consultabile al seguente indirizzo: <https://www.wri.org/aqueduct>.

⁸ Il dato sul prelievo idrico da acque sotterranee degli stabilimenti di Birra Peroni relativo al 2022 è leggermente inferiore rispetto a quanto riportato nel Rapporto sullo Sviluppo Sostenibile 2023 a causa dell'individuazione di un refuso.

⁹ Il dato sul prelievo idrico di Saplo è stato riesposto rispetto a quanto riportato nel Rapporto sullo sviluppo sostenibile 2023 a seguito di un miglioramento nel processo di raccolta dei dati.

NUOVI PROCESSI E TECNOLOGIE

Già da diversi anni Birra Peroni ha adottato nei propri stabilimenti l'utilizzo di sonde per la misurazione della qualità dell'acqua, intesa come quantità di inquinante presente all'interno dell'acqua stessa. In questo modo, i volumi di acqua utilizzata in processi primari (che richiedono esclusivamente acqua di acquedotto o di qualità superiore), fino a quando presentano caratteristiche adeguate e ottimali allo scopo, vengono recuperati e riutilizzati in tutti quei processi dove è richiesta acqua di qualità "industriale" (Condensatori e Torri evaporative).

Nel 2024, Birra Peroni ha continuato a investire in interventi mirati all'ottimizzazione della gestione della risorsa idrica, con l'obiettivo di ridurre i consumi e incrementare l'efficienza dei propri processi produttivi.

Presso lo stabilimento di Padova è stato avviato il rifacimento e l'ammodernamento di parte della rete di distribuzione idrica interna, migliorandone la funzionalità e riducendo le dispersioni. Nello stabilimento di Bari è stata introdotta una gestione automatizzata della distribuzione dell'acqua di recupero, che consente un impiego più efficiente delle risorse idriche all'interno del sito.

Tutti i nostri birrifici sono dotati di impianti avanzati per il trattamento delle acque reflue, basati su processi combinati anaerobici e aerobici. Inoltre, attraverso la fase di trattamento anaerobico, viene generato biogas che utilizziamo all'interno degli stabilimenti, contribuendo alla riduzione delle emissioni di CO₂.

Per Saplo, sono proseguite le attività di ricerca per valutare l'efficacia di processi innovativi volti a ridurre i prelievi idrici.



PER SAPERNE DI PIÙ



UNA NUOVA RICETTA PER LA MONO IMMERSIONE DEL MALTO

Nel corso del 2024, Saplo ha avviato un progetto pilota dedicato alla sperimentazione di una nuova ricetta per la produzione del malto, che prevede la mono immersione dell'orzo in fase di germinazione, con risultati promettenti in termini di efficienza idrica a parità di fattori qualitativi. Questa soluzione, attualmente in fase di test, consente infatti un risparmio d'acqua compreso tra il 20% e il 25% per tonnellata di malto trattato, con punte che arrivano fino al 35%. Questa sperimentazione traccia una direzione concreta verso una produzione sempre più sostenibile e competitiva, in linea ai nostri ambiziosi obiettivi.

GESTIONE RESPONSABILE DELLE RISORSE IDRICHE

Alla luce di un contesto in continua evoluzione, stiamo progressivamente espandendo la nostra strategia di sostenibilità con riferimento all'acqua verso una visione più integrata dei cicli e degli ecosistemi naturali. In tal senso, stiamo attualmente lavorando per rafforzare i coordinamenti e le collaborazioni con partner esterni, abbracciando progressivamente una prospettiva sempre più ampia, che includa gli aspetti legati alla gestione responsabile delle risorse idriche nel contesto agricolo e della catena del valore nel suo insieme. In tale contesto, si iscrive ad esempio la nostra prima partecipazione in qualità di partner al Forum Acqua organizzato da Legambiente in collaborazione di Utilitalia e con focus sul rapporto tra acqua e agricoltura.

L'evento, arrivato alla sua sesta edizione nel mese di ottobre 2024, ha visto il patrocinio del Ministero dell'Ambiente e della Sicurezza Energetica e della Regione Lazio.



#PLANET

In ottica di miglioramento continuo ed in linea ad una visione sempre più integrata, per questa edizione del Rapporto di Sviluppo Sostenibile abbiamo promosso una prima raccolta e stima dei consumi idrici, intesi come i volumi di acqua prelevata che non viene restituita direttamente

all'ambiente o a una fonte idrica dopo il suo utilizzo. In altre parole, i consumi idrici rappresentano la differenza tra l'acqua effettivamente prelevata (water withdrawal) e l'acqua restituita direttamente all'ambiente (water discharge) a valle del processo produttivo.



In tal senso, si stima per il 2024 un consumo idrico effettivo di Birra Peroni, di circa 794 megalitri per il 2024, di cui 338 da aree a stress idrico; e di 307 megalitri per Saplo.

CONSUMO IDRICO (MEGALITRI) - BIRRA PERONI E SAPLO

Consumo idrico	2022		2023		2024	
	Tutte le aree	di cui, aree a stress idrico ¹⁰	Tutte le aree	di cui, aree a stress idrico	Tutte le aree	di cui, aree a stress idrico
BIRRA PERONI	825,8	336,6	829,4	339,6	793,9	337,9
SAPLO	301,8	301,8	306,9	306,9	306,6	306,6

¹⁰ Per il 2022, 2023 e 2024 sono state considerate aree a stress idrico le aree di Bari (BIRRA PERONI) e di Pomezia (SAPLO). Per individuare le aree a stress idrico è stato utilizzato lo strumento "Aqueduct Water Risk Atlas", indicatore "Overall Water Risk", consultabile al seguente indirizzo: <https://www.wri.org/aqueduct>.

LA GESTIONE EFFICIENTE DEI RIFIUTI

Birra Peroni ha l'obiettivo di azzerare la percentuale di rifiuti avviati a smaltimento in discarica entro il 2030. Un traguardo ambizioso, supportato da una gestione dei rifiuti già oggi altamente efficiente, come evidenziato dalle performance eccellenti riportate di seguito.

IL RICICLO VIRTUOSO

Nel 2024, rispetto alle circa 10.646 tonnellate di rifiuti prodotti¹¹, il 99% sono stati avviati a recupero (riciclo o riutilizzo). Tutto ciò è stato possibile grazie anche all'impegno profuso dall'azienda in merito alla minimizzazione degli scarti della produzione.

In quest'ambito, risultati significativi sono stati ottenuti grazie all'adozione di un modello industriale avanzato che, attraverso l'approccio World Class Manufacturing (WCM), ha contribuito negli ultimi anni a rendere i processi legati ai rifiuti sempre più sostenibili. La maggior parte dei rifiuti generati dagli stabilimenti deriva dagli scarti del processo di confezionamento, comprendendo materiali come vetro, carta e cartone, polietilene e plastica, legno, ferro, acciaio e alluminio.

RIFIUTI PRODOTTI DA BIRRA PERONI E SAPLO

Rifiuti prodotti (Tonnellate)	2022	2023	2024
TOTALE RIFIUTI	10.697	10.994	10.646
di cui, rifiuti non pericolosi	10.666	10.949	10.597
<i>di cui, avviati a smaltimento (D)</i>	<i>24</i>	<i>13</i>	<i>66</i>
<i>di cui, avviati a recupero (R)</i>	<i>10.641</i>	<i>10.936</i>	<i>10.531</i>
di cui, rifiuti pericolosi	31	45	49
<i>di cui, avviati a smaltimento (D)</i>	<i>6</i>	<i>8</i>	<i>9</i>
<i>di cui, avviati a recupero (R)</i>	<i>25</i>	<i>37</i>	<i>40</i>

¹¹ I rifiuti presi in considerazione per Birra Peroni fanno riferimento esclusivamente a quelli generati negli stabilimenti produttivi di Roma, inclusa la malteria di Saplo, Padova e Bari.



#PLANET

Nell’ambito dei processi di miglioramento continuo, nel 2024 abbiamo ottimizzato la raccolta dei dati relativi ai rifiuti avviati a smaltimento e recupero, garantendo una visione di dettaglio sulle destinazioni finali.

RIFIUTI AVVIATI A SMALTIMENTO DI BIRRA PERONI E SAPLO

Rifiuti avviati a smaltimento (Tonnellate)	2024			
	In loco	Presso un sito esterno	Totale	% del totale
TOTALE	0	75	75	100%
di cui, rifiuti non pericolosi	0	66	66	88%
<i>di cui, incenerimento con recupero di energia</i>	<i>0</i>	<i>4</i>	<i>4</i>	<i>5%</i>
<i>di cui, incenerimento senza recupero di energia</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0%</i>
<i>di cui, discarica</i>	<i>0</i>	<i>62</i>	<i>62</i>	<i>95%</i>
<i>di cui, altre operazioni di smaltimento</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0%</i>
di cui, rifiuti pericolosi	0	9	9	12%
<i>di cui, incenerimento con recupero di energia</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0%</i>
<i>incenerimento senza recupero di energia</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0%</i>
<i>di cui, discarica</i>	<i>0</i>	<i>9</i>	<i>9</i>	<i>100%</i>
<i>di cui, altre operazioni di smaltimento</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>0%</i>



RIFIUTI AVVIATI A RECUPERO DI BIRRA PERONI E SAPLO

Rifiuti avviati a recupero (Tonnellate)	2024			
	In loco	Presso un sito esterno	Totale	% del totale
TOTALE	407	10.164	10.571	100%
di cui, rifiuti non pericolosi	406	10.125	10.531	100%
<i>di cui, riutilizzo</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0%</i>
<i>di cui, riciclaggio</i>	<i>0,0</i>	<i>10.125</i>	<i>10.125</i>	<i>96%</i>
<i>di cui, altre operazioni di recupero</i>	<i>406</i>	<i>0,0</i>	<i>406</i>	<i>4%</i>
di cui, rifiuti pericolosi	1	39	40	0%
<i>di cui, riutilizzo</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0%</i>
<i>di cui, riciclaggio</i>	<i>0,0</i>	<i>39</i>	<i>39</i>	<i>98%</i>
<i>di cui, altre operazioni di recupero</i>	<i>1</i>	<i>0,0</i>	<i>1</i>	<i>2%</i>

I rifiuti speciali pericolosi (pari allo 0,005% circa sul totale nel 2024) sono costituiti perlopiù da oli esausti presenti all'interno dei macchinari, luci neon esaurite e toner per stampanti per uffici. Il trasporto e lo smaltimento dei rifiuti speciali pericolosi vengono effettuati da società esterne autorizzate e specializzate.

VALORIZZAZIONE DEI SOTTOPRODOTTI DEL PROCESSO

I principali sottoprodotti del processo produttivo della birra sono le trebbie (bucce del malto che risultano dalla produzione del mosto), i lieviti e l'alcol derivante dai processi di dealcolizzazione. Le trebbie e i lieviti sono scarti organici vegetali di lavorazione che vengono rivenduti a società dell'industria alimentare e impiegati come mangimi e cosmetica. Anche i fanghi risultanti dal processo di depurazione delle acque reflue degli stabilimenti vengono centrifugati, disidratati e riutilizzati in agricoltura. L'intero processo risponde ai vincoli normativi in vigore e, periodicamente, un laboratorio di analisi

indipendente verifica che la composizione dei fanghi sia conforme ai requisiti per il riutilizzo in agricoltura.

Anche i processi produttivi di Saplo sono associati a possibilità di valorizzazione di alcuni sottoprodotti. In particolare, dal processo di maltazione è possibile recuperare le radichette - *le piccole radici che si formano durante la germinazione e che si staccano durante l'essiccamento del malto* - e il cosiddetto orzetto, sottoprodotto del processo di lavorazione dell'orzo a seguito della sua prepulitura e calibrazione per avvio a maltazione.



IL NOSTRO IMPEGNO LUNGO LA CATENA DEL VALORE

VERSO EMISSIONI NET-ZERO AL 2040

Oltre all'impegno profuso per la riduzione dei consumi energetici e delle emissioni di gas a effetto serra legate ai propri stabilimenti produttivi, Birra Peroni è attenta ed impegnata nel percorso verso emissioni net-zero al 2040. In tale contesto, le emissioni Scope 3 sono aumentate del 7% circa dal 2023 al 2024, passando da 368.059 tCO₂ nel 2023 a 392.010 tCO₂ nel 2024. Tale trend evidenzia sfide sistemiche di rilievo che potremo affrontare ancora meglio lavorando insieme lungo la catena del valore.

EMISSIONI DI GAS EFFETTO SERRA SCOPE 3 DI BIRRA PERONI¹²

tCO ₂ e	2022	2023	2024
TOTALE EMISSIONI DI SCOPE 3	369.238	368.059	392.010
<i>di cui Imballaggi</i>	<i>167.973</i>	<i>169.008</i>	<i>192.079</i>
<i>di cui Logistica</i>	<i>92.250</i>	<i>85.582</i>	<i>90.370</i>
<i>di cui Raffreddamento prodotti</i>	<i>34.261</i>	<i>36.615</i>	<i>39.689</i>
<i>di cui Agricoltura</i>	<i>39.501</i>	<i>40.859</i>	<i>40.973</i>
<i>di cui Brewed operations</i>	<i>9.791</i>	<i>9.694</i>	<i>9.984</i>
<i>di cui Ingredients: Processing</i>	<i>7.735</i>	<i>6.849</i>	<i>7.341</i>
<i>di cui Business Travel</i>	<i>507</i>	<i>492</i>	<i>1.146</i>
<i>di cui: waste generated in operations</i>	<i>346</i>	<i>377</i>	<i>138</i>
<i>di cui: employee commuting</i>	<i>119</i>	<i>123</i>	<i>126</i>
<i>di cui: spend</i>	<i>16.755</i>	<i>18.460</i>	<i>10.164</i>

Nelle pagine successive si riportano i principali elementi di interesse per le principali categorie di riferimento.

¹² La metodologia di calcolo delle emissioni di gas a effetto serra Scope 3 è stata aggiornata, includendo la raccolta continua di dati primari dai fornitori e la revisione, il perfezionamento e la standardizzazione delle metodologie di calcolo dettagliate nelle varie regioni di AEI, compresa l'Italia. Ciò si applica non solo ai dati per l'anno 2024, ma anche ai dati storici (2019-2023), con conseguente aggiornamento dei dati sulle emissioni Scope 3 che erano stati precedentemente comunicati per il 2022 e 2023.

IMBALLAGGI

Birra Peroni ha l'obiettivo di raggiungere una quota del 100% di packaging riutilizzabile o riciclabile entro il 2030. Tenere tra le mani una bottiglia di Peroni è un gesto che evoca un senso di appartenenza, condivisione e autenticità italiana. Dietro ogni bottiglia, cassa e fusto c'è un approccio responsabile alla gestione e riduzione del packaging, che unisce rispetto per la tradizione e attenzione alle sfide ambientali. In quest'ottica, Birra Peroni, lavorando costantemente a fianco dei propri fornitori, è impegnata nella ricerca di soluzioni per ridurre la propria impronta ambientale anche in relazione ai materiali utilizzati per il confezionamento dei prodotti lavorando.

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

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

Per la produzione della sua birra e del relativo packaging, Birra Peroni utilizza diversi materiali, tra cui acciaio, alluminio, carta, legno, plastica e vetro.





#PLANET

PRINCIPALI MATERIALI UTILIZZATI DA PERONI E SAPLO

Principali materiali utilizzati (Tonnellate) ¹³	2022	2023	2024
BIRRA PERONI			
Materiale	Totale	Totale	Totale
Vetro	267.801	248.925	261.890
Acciaio	2.841	2.885	2.858
Alluminio	1.457	1.742	1.588
Plastica	543	542	683
Carta	22.143	22.293	21.989
Legno	2.281	2.300	2.375
Totale	297.066	278.687	291.383
SAPLO			
Materiale	Totale	Totale	Totale
Plastica	4	5	5
Legno	88	77	103
Carta	9	24	0
Totale	101	106	108

Tra i progetti realizzati nel corso del 2024 per ridurre il quantitativo di imballaggi si segnalano i nuovi format di packaging primario utilizzati per Peroncino e Peroni Gran Riserva.

Le nuove bottiglie, sono più leggere delle precedenti rispettivamente del 33% e del 17% per ettolitro confezionato, con conseguenti vantaggi in termini di sostenibilità ambientale e competitività economica.

¹³ In ottemperanza agli standard di rendicontazione GRI, occorre distinguere tra materiali da fonti non rinnovabili - a cui appartengono le categorie di vetro, acciaio, alluminio e plastica - e materiali da fonti rinnovabili - a cui appartengono le categorie di carta e legno. Per il 2024, il totale dei materiali da fonti non rinnovabili utilizzati da Birra Peroni e Saplo per realizzare e confezionare i propri prodotti ammonta a 267.024 tonnellate; il totale dei materiali da fonti rinnovabili ammonta a 24.467 tonnellate.

LOGISTICA

La birra prodotta negli stabilimenti di Bari, Roma e Padova viene distribuita su tutto il territorio nazionale attraverso partner logistici selezionati, incaricati della consegna presso i diversi punti di distribuzione.

Nel costante impegno per il miglioramento delle performance logistiche, Birra Peroni lavora quotidianamente alla razionalizzazione della rete distributiva, ottimizzando il carico dei mezzi di trasporto e riducendo i chilometri percorsi. Questo approccio consente di incrementare la soddisfazione dei clienti e di ridurre l'impatto ambientale indiretto.

Per promuovere una maggiore attenzione alle tematiche ambientali lungo tutta la filiera logistica, Birra Peroni prevede in tutti i contratti di trasporto l'obbligo di utilizzare esclusivamente veicoli con motorizzazione Euro 5 o Euro 6, assicurando così un livello minimo di emissioni in linea con le migliori tecnologie disponibili e scalabili oggi sul mercato.

Nel 2024, Birra Peroni ha continuato a valorizzare le opportunità offerte dal **trasporto intermodale** - combinando camion, nave e treno - per ottimizzare l'efficienza logistica e ridurre le emissioni. Circa 12.000 Hl di birra sono stati movimentati tra gli stabilimenti di Bari e Padova attraverso queste modalità, con conseguenti benefici in termini di emissioni in atmosfera. Per monitorare in tempo reale i flussi di trasporto e migliorare le capacità di analisi, ci avvaliamo della piattaforma **Shippeo**, che consente di tracciare i percorsi effettuati e identificare aree di ottimizzazione futura.



In quest'ottica, sono state sviluppate sinergie specifiche con i partner della filiera logistica. In particolare, al fine di minimizzare i Km percorsi a vuoto a fronte dei Km totali, prosegue la collaborazione con CHEP per accedere alla rete di pallet condivisi nella formula del pooling.

Al 31 dicembre 2024, il 94% della flotta di carrelli attivi nei magazzini di Birra Peroni è composto da carrelli ad alimentazione elettrica a sostituzione dei carrelli precedentemente alimentati a gasolio.





#PLANET

RAFFREDDAMENTO PRODOTTI

Il settore della birra è da sempre collegato alla catena del freddo. La qualità delle frigo vetrine e degli impianti di raffreddamento forniti da Birra Peroni ai clienti dei settori On-Premise ed Off-Premise influisce direttamente sull'esperienza dei consumatori finali. In tal senso, gli impianti di raffreddamento rivestono un'importanza cruciale non solo dal punto di vista identitario e culturale, ma anche dal punto di vista tecnico-ingegneristico, in relazione ai consumi energetici ed ai relativi impatti ambientali.

Birra Peroni è attenta a realizzare piani rigorosi di manutenzione e sostituzione delle frigo vetrine

in uso, puntando su soluzioni tecnologicamente avanzate e sempre più efficienti dal punto di vista energetico, con relativi benefici di carattere economico per i clienti, ed ambientali diretti ed indiretti.

In coerenza con gli obiettivi aziendali legati alla soddisfazione dei clienti e al miglioramento delle performance ambientali, negli ultimi anni si è posta particolare attenzione alla dismissione di frigo vetrine di classe energetica E, F, G (oltre 10.500 nel 2021), scegliendo per l'acquisto di nuovi prodotti esclusivamente articoli con classe energetica B, da 1.712 nel 2022 a 3.608 nel 2024.

LA CLASSE ENERGETICA DELLE FRIGO VETRINE

Classe energetica Frigo Vetrine	2022	2023	2024
B	1.712	2.217	3.608
C	1.918	1.831	1.631
D	280	280	280
E, F, G	9.842	9.637	8.438
TOTALE	13.752	13.965	13.957



AGRICOLTURA

Birra Peroni ha l'obiettivo di favorire il 100% di materie prime ottenute in maniera sostenibile, con particolare attenzione alle emissioni in atmosfera, alle pratiche agronomiche ed allo sviluppo di network di valore per favorire la prosperità del settore agricolo e cerealicolo. In tale contesto, fieri della rilevanza della filiera cerealicola italiana con cui lavora, Birra Peroni ha attivato negli ultimi anni svariate iniziative e progetti di interesse comune. Con riferimento alle principali materie prime agricole necessarie alla produzione birraria (tra cui orzo, mais, luppolo), l'orzo è per quantità utilizzata sicuramente il principale.





#PLANET



PER SAPERNE DI PIÙ

CONOSCIAMO IL MALTO D'ORZO

Il malto si ottiene dalla lavorazione dei cereali, soprattutto orzo, frumento, segale e avena. Il cereale più utilizzato per la produzione del malto è l'orzo, per la sua grande resistenza e adattabilità, tanto climatica quanto geografica.

La sua composizione chimica in termini di classi di composti (amidi, grassi e proteine) è infatti la più adatta per la produzione della birra. Il suo seme, poi, è rivestito da protezioni coriacee che lo difendono dagli urti e contribuiscono ad una corretta filtrazione del mosto dopo la cottura; inoltre, durante la fase di germinazione è in grado di produrre una maggiore quantità di enzimi rispetto agli altri cereali, producendo zuccheri solubili che sono disponibili ai lieviti per la trasformazione in alcool etilico. Di fondamentale importanza, infine, per la sua diffusione, è la sua grande resistenza e adattabilità a climi e luoghi molto diversi.

L'orzo viene principalmente classificato in orzi distici e polistici (esastici), a seconda della struttura del rachide della spiga. L'orzo distico presenta solamente due file di grani, posizionate in modo alternato. L'orzo polistico esastico, ad esempio, ha invece una spiga caratterizzata da sei file di grani. Le varietà distiche presentano generalmente un maggior rendimento rispetto a quelle esastiche, chicchi più grossi, e contenuti di proteine e azoto solitamente inferiori, oltre a glumelle di minori dimensioni; sono la varietà maggiormente utilizzata per le produzioni europee. Le varietà esastiche, invece, hanno un maggior potere diastatico (cioè di enzimi) e pertanto vengono generalmente impiegate in ricette birrarie che prevedono molte aggiunte; sono la varietà maggiormente utilizzata per le produzioni statunitensi.

L'orzo subisce tre fasi di lavorazione: macerazione, germinazione ed essiccazione. L'ultima è fondamentale per sviluppare diverse qualità di malto e di sapori: più scuro per note forti e tostate, più chiaro per sapori freschi e vegetali. Il malto, essendo in grado più degli altri di influenzare elementi quali la schiuma, la finezza ed il colore della bevanda, oltre che incidere indirettamente anche sulle caratteristiche organolettiche secondarie è l'ingrediente principale della birra.



Per verificare che la qualità del malto d'orzo e dell'orzo risponda a determinati criteri qualitativi sono diversi gli aspetti che regolano gli accordi tra Birra Peroni, Saplo, agricoltori e commercianti. In particolare, si richiede che l'orzo appartenga a varietà specifiche e non miscelate, che risponda ai requisiti di legge con riferimento ai contenuti di micotossine e di residui fitosanitari, che abbia un contenuto estremamente ridotto di corpi estranei inutilizzabili e di impurità. **Dal 2024, il 100% delle colture di orzo da parte di Saplo**

sono basate sulla concia biologica del seme, pratica agricola che mira a proteggere il seme da patogeni, migliorare la sua germinazione e la crescita della pianta. Il seme viene trattato con microorganismi biologici già presenti nel terreno, riducendo la dipendenza da prodotti chimici sintetici e contribuendo a migliorare la struttura del suolo e la sua fertilità. Anche in fase di trasporto e consegna, si realizzano controlli specifici per assicurare il corretto grado di umidità ed il rispetto delle soglie massime definite di grani rotti.

CAMPUS PERONI

Campus Peroni è il centro di eccellenza per la promozione e la diffusione della cultura della qualità, dell'innovazione e della sostenibilità in ambito agricolo e cerealicolo, nato nel 2018 dalla collaborazione tra Birra Peroni e CREA - Consiglio per la ricerca in agricoltura e l'analisi dell'economia agraria. Un progetto "aperto" e in crescita, a cui inizialmente hanno aderito le Università degli Studi di Teramo, Perugia, Firenze, Tuscia, Padova, Salerno e, da ultimo, l'Università Campus Bio-Medico di Roma.

Campus Peroni è impegnato nel promuovere il dialogo, il coinvolgimento e la collaborazione tra i principali attori del settore industriale, accademico, agricolo e cerealicolo per favorire lo sviluppo di impatti di valore condiviso in diversi ambiti di azione.

I principali ambiti di attività di Campus Peroni si configurano in:

Qualità

Vogliamo favorire la ricerca e l'integrazione delle conoscenze scientifiche nei settori di rilievo per lo sviluppo della filiera agricola e cerealicola. In tale contesto, si iscrivono le iniziative legate ai campi sperimentali e modelli fitopatologici nonché all'innovazione varietale. Campus Peroni promuove l'educazione e l'apprendimento continuo delle prossime generazioni di professionisti del settore, offrendo agli studenti possibilità di vivere

esperienze sul campo per approfondire tecniche e modelli di riferimento, ad inclusione dei processi di birrificazione e maltazione attraverso lezioni e visite tecniche.

Innovazione

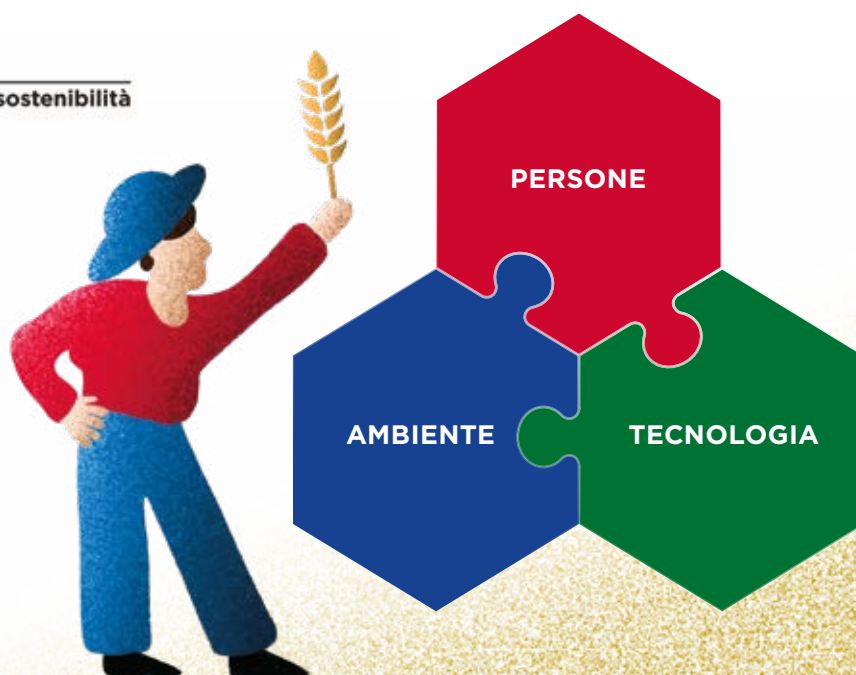
Vogliamo promuovere l'innovazione e la transizione digitale al fine di favorire la prosperità di lungo termine del settore agricolo e cerealicolo, al passo con le innovazioni di riferimento. Convinti che l'innovazione è frutto della connessione tra persone e conoscenze precedentemente separati, condividiamo l'impegno per l'integrazione delle conoscenze scientifiche nei settori che compongono la filiera cerealicola. In tale contesto, ad esempio, si iscrivono le iniziative legate alla **tracciabilità in blockchain del malto 100% italiano** utilizzato per i brand della Peroni family, di cui si riportano maggiori dettagli di seguito.

Sostenibilità

Supportiamo l'utilizzo di strumenti digitali e nuove pratiche agronomiche volte a ridurre gli impatti ambientali in campo e promuovere le capacità di adattamento del sistema agricolo ai cambiamenti climatici, ossia la sua abilità di poter essere resiliente alle mutate condizioni di riferimento. In questo ambito si iscrivono le attività legate al progetto **Orzo Futuro**, di cui si riportano maggiori dettagli di seguito.



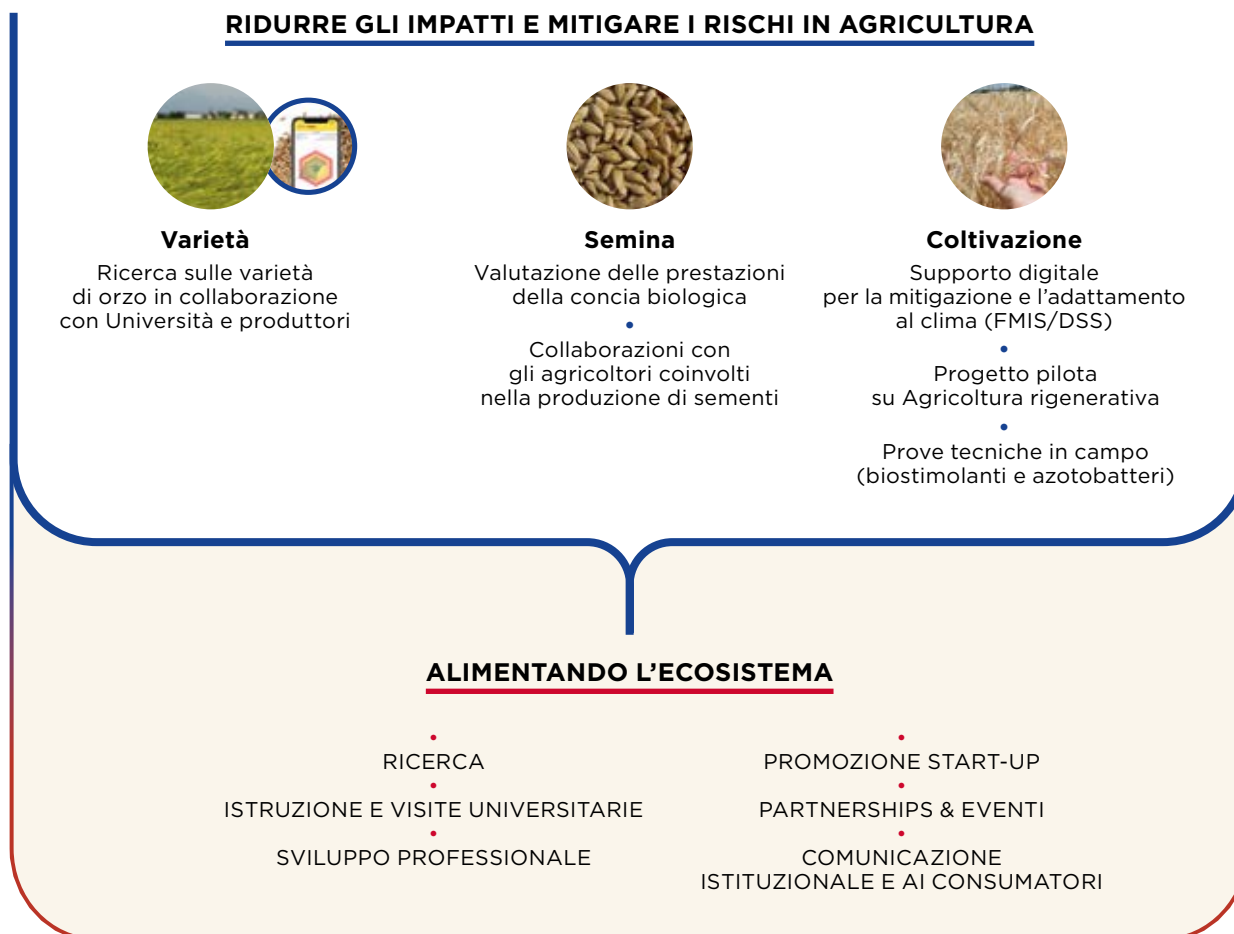
Coltiviamo qualità, innovazione, sostenibilità





#PLANET

LA STRATEGIA IN AMBITO DI SOSTENIBILITÀ



ORZO FUTURO, PER L'USO DEI DSS

L'integrazione di innovazione e tecnologia nella gestione delle colture può favorire quell'approccio dinamico di raccolta e interpretazione dei dati attraverso il quale è possibile prendere decisioni informate di beneficio condiviso.

In collaborazione con **Hort@** e **xFarm**, Campus Peroni promuove un modello virtuoso per supportare gli agricoltori nell'adozione di strumenti digitali che possano favorire la loro competitività, anche alla luce delle avversità legate ai cambiamenti climatici. In tale contesto, Campus Peroni promuove la progressiva diffusione di sistemi FMIS (Farm Management Information System) e DSS (Decision Support System) volti a supportare gli agricoltori nell'ottimizzazione delle pratiche

agronomiche e degli input produttivi con l'obiettivo di promuovere qualità, resa, sostenibilità economica ed ambientale della coltura dell'orzo distico in Italia.

I dati relativi alle pratiche agronomiche inseriti dagli agricoltori all'interno di queste applicazioni permettono di poter calcolare i reali impatti ambientali generati dalla coltivazione dell'orzo, elemento fondamentale per poter identificare potenziali ambiti concreti di miglioramento. Tali dati, inoltre, costituiscono una preziosa fonte di informazione per i sistemi di supporto alle decisioni (DSS): servizi web che affiancano tecnici e imprenditori agricoli nella gestione agronomica della coltura, fornendo loro consigli e allarmi semplici ed efficaci.

Per la stagione agricola 2023/2024, sono oltre 750 gli agricoltori di orzo distico che hanno utilizzato i sistemi digitali messi a disposizione da Campus Peroni, per oltre 7.800 ettari di coltivazioni.

Lo scopo del Sistema di Supporto alle Decisioni non è quello di “imporre” una scelta, ma di fornire un supporto nell’analisi delle decisioni che l’agricoltore dovrà prendere.

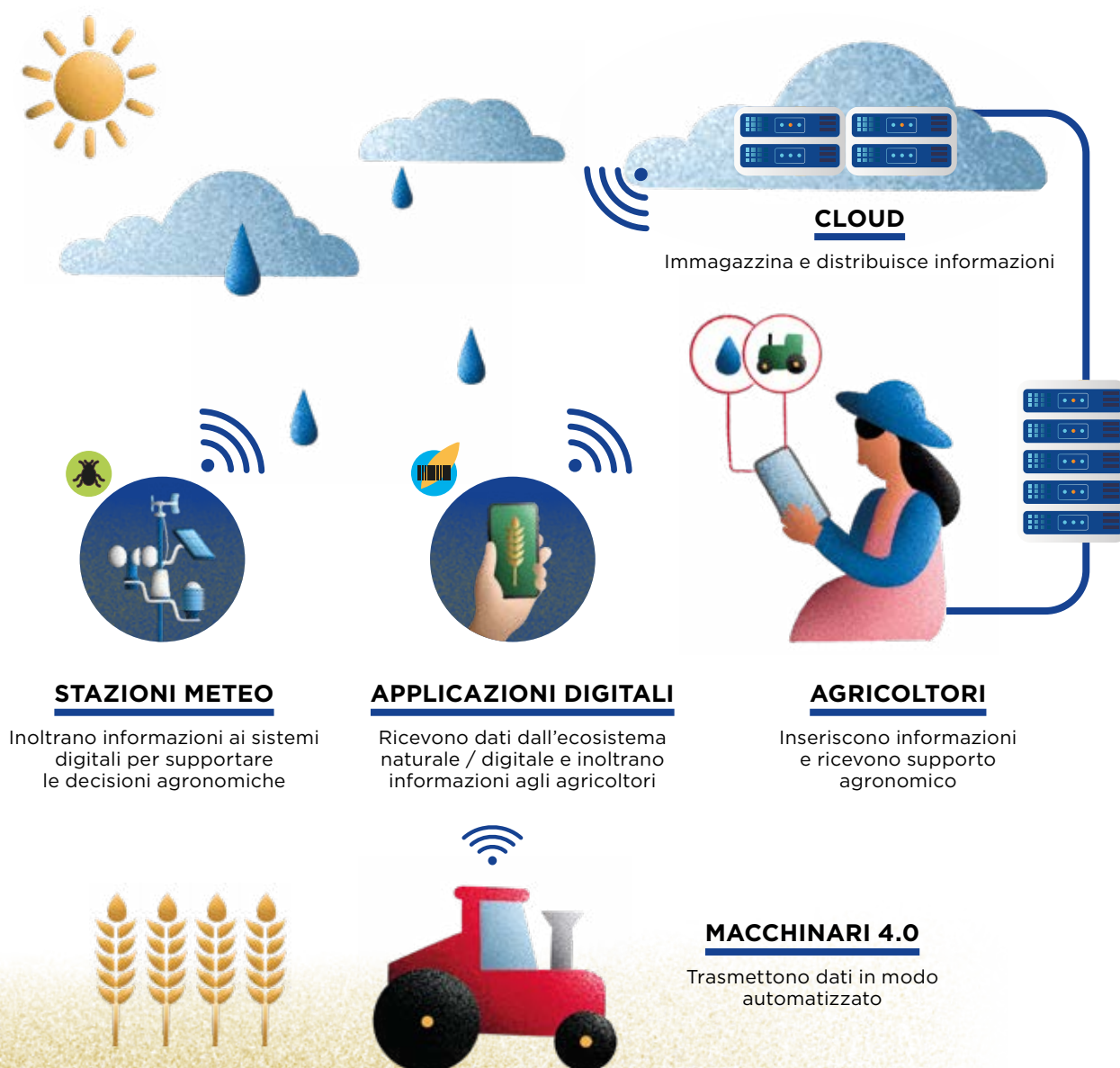
Nello specifico, le piattaforme Hort@ e xFarm offrono indicazioni, consigli e allarmi specifici sulla base dell’integrazione di dati e informazioni di diversa origine raccolti tramite stazioni meteo, sensori disposti in campo, modelli previsionali sulla fenologia, stato irriguo e avversità relative alla coltura.

Queste informazioni vengono elaborate attraverso database e algoritmi di analisi che permettono il passaggio dal dato grezzo al dato elaborato, fino al consiglio agronomico che è inviato attraverso le app digitali disponibili su pc o smartphone.

Le informazioni e allerte consentono agli agricoltori di intervenire nel momento e nelle modalità

più corrette, per salvaguardare la qualità e mitigare gli impatti ambientali generati alla luce delle possibilità date dal contesto di riferimento. Le scelte che ne derivano, si traducono quindi nell’ottimizzazione dei mezzi di produzione (varietà, dose di seme, fertilizzanti, prodotti fitosanitari), nella mitigazione degli impatti ambientali (preservazione delle risorse naturali come acqua, suolo, biodiversità ed energia) o comunque nel supporto ai processi di adattamento ai cambiamenti climatici (maggiore capacità di adattarsi a mutate condizioni climatiche ed eventi meteorologici avversi).

Sulla base dei dati raccolti, infatti, si evidenzia una riduzione media del 24% in termini di CO₂ equivalente per ettaro tra le stagioni 2022/2023 e 2023/2024, per gli agricoltori di orzo distico partecipanti al programma.





RIGENERARE PER PRODURRE

Nel mese di settembre 2024, attraverso Campus Peroni abbiamo dato avvio ad una sperimentazione triennale in ambito di agricoltura rigenerativa in collaborazione con tre aziende agricole del centro-sud Italia ed il supporto tecnico di Hort@. L'agricoltura rigenerativa è un approccio che mira a promuovere pratiche che possano contribuire a rigenerare il terreno, anziché impoverirlo, e promuovere un sistema agricolo più sostenibile dal punto di vista economico, ambientale e sociale.

In particolare, per il primo anno di attività, tra le pratiche agronomiche favorite nel contesto del progetto vi è l'uso di colture di copertura/intercalari, il mantenimento dei residui vegetali

“in situ”, la minima lavorazione o semina su sodo, l'applicazione di rotazioni lunghe, l'uso di legumi nelle rotazioni e di ammendanti organici, così come l'utilizzo dei Decision Support System (DSS) per ottimizzare gli input. Nel corso del triennio, attraverso il progetto avremo modo di raccogliere informazioni tecnicamente solide per valutare gli effettivi benefici registrati in termini di salute del suolo, soddisfazione degli agricoltori coinvolti, biodiversità e impatti ambientali. In via sperimentale, la progettualità intende anche raccogliere informazioni utili a valutare concretamente potenziali benefici in ottica di sequestro di carbonio e che saranno oggetto di ulteriori valutazioni in futuro.

TRACCIABILITÀ MALTO 100% ITALIANO CON BLOCKCHAIN

L'evoluzione tecnologica e l'innovazione non sono più un'opzione, ma una necessità valida per offrire ai consumatori finali gli strumenti più adatti a sostenere modelli di consumo consapevole, rispondendo sia ai temi trasparenza sia di sicurezza alimentare e sostenibilità. Sono molte le imprese alla ricerca di strumenti che permettano di tracciare e monitorare i loro impatti lungo la loro filiera produttiva ed in questo senso, la blockchain rappresenta una tecnologia innovativa che sta cambiando il modo in cui le aziende gestiscono i loro dati e le loro attività.

Si tratta di una rete decentralizzata di nodi che permette la condivisione di dati in modo sicuro e trasparente. La struttura di questa rete è costituita da una serie di blocchi, ognuno dei quali contiene un gruppo di transazioni. Ogni blocco è collegato al precedente attraverso un codice crittografico, chiamato “hash”, che ne garantisce l'integrità. Una delle principali caratteristiche della blockchain è l'**immunità ai cambiamenti retroattivi** e dunque la trasparenza. La tracciabilità garantita da questo strumento permette di identificare gli *hotspot* del proprio processo produttivo, di monitorarli al fine di implementare delle azioni correttive.

Sono proprio sostenibilità e trasparenza gli input che hanno portato Birra Peroni, primo brand italiano nel mondo brassicolo, ad introdurre la **tracciabilità in blockchain del malto 100% italiano**. In collaborazione con **pOsti**, una start-up innovativa del settore agrifoodtech e EY che ha messo a disposizione la soluzione tecnologica **EY OpsChain Traceability** sviluppata per supportare la complessità delle catene di approvvigionamento di diversi settori e che si integra ai sistemi di pianificazione delle risorse aziendali tramite API e che infine supporta le transazioni sulla blockchain pubblica di **Ethereum**.

Come primo passo sono stati identificati gli attori della filiera del malto 100% italiano e le fonti dati dalle quali acquisire le informazioni

che costituiscono il patrimonio informativo del processo produttivo della birra Peroni. Il patrimonio è stato quindi acquisito e notarizzato in blockchain: alcune informazioni in chiaro, altre criptate perché commercialmente sensibili e quindi da non rendere pubbliche.

Le informazioni così acquisite, garantite attraverso la **blockchain Ethereum**, e rappresentate attraverso uno storytelling multimediale sono state quindi rese fruibili al consumatore attraverso un QR Code presente sull'etichetta delle bottiglie che rimanda ad una landing page personalizzata, con informazioni specifiche sul lotto di imbottigliamento.

Questo però è solo il primo passo di una vision più ampia. La tracciabilità consente infatti di raccogliere e strutturare le informazioni più rilevanti nel processo che va dal campo al consumatore, non solo quelle relative alla materia prima, ma anche quelle relative alle fasi di trasporto, alla trasformazione e al packaging utilizzato, inclusi i suoi elementi di innovatività e design e/o la presenza di contenuto riciclato. Questo apre alla possibilità di sfruttare la Blockchain per automatizzare controlli e reporting delle iniziative di sostenibilità, supportando concretamente l'ambizione di essere leader di riferimento nei processi di sviluppo sostenibile.







#PORTFOLIO

Portafoglio prodotti sempre più premium con

**Raffo Ricetta Originale
e Raffo Lavorazione Grezza
lanciati in tutta Italia**

**Peroni e Peroni Nastro Azzurro
riconosciuti marchi storici
di interesse nazionale**

Numerose collaborazioni, tra cui

**Partnership globale
di Peroni Nastro Azzurro 0.0%
con Scuderia Ferrari HP**

Peroni per BeHer:

il nostro brand di punta al servizio
della parità di genere

Stabilimenti produttivi certificati

ISO 9001 e FSSC 22000

100% dipendenti

formati in ambito di

consumo responsabile



a birra in Italia è riconosciuta non solo per la sua **qualità**, ma anche per il **ruolo sociale e culturale** che riveste in quanto in grado di promuovere momenti di convivialità e aggregazione, favorendo il dialogo e la condivisione. La birra è divenuta sempre più un elemento chiave della cultura gastronomica italiana, capace di attrarre **riconoscimenti internazionali** e di trasformarsi in **volano di progresso e innovazione**. Le scelte dei consumatori in Italia sono guidate da una crescente attenzione alla **qualità, sostenibilità e autenticità** dei prodotti. Nonostante le difficoltà economiche e l'inflazione, i consumatori italiani continuano a riconoscere il valore della birra, preferendo prodotti che possano rispondere sempre più alle loro esigenze di gusto e versatilità.

*Per saperne di più e riferimenti:
AssoBirra, Annual Report 2024.*





#PORTFOLIO

Negli ultimi anni, il cuore della strategia di Birra Peroni è stato alimentato da un elemento chiave: il valore delle collaborazioni.

Non sono solo i lanci di prodotto o le campagne di comunicazione a definire il nostro impegno, ma le relazioni costruite giorno dopo giorno con clienti, partner e comunità. È grazie a queste relazioni che i nostri brand crescono, evolvono e trovano nuove strade per generare valore per la categoria.

Ogni traguardo è stato possibile grazie a una visione condivisa e a un confronto continuo con i nostri stakeholder, a partire dalle comunità locali fino ai partner internazionali. Nel 2024, Raffo ha compiuto un passo storico arrivando in tutta Italia e rafforzando la sua identità con il lancio di Lavorazione Grezza. Altro esempio è l'avvio della partnership globale tra Peroni Nastro Azzurro 0.0% e Scuderia Ferrari HP, che ha unito due simboli dell'italianità legati da valori comuni come passione, eccellenza e spirito di squadra. Allo stesso modo, il ritorno di Peroni come Official Partner delle Nazionali Italiane di Calcio, grazie all'accordo

con FIGC, rappresenta un investimento nei valori dello sport e dell'orgoglio nazionale. Inoltre, a maggio 2025 abbiamo lanciato BeHer, il progetto firmato Peroni nato per contribuire ad un cambiamento culturale profondo sul tema della parità di genere attraverso la sensibilizzazione e il supporto concreto per superare stereotipi e differenze, in linea con il Brand Purpose "Se Ci Unisce è Peroni". Al contempo, il nostro portfolio, arricchito da marchi internazionali come Asahi Super Dry, Kozel e Pilsner Urquell, continua a evolversi insieme a chi condivide con noi una visione di impresa basata su qualità, ascolto e responsabilità.

Con il Rapporto di Sviluppo Sostenibile 2024, vogliamo dimostrare che insieme possiamo davvero fare la differenza, raccontando come sinergie virtuose e collaborazioni di valore arricchiscono l'identità del nostro portfolio e rafforzano il nostro impatto positivo sul territorio e sulla società.



VIVIANA MANERA

Marketing Director
- Birra Peroni



RICCARDO PIAZZOLLA

Trade Marketing Director
- Birra Peroni

BUONA LETTURA!

LE NOSTRE BIRRE

Le nostre birre sono molto più di una semplice scelta di consumo: rappresentano un punto di incontro tra persone, culture ed esperienze. Ogni giorno, nei bar, nei ristoranti, durante un aperitivo o una cena tra amici e familiari, diventano protagoniste di momenti di convivialità, rafforzando legami e connessioni autentiche.

Il nostro portafoglio di birre è espressione di questa visione: un equilibrio tra qualità, innovazione e identità, capace di rispondere alle preferenze in continua evoluzione dei consumatori, offrendo

esperienze diverse, ma sempre significative. Ogni birra è espressione della ricchezza del nostro settore e contribuisce a rendere speciali i momenti di socialità.

IL NOSTRO PORTFOLIO





#PORTFOLIO

A ottobre 2024, Birra Peroni in quanto azienda e i suoi due brand Peroni e Peroni Nastro Azzurro sono stati ufficialmente riconosciuti come “Marchi storici di interesse nazionale” dal Ministero delle Imprese del Made in Italy, entrando a far parte dello speciale Registro del Ministero che tutela la proprietà industriale delle aziende storiche e delle eccellenze italiane. Questo prestigioso riconoscimento celebra il connubio di tradizione, innovazione e qualità, che ha reso i nostri brand

delle icone del Made in Italy in tutto il mondo, andando a valorizzare la nostra storia, passione e impegno costante verso l'eccellenza.

Oggi, far parte del Gruppo Asahi ci consente di rafforzare ulteriormente la nostra presenza nei mercati internazionali, specialmente con Peroni Nastro Azzurro, apprezzata in tutto il mondo come simbolo di italianità, e di integrare l'offerta del mercato italiano attraverso marchi di valore come Asahi Super Dry, Kozel e Pilsner Urquell.



I NUOVI LANCI DEL 2024

RAFFO: DALLA PUGLIA A TUTTA L'ITALIA, CON DELLE NOVITÀ

Conosciuta dal 1919 come la birra pugliese originaria di Taranto, “la città dei due mari”, dal 2024 abbiamo deciso di puntare ulteriormente su Raffo, portando la Ricetta Originale di questo love brand locale nelle case di tutti gli italiani, e introducendo una grande novità, Raffo Lavorazione Grezza. Grazie a Raffo, abbiamo portato in tutta Italia l'atteggiamento positivo e determinato nei confronti della vita tipico dei Pugliesi, incoraggiando i suoi consumatori ad essere ugualmente determinati e solari, perché la Puglia è più di una regione: è uno stato d'animo.



RAFFO RICETTA ORIGINALE

Arricchita con orzo di Puglia, è una lager chiara dal corpo morbido e dal gusto secco molto rinfrescante, con appena una punta di amaro nel finale. È prodotta oggi come allora con la stessa ricetta e con lo stesso orgoglio. Per apprezzarla al meglio, si consiglia di berla rigorosamente croccante, ovvero ghiacciata come vuole la tradizione pugliese.

Alla fine del 2023 abbiamo annunciato il lancio nazionale di Raffo Ricetta Originale tramite un evento di pre-lancio nella sua città di origine, dove Raffo ha raccontato il suo futuro attraverso un emozionante e inedito water show, dal titolo “Il futuro viene dal mare”, accendendo le luci del lungomare di Taranto e regalando uno spettacolo unico tra emozionanti giochi di immagini, suoni e colori della Puglia.

Raffo Ricetta Originale è entrata nelle case di tutta Italia con un'immagine completamente rinnovata, che mantiene i suoi colori blu e rosso a richiamare il legame con Taranto. Le onde rappresentate sul collarino riportano all'immaginario marino e confermano l'appartenenza alla propria terra d'origine: la Puglia. Il simbolo ufficiale di Taranto, il Taras, eroe mitologico in sella ad un delfino che si narra abbia fondato la città, è presente nell'etichetta di ogni Raffo, ridisegnato in modo più distintivo e moderno.

Tipologia: Lager (4,7% vol).

Colore: Giallo paglierino.

Gusto: Corpo morbido e gusto secco, molto rinfrescante.

Abbinamento: Antipasti magri, Insalate di mare, Carni bianche, Pesce in grigliate, Formaggi freschi o primo sale.



CLICCA

per lo spot
“Decisamente Pugliese”



#PORTFOLIO



RAFFO LAVORAZIONE GREZZA

Prodotta con cereali di Puglia non raffinati, è una lager non filtrata, dal gusto rotondo e fresco, con un aroma maltato e sul finale note luppolate, che si presenta agli occhi nel suo colore dorato, leggermente velato. Raffo Lavorazione Grezza è stata introdotta nel 2024 come innovazione della famiglia Raffo e nasce da uno speciale processo produttivo, la lavorazione Grezza. Per apprezzarla al meglio, si consiglia di berla rigorosamente croccante, ovvero ghiacciata come vuole la tradizione pugliese.

Annunciata al Beer & Food Attraction di febbraio 2024, l'evento che riunisce in un solo appuntamento la più completa offerta nazionale e internazionale di birre, bevande, food e tendenze per il settore Out of Home, Raffo Lavorazione Grezza è una birra dalle caratteristiche identitarie, resa ancor più unica dal design iconico della sua bottiglia. Il design, che riassume i valori tipici del brand di determinazione e positività, si ispira alle solide Torri del Castello Aragonese di Taranto e riporta incise sul vetro le onde del mare da cui proviene, delineando una forma unica e molto caratterizzante. Il suo colore richiama il giallo dei campi di grano pugliesi e la texture è volutamente grezza, per sottolinearne il carattere «non raffinato» e rendere il pack fortemente identificativo a scaffale. Centrale nell'etichetta è anche il Taras, da sempre presente in ogni Raffo.

Lo spirito Pugliese ha contraddistinto anche lo stand di Birra Peroni al Beer&Food Attraction. Ad accompagnare la degustazione di Raffo Ricetta Originale e Raffo Lavorazione Grezza anche uno show-cooking di piatti tipici della Puglia, la musica di Populous, deejay e produttore salentino, e le tote bag 'Bella Croccante' create in collaborazione con Piattini Davanguardia, brand pugliese noto per le sue creazioni ironiche. Presenti allo stand anche Andrea Stefanelli e Davide Catalano, Beer Expert Birra Peroni e fiore all'occhiello dei servizi offerti da Birra Peroni, per accompagnare i clienti alla scoperta della nuova referenza.

Con l'introduzione di questa referenza, l'intera famiglia Raffo è sbarcata in tv ad aprile 2024, con lo spot "DECISAMENTE PUGLIESE", portando il suo spirito positivo e ironico grazie a una campagna nazionale che racconta il legame con la sua terra. A marzo 2025 Birra Raffo è tornata in TV con lo spot "Ah sì! Quella con...": una campagna, girata interamente in Puglia, che gioca sul modo che i consumatori hanno di identificare Raffo Lavorazione Grezza con espressioni spontanee come "quella con l'etichetta gialla", "quella con la bottiglia tozza" o "quella con le ondine in rilievo".

Tipologia: Lager non filtrata (4,8% vol).

Colore: Giallo paglierino.

Gusto: Rotondo e fresco, con un aroma maltato e sul finale note luppolate.

Abbinamento: Crudi di mare, Orecchiette con cime di rapa, Bombette pugliesi, Focacce e pizze saporite.



CLICCA

per lo spot
"Ah sì! Quella con..."

LE ULTIME INNOVAZIONI



PERONI CHILL LEMON

Peroni Chill Lemon, radler prodotta con limoni 100% italiani e, come tutti i prodotti della gamma Peroni, con Malto 100% italiano tracciato, regala ai consumatori un'esperienza rinfrescante e frizzante. Da novembre 2024, ha ridotto il suo grado alcolico da 2,0% a 1,3%, lasciando invariato il suo gusto di sempre.

Tipologia: Radler (1,3% vol).

Colore: Giallo Chiaro.

Gusto: Gusto naturale di limoni freschi, gradevolmente aspro e bilanciato con una nota amara.

Abbinamento: Rosticcerie, frittura e antipasti di mare.



PERONCINO

Da aprile 2025, Peroncino ha cambiato veste, con una forma della bottiglia diversa e una nuova visual identity moderna e accattivante. Da vera e propria Peroni "in miniatura", il liquido all'interno è lo stesso della Birra Peroni tradizionale, ma in un formato da 25cl.

Tipologia: Lager (4,7% vol).

Colore: Giallo paglierino.

Gusto: Moderatamente amaro, equilibrato di luppolo e malto.

Abbinamento: Pizza, Pasta, Piatti della tradizione italiana.





#PORTFOLIO

PERONI GRAN RISERVA

Da marzo 2025, la linea Peroni Gran Riserva ha cambiato totalmente visual identity e veste, passando da un formato 50cl a 33cl, rispondendo alle esigenze dei consumatori, che preferiscono una dimensione ridotta che faciliti le occasioni di consumo, il trasporto e lo stoccaggio domestico.



Peroni Gran Riserva Rossa

Tipologia: Vienna Style (5,2% vol).

Colore: Rosso rubino grazie all'utilizzo di Malto Italiano Ambrato.

Gusto: Corposo e allo stesso tempo facile da bere, dal caldo aroma di malto e caramello.

Abbinamento: Salumi, Formaggi, Pizza.



Peroni Gran Riserva Doppio Malto

Tipologia: Bock italiana (6,6% vol).

Colore: Oro intenso grazie all'utilizzo di Malto Italiano Bronzato.

Gusto: Intenso ed equilibrato con aroma di cereali e malto tostato, leggermente speziato, conferito dal lungo processo di ammostamento a bassa temperatura e dall'utilizzo di malti speciali.

Abbinamento: Carne rossa, selvaggina, pasta condita con sughi saporiti.



Peroni Gran Riserva Bianca

Tipologia: Weizen (5,1% vol).

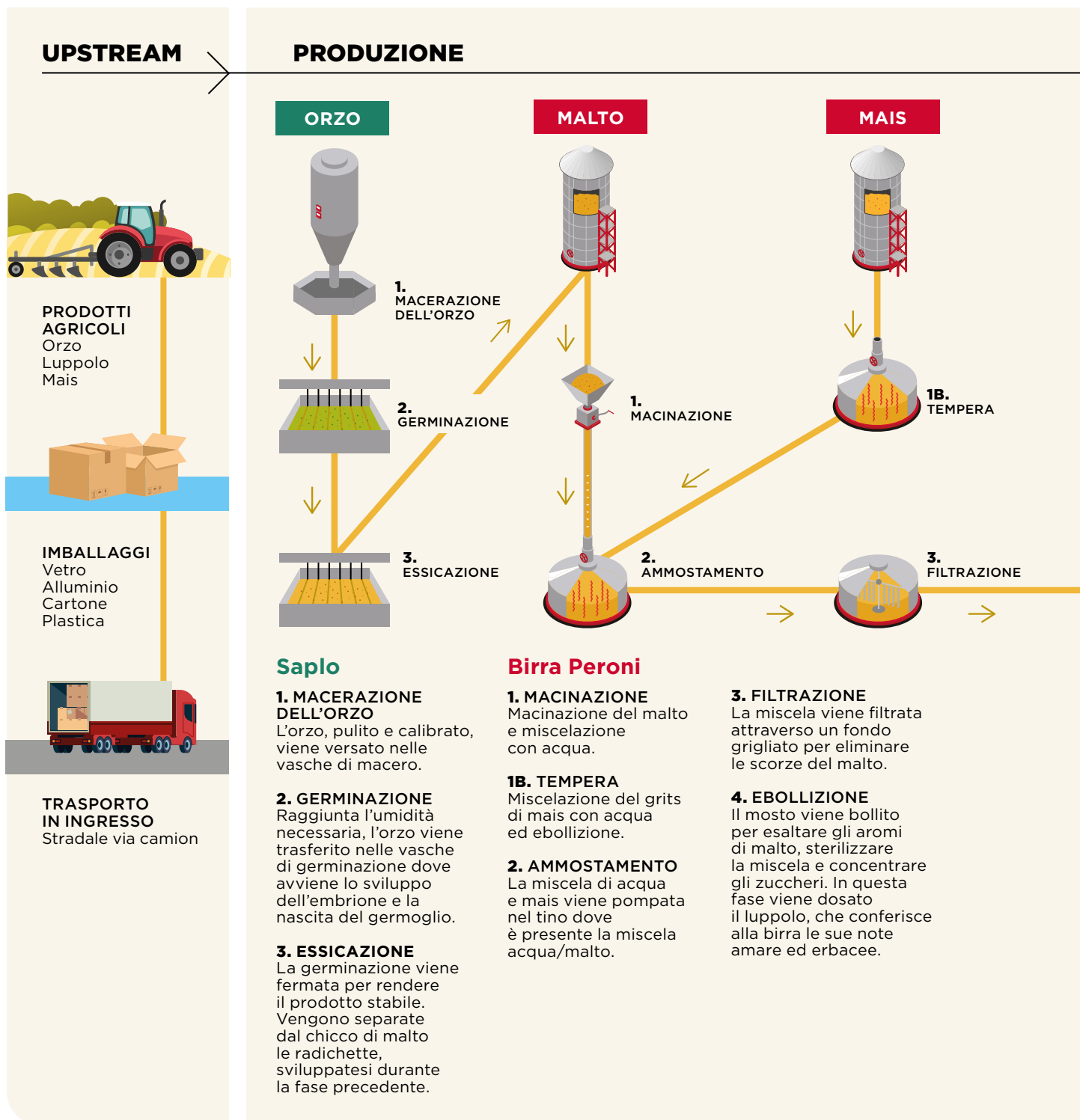
Colore: Elegante biondo torbido grazie all'utilizzo di Malto Italiano Chiaro.

Gusto: Aromatico e fresco, piacevolmente beverina.

Abbinamento: Carni di maiale, insalate, dolci.

LA CATENA DEL VALORE E IL PROCESSO PRODUTTIVO

Prima di arrivare sulle nostre tavole, la birra attraversa un percorso articolato lungo la propria catena del valore. Seguiamo con cura tutte le fasi, promuovendo qualità, efficienza e innovazione.



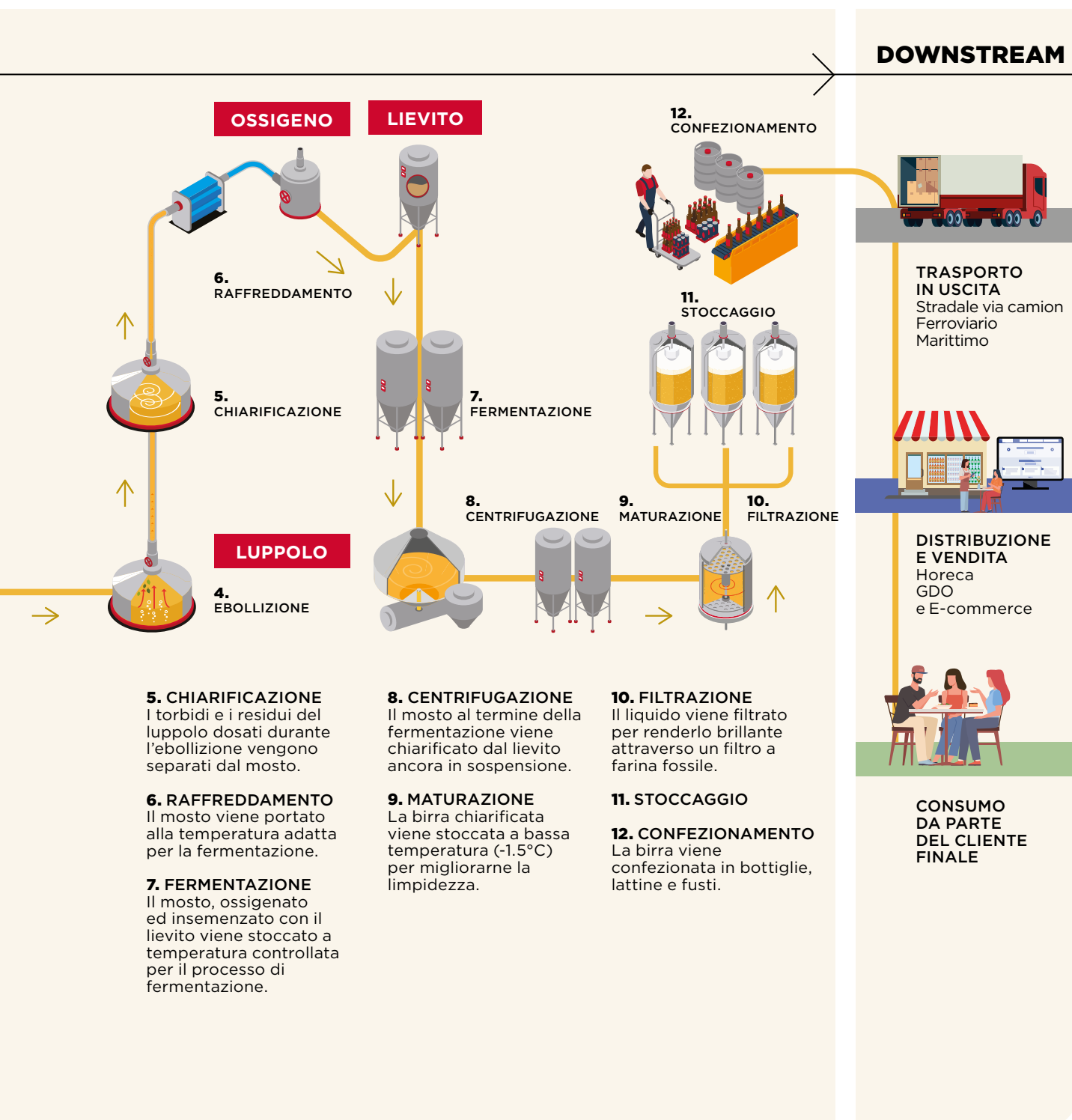


#PORTFOLIO

Tutti gli stabilimenti Birra Peroni e Saplo sono certificati ai sensi della Norma UNI EN ISO 9001:2015 relativa ai requisiti dei sistemi di gestione per la qualità¹.



¹ Si segnalano inoltre le seguenti certificazioni: FSSC 22000 (Birrifici di Roma, Padova e Bari), AIC (Associazione Italiana Celiachia, nei Birrifici di Roma, Padova e Bari), Kosher (Birrifici di Roma e Padova, Malteria SAPLO di Pomezia); SQMS (Birrifici di Roma e Padova); UNI EN ISO 22000:2018 (Malteria SAPLO di Pomezia).



BRINDIAMO ALLE CONNESSIONI: IL VALORE DELLE COLLABORAZIONI

La birra è da sempre sinonimo di convivialità, un ponte che unisce le persone e rafforza il senso di appartenenza. In Birra Peroni crediamo che ogni sorso sia un'opportunità per creare connessioni autentiche, sostenere il territorio e generare valore condiviso. Attraverso partnership strategiche, sponsorizzazioni, eventi e iniziative ad alto impatto, ci impegniamo a essere un motore di socialità e di sviluppo per le comunità in cui operiamo. Vi raccontiamo come nel corso del 2024 i nostri brand abbiano trasformato ogni incontro in un'occasione speciale, promuovendo cultura, sport, sostenibilità e inclusione.

TUTTI AZZURRI CON PERONI

A gennaio 2024, Peroni ha annunciato il ritorno in veste di Official Partner delle Nazionali Italiane di Calcio con la firma di un accordo pluriennale con la FIGC, Federazione Italiana Giuoco Calcio. La birra italiana per eccellenza è tornata di nuovo al fianco di tutte le Squadre Azzurre, maschili, femminili, futsal e beach soccer, facendo leva sui valori positivi dello sport e dell'amore che lega gli italiani agli Azzurri.

La collaborazione si propone come un potente strumento di promozione di un messaggio di unione, perché "Se Ci Unisce è Peroni", messaggio che oggi si arricchisce del significato ancora più profondo di inclusione e superamento degli stereotipi, per un calcio senza distinzioni.

In occasione degli Europei in Germania tra giugno e luglio 2024, è stata lanciata #TuttiAzzurriConPeroni: più di una campagna, è un gesto di amore e di sostegno da parte del brand a tutto il pubblico italiano, in occasione di un momento così importante per la Nazionale.





#PORTFOLIO

Sono state sviluppate una serie di attività digital e physical fruibili da tutti gli utenti e legate al proprio modo di essere tifoso. Sul sito web “Tutti Azzurri con Peroni”, per i tifosi registrati è stato possibile creare la propria figurina, tipica da calciatore, da scaricare o condividere con gli amici, e trovare diverse location sul territorio nazionale dove vedere la partita con Peroni. In occasione delle prime tre partite di qualificazione contro Albania, Spagna e Croazia, Peroni ha unito

i Tifosi Azzurri in 3 eventi a Roma, alla presenza di ospiti speciali: Daniele Tinti e Luca Ravenna, ospiti della prima serata, oltre che Danilo da Fiumicino, Casa Surace, e tanti altri, insieme anche al talento indiscusso della Legend del calcio italiano, Claudio Marchisio, presente a tutti e tre gli appuntamenti.

Proiettata su un maxi-schermo, è stato possibile vedere la partita e vivere insieme il momento, con intrattenimenti e format studiati per generare unione tra tutti i *Peroni Lovers*.



PER SAPERNE DI PIÙ

PERONI PER LA PARITÀ DI GENERE: IL PROGRAMMA BEHER

A maggio 2025, Birra Peroni ha lanciato **BEHER**, un programma nato per contribuire ad un cambiamento culturale profondo sul tema della parità di genere, con un focus sul mondo del lavoro, attraverso la sensibilizzazione e il supporto concreto per superare stereotipi e differenze ancora in essere nel nostro Paese, in linea con il Brand Purpose “Se Ci Unisce è Peroni”. Il programma è strutturato in 5 pilastri fondamentali:

1 INFORMAZIONE

2 APPROFONDIMENTO

3 PROMOZIONE

4 SUPPORTO DIRETTO

5 COMUNICAZIONE



ciascuno dei quali rappresenta un ambito attraverso cui Birra Peroni contribuirà attivamente al tema, con il costante supporto e la supervisione di un Comitato Scientifico dedicato.

Per dare voce al tema e alle iniziative all'interno di BEHER, dal 25 maggio è partita **PostHers**, la nuova campagna di Peroni che, partendo dagli iconici poster delle “Bionde”, che per anni hanno rappresentato la comunicazione del brand, racconta il parallelo tra l'evoluzione dell'azienda e quella della figura femminile all'interno della società.



per saperne di più

PERONI NASTRO AZZURRO 0.0% E FERRARI: UN VIAGGIO AD ALTA VELOCITÀ ALL'INSEGNA DELLO STILE ITALIANO



A gennaio 2024 Peroni Nastro Azzurro 0.0% ha acceso i riflettori su una nuova era di comunicazione globale grazie alla partnership con Scuderia Ferrari HP, fondata su valori comuni come l'eccellenza, l'eleganza e l'attitudine italiana. In occasione del lancio della partnership, Peroni Nastro Azzurro 0.0% ha lanciato la special edition "Tifosi", una bottiglia celebrativa pensata per omaggiare la passione e l'energia della community dei tifosi Ferrari in tutto il mondo. Un simbolo che fonde appartenenza, orgoglio e stile, valorizzando il ruolo della birra come veicolo di connessione tra le persone nei momenti di festa e condivisione.

Il brand ha debuttato nel mondo della Formula 1 come Global Premium Partner con un evento di lancio esclusivo nel quartiere Eur di Roma, dove dalla sede del Palazzo dei Congressi

è stato proiettato un ologramma tridimensionale della bottiglia Tifosi Nastro Azzurro 0.0%, che ha illuminato il cielo romano.

La collaborazione ha visto protagonisti Charles Leclerc e Carlos Sainz in una serie di contenuti che hanno messo in luce il legame tra performance e autenticità, promuovendo al tempo stesso una cultura del consumo responsabile. L'approccio narrativo ha superato i confini della sponsorship tradizionale, posizionando Peroni Nastro Azzurro 0.0% come ambasciatrice di un lifestyle contemporaneo, sofisticato e sostenibile, perfettamente coerente con l'identità Ferrari.

In occasione del Gran Premio dell'Emilia Romagna e del Gran Premio d'Italia di Monza, The House of Peroni Nastro Azzurro 0.0% è stata allestita nel cuore di Bologna, dal 15 al 19 maggio 2024, e di Milano, dal 29 agosto al 1 settembre 2024, per celebrare la partnership con Scuderia Ferrari HP e creare uno spazio immersivo ed emozionante che offrisse il brivido della pista a tutti i fan che non hanno avuto modo di essere presenti alla gara.

Nel 2025 la partnership si rinnova con ancora più forza, con il lancio della nuova campagna "The Italian Way". La nuova stagione segna un'evoluzione della campagna "The Italian Way", un omaggio allo stile e alla passione italiana. Per inaugurare questa celebrazione, è stato presentato "The Welcome Present", un cortometraggio che vede protagonisti i piloti Charles Leclerc e Lewis Hamilton, nuovo arrivato in casa Ferrari. Il video racconta la consegna di un regalo speciale per il nuovo membro della Scuderia Ferrari. Con Charles Leclerc come ideatore e Peroni Nastro Azzurro 0.0% come complice, i membri del team Ferrari organizzano la consegna di un furgone speciale carico di 44 casse di Peroni Nastro Azzurro 0.0%, un chiaro omaggio al numero di gara di Hamilton, il leggendario #44.



per il cortometraggio
"The Welcome Present"



#PORTFOLIO



PERONI NASTRO AZZURRO E LA PIZZA: L'INCONTRO PERFETTO DELL'ITALIANITÀ NEL MONDO

Il 2024 ha visto il brand Peroni Nastro Azzurro impegnato in una serie di eventi sul territorio italiano e a livello internazionale dedicati a uno dei simboli assoluti dell'italianità in tutto il mondo: la pizza.

Peroni Nastro Azzurro è diventata Global Partner dell'edizione 2024 di 50 Top Pizza, il noto network online che dal 2017 comunica lo straordinario movimento della pizza nel mondo, coprendo 5 continenti e realizzando la più completa guida di settore, indipendente e totalmente gratuita. 50 Top Pizza recensisce in anonimato le pizzerie selezionate nel mondo grazie a un panel di esperti gastronomi chiamati a giudicare il prodotto e, attraverso un sondaggio, stilare, per ciascuna sezione della guida, una classifica delle "Migliori pizzerie" in Italia e nel mondo e delle "Migliori pizze in viaggio" in Italia, da taglio e asporto.

Nel corso del 2024, Peroni Nastro Azzurro ha partecipato alle sette tappe di premiazione con un premio speciale, il Best Beer Service 2024 – Peroni Nastro Azzurro Award, dedicato al miglior servizio di birra e consegnato al vincitore di ogni tappa: Tokyo, Rio De Janeiro, Madrid, New York, Milano e Napoli.

Proseguendo il suo percorso che mette in luce lo stile e il saper fare italiano, il brand è stato partner ufficiale di Pizza Village 2024, manifestazione giunta alla sua dodicesima edizione e che, nelle due tappe di Napoli e Milano, ha celebrato l'arte culinaria della pizza, valorizzandone l'abbinamento vincente con la birra grazie alla presenza della The House of Peroni Nastro Azzurro.

IL TERZO TEMPO CON PERONI NASTRO AZZURRO

Con il Torneo Sei Nazioni, Peroni Nastro Azzurro si è unita nuovamente alla Federazione Italiana Rugby in un'entusiasmante collaborazione, consolidata nel corso di 18 anni, aprendo le porte dell'iconico Peroni Nastro Azzurro Terzo Tempo Village all'interno del Parco Sportivo del Foro Italico.

La prima partita si è disputata sabato 3 febbraio contro l'Inghilterra, con gli Editors, band internazionale di musica indie-alternativa, ad animare il palco post-match. Sabato 9 marzo l'Italrugby è tornata in campo allo Stadio Olimpico di Roma contro la Scozia, con a seguire l'esibizione di Sophie And The Giants, progetto musicale indie-pop noto per aver scalato le classifiche musicali internazionali negli ultimi anni. Entrambe le giornate sono state accompagnate dalla musica di RDS, partner musicale, e dalla presenza della The House of Peroni Nastro Azzurro, che ha consentito ai tifosi di celebrare lo spirito del marchio tramite un'esperienza immersiva di degustazione dei prodotti Peroni Nastro Azzurro.



PERONI NASTRO AZZURRO DEBUTTA NEL MONDO DEL TENNIS E DEL PADEL

Dal 29 aprile al 18 maggio 2025, Peroni Nastro Azzurro è scesa in campo per la prima volta nel mondo del tennis diventando **partner ufficiale degli Internazionali BNL d'Italia**, il prestigioso appuntamento che ogni anno trasforma il Foro Italico nella capitale mondiale di questo sport. Un debutto significativo e un'evoluzione naturale per un brand che da sempre celebra la passione, l'energia e l'autenticità dello sport, accompagnando tutti gli appassionati nei momenti di condivisione e di convivialità. The House of Peroni Nastro Azzurro ha aperto al pubblico per tutta la durata del torneo, offrendo un ricco programma di eventi e ospiti d'eccezione. Dall'8 al 15 giugno, Peroni Nastro Azzurro ha continuato a far vivere emozioni al Foro Italico, debuttando come **partner ufficiale del BNL Italy Major Premier Padel 2025**, uno degli eventi più importanti nel circuito mondiale di questo sport.



HOUSE OF PERONI NASTRO AZZURRO HA RIAPERTO LE PORTE A ROMA

Dopo due anni consecutivi di successo, il 23 maggio 2024 ha riaperto le sue porte l'House of Peroni Nastro Azzurro, stavolta nella nuova location del Mediterraneo al Maxxi di Roma, uno spazio di incontro che fonde l'essenza di un museo con l'atmosfera accogliente di un ristorante di classe. Ogni giovedì, dal mese di maggio al mese di ottobre, l'HOPNA ha ospitato le "PNA Nights" con un calendario ricco di eventi con DJ e live performance. A dare il via alla stagione come ospite della prima serata è stato Andrea Casta, il violinista elettrico crossover italiano più celebre al mondo, che ha portato la sua arte in oltre 30 nazioni con più di 200 concerti l'anno.



SECONDA ESTATE ALL'INSEGNA DEL NASTRO AZZURRO STILE CAPRI WAVE ON TOUR

Per la seconda estate consecutiva, i litorali italiani sono stati animati dallo Stile Capri Wave on Tour. Con ben 9 eventi esclusivi e più di 200 attivazioni nei beach club più cool della Penisola, da Capalbio a Ostuni, passando per Fregene e Selinunte, gli ospiti hanno potuto vivere un vero aperitivo in Stile Capri tra musica live ed allestimenti fronte mare. Tra le live performance, gli Zero Assoluto e Willie Peyote.





#PORTFOLIO

RAFFO BIRRA UFFICIALE DEL MEDIMEX 2024

Forte di una collaborazione ormai pluriennale, anche per l'estate 2024 Raffo è stata al fianco di Medimex, l'International Festival & Music Conference promosso da Puglia Sounds, in qualità di Sponsor ufficiale. Da tempo un punto di riferimento economico e culturale per imprese musicali, artisti italiani e internazionali, il Festival si è svolto come sempre a Taranto, nella Rotonda del Lungomare, dal 19 al 23 giugno. L'edizione 2024 ha visto esibirsi in Mainstage sabato 22 giugno i The Smile (Thom Yorke, Jonny Greenwood dei Radiohead e Tom Skinner) e domenica 23 giugno i The Jesus and Mary Chain, band culto degli anni Ottanta, e i Pulp, iconica band della scena inglese.



RAFFO TRUCK IN GIRO PER LA PUGLIA

Lungo tutto il mese di agosto, Raffo ha viaggiato in giro per la Puglia per celebrare la sua estate "DECISAMENTE PUGLIESE" a bordo di uno speciale truck brandizzato. I passanti sono stati coinvolti in un clima di festa e divertimento, con la possibilità di provare Raffo Ricetta Originale e Raffo Lavorazione Grezza. Per l'occasione il Raffo Truck è stato raggiunto da Serena Brancale, compositrice e polistrumentista pugliese che, salita a bordo del truck giallo, ha dato vita ad un piccolo secret show.

RAFFO NAMING PARTNER DI PARCO GONDAR FINO AL 2026

Per il 2024 e fino al 2026, Raffo è naming partner dell'area eventi più grande del sud Italia: Raffo Parco Gondar. Situato nel cuore di Gallipoli, da giugno a settembre 2024, il Parco ha offerto un calendario ricco di eventi tra musica, teatro, cabaret e sport. Grandi esponenti della musica pop, rap ed elettronica italiana ed internazionale, come Annalisa, Gazzelle, Achille Lauro, Mahmood, ma anche Salmo, Geolier, Gemitaiz e Carl Cox, si sono alternati in diversi concerti e djset nei sei palchi all'interno dell'area di cinquantamila metri quadri del Raffo Parco Gondar, che ha messo a disposizione degli spettatori un'esperienza completa tra area relax yoga, massaggi, street food e la postazione di Radio 105. In qualità di naming partner, Raffo si è inserita in questo contesto ricco di musica, arte e cultura che l'ha vista protagonista nelle aree d'intrattenimento, oltre che su tutti i canali online e digitali della manifestazione.



KOZEL PRIMO PARTNER BIRRA DI MASTERCHEF

A dicembre 2024, Kozel, la birra ceca più apprezzata e venduta al mondo, ha annunciato la collaborazione con MasterChef Italia come primo partner birra del celebre cooking show Sky Original prodotto da Endemol Shine Italy. Dal 12 dicembre, nel corso delle puntate della 14^a edizione dello show, gli aspiranti chef si sono cimentati in diverse prove che hanno coinvolto anche Kozel, le cui birre - Kozel Premium Lager e Kozel Dark Lager - sono sempre state a loro disposizione nella dispensa della cucina e per tutta la durata del programma, con la semifinale incentrata su Kozel

tramite la prova della Mystery Box.

Ma non è la prima volta che Kozel diventa protagonista nel contesto di Masterchef. A febbraio 2024, è stata lanciata "Mystery Beer", la campagna digital di Kozel sviluppata in collaborazione con MasterChef Italia. Il format ha coinvolto Edoardo Franco, vincitore della 12^a edizione del talent show culinario, che nel corso di quattro episodi ha preparato esclusive ricette lasciandosi ispirare da Kozel Premium Lager e Kozel Dark Lager e lanciando una sfida al pubblico.



KOZEL OFFICIAL BEER PARTNER DI FIRENZE ROCKS, I-DAYS MILANO E FIERA MILANO LIVE

Per il secondo anno consecutivo, Kozel ha accompagnato gli appassionati delle bevute rinfrescanti con la sua Premium Lager e due partnership all'insegna della musica. Grazie al rinnovo dell'accordo con Live Nation, è stata Official Beer Partner degli I-Days di Milano e di Firenze Rocks, a riprova di un rapporto continuativo, forte della presenza di star del panorama pop rock internazionale.

L'edizione 2024 di Firenze Rocks ha ospitato artisti del calibro di Avenged Sevenfold, Bowling For Soup, Bob Vylan, Cemetery Sun (13 giugno) e Tool, dEUS, The Struts e Night Verses (15 giugno), che hanno animato il palco dell'Arena Visarno a Firenze.

Dal 29 maggio al 12 giugno, nella cornice dell'Ippodromo La Maura di Milano, sono andati in scena gli I-Days, che hanno visto alternarsi sulla scena artisti come i Metallica (29 maggio), Lana Del Rey (4 giugno) e i Green Day (16 giugno), per citarne alcuni.

Rimanendo sulla scena musicale milanese, nel 2024 Kozel è stata anche Official Partner e Official Beer Partner di Fiera Milano Live, rassegna di spettacoli prodotta da Vivo Concerti che, da giugno a settembre, ha visto salire sul palco dell'Arena Fiera Milano - Rho artisti italiani e internazionali, come Salmo e Noyz (15 giugno), Paul Kalkbrenner (22 giugno), Black Eyed Peas (16 luglio) ed Emis Killa (2 settembre).





#PORTFOLIO



PER SAPERNE DI PIÙ

LE LATTINE KOZEL E PILSNER URQUELL APPRODANO IN ITALIA CON AMAZON E GLOVO

Tra fine 2023 e inizio 2024, Birra Peroni ha lanciato, in esclusiva per il canale e-commerce, le versioni in lattina da 50cl di tre birre ceche molto apprezzate, già presenti sul mercato italiano ma finora disponibili solo in bottiglia: Kozel Premium Lager, Kozel Dark e Pilsner Urquell.

Importate direttamente da Praga, dove vengono prodotte e confezionate in lattina, queste referenze sono oggi reperibili esclusivamente tramite i partner Amazon Core, Amazon Fresh e Glovo. Questa iniziativa risponde alla crescente domanda di praticità e sicurezza nella spesa online. La lattina, infatti, è più leggera e facile da trasportare, ed elimina il rischio di rottura durante la consegna.

La scelta di lanciare queste referenze in un formato esclusivo per l'e-commerce valorizza ulteriormente il potenziale del digitale come leva strategica, consolidando allo stesso tempo le partnership con dei player di riferimento nella distribuzione online.



COMUNICAZIONE COMMERCIALE RESPONSABILE

Parte fondante dei nostri impegni in ambito di sviluppo sostenibile sono quelli legati alla comunicazione e alla commercializzazione responsabile dei nostri prodotti.

Sebbene il settore pubblicitario di birra e alcolici sia già regolamentato, prendiamo atto del fatto che per fare pubblicità in modo responsabile può essere utile andare oltre il rispetto della legge. Infatti, in aggiunta all'osservanza di norme e disposizioni vigenti a livello nazionale, come società parte del Gruppo Asahi rispettiamo quanto stabilito nella **Policy sulla Comunicazione Commerciale**, recentemente aggiornata a inizio 2025, che stabilisce standard coerenti per la commercializzazione dei nostri brand in tutto il mondo.

La comunicazione e la commercializzazione responsabile dei nostri prodotti rappresentano un pilastro fondamentale dei nostri impegni in materia di sviluppo sostenibile.

 **CLICCA**
per saperne di più

MESSAGGI DI CONSUMO RESPONSABILE

In tutte le nostre comunicazioni commerciali includiamo un messaggio a favore del consumo responsabile. Questi messaggi, regolamentati in base al contesto - che si tratti di etichette, imballaggi o relative comunicazioni commerciali - si riferiscono a quattro elementi chiave:

1

O BEVI O GUIDI

2

**SOLO PER LE PERSONE
AL DI SOPRA DELL'ETÀ
LEGALE PER BERE**

3

**NON BERE
IN GRAVIDANZA**

4

**IL LINK AL SITO
www.alcolparliamone.it**

Con il Gruppo Asahi, abbiamo infatti creato un sito web dedicato - www.alcolparliamone.it - con lo scopo di promuovere scelte informate e modalità di consumo responsabile.





#PORTFOLIO

MARKETING RESPONSABILE

In linea con quanto stabilito volontariamente nella nostra Policy, monitoriamo attentamente gli orari di trasmissione dei nostri spot pubblicitari e adottiamo misure per limitare l'esposizione dei minori alla pubblicità dei nostri prodotti. Per le nostre campagne scegliamo esclusivamente attori o modelli di almeno 25 anni, o che comunque non appaiano di età inferiore.

Il personale addetto alle vendite e al marketing ricopre un ruolo fondamentale nella tutela e nella promozione responsabile delle nostre attività commerciali. Chi opera in queste aree è tenuto a conoscere e rispettare tutte le policy e le procedure locali vigenti. È inoltre richiesto di interpretare e applicare lo spirito delle linee guida, prestando particolare attenzione all'impatto che la comunicazione può avere sul pubblico di riferimento, tenendo conto del contesto culturale e sociale più ampio.

Per la gestione della comunicazione sulle nostre piattaforme social, ci atteniamo ai Digital Guiding Principles (DGP). Introdotti nel 2014, i DGP includono cinque misure fondamentali da seguire per garantire un utilizzo responsabile e appropriato dei canali digitali:

- un meccanismo di affermazione dell'età + 18;
- un avviso legato alle modalità di condivisione dei post (FAN);
- un messaggio sul consumo responsabile;
- una modalità di trasparenza circa l'ufficialità dell'account;
- la presenza di linee guida della community relativamente alla gestione dei contenuti generati dagli utenti (UGC).

Anche grazie alle attività messe in atto, nel corso del 2024 non sono stati registrati episodi di non conformità a regolamenti e/o codici volontari concernenti le comunicazioni di marketing o legati all'etichettatura e informazioni su prodotti e servizi.

PARTNERSHIP

Collaboriamo con Assobirra, Associazione degli Industriali della birra e del malto, e con Brewers of Europe, nell'ambito delle campagne per la sensibilizzazione al consumo responsabile, in particolar modo su temi legati ai rischi del bere in gravidanza o di non bere alla guida.

Con il Gruppo Asahi, infine, siamo partner dell'International Alliance for Responsible Drinking (IARD) e della World Federation of Advertiser (WFA) al fine di promuovere le migliori pratiche in ambito di comunicazione commerciale responsabile.

COMITATO INTERNO PER LA GESTIONE RESPONSABILE DELLE VENDITE E DEL MARKETING

La validazione di tutte le comunicazioni commerciali è affidata a un comitato dedicato, il Comitato Interno per la Gestione Responsabile delle Vendite e del Marketing (SMRC, Sales Marketing Responsibility Committee). Il comitato è composto dai Direttori Corporate Affairs e Marketing, dall'Head of Legal e dal Manager in ambito Sviluppo Sostenibile, che si occupa in particolare della validazione delle comunicazioni commerciali legate ai temi della sostenibilità.

COINVOLGIMENTO INTERNO E FORMAZIONE

Promuoviamo percorsi di formazione continua sul consumo responsabile per tutte le persone di Birra Peroni. Nel 2024, abbiamo completato il ciclo formativo che ha portato al 100% di dipendenti Birra Peroni e Saplo formati in ambito di consumo responsabile, anche grazie all'attivazione di un e-learning dedicato.

Inoltre, in coordinamento con il Gruppo Asahi, è proseguita la campagna **Responsible Drinking Ambassador** lanciata nel 2023 e volta a sensibilizzare le persone Birra Peroni ad essere ambasciatori dei nostri valori in ambito di consumo responsabile non solo in ufficio, ma anche nella vita privata, esprimendo sempre la versione migliore di noi stessi. Nel corso del 2024, inoltre, si segnala l'assenza di casi di non conformità rispetto a norme e/o codici volontari riguardanti gli impatti su salute e sicurezza dei prodotti.



COSA VUOL DIRE ESSERE UN RESPONSIBLE DRINKING AMBASSADOR?

- Conoscere bene moderazione e responsabilità
- Mettersi a disposizione di altri e dare l'esempio
- Consigliare, far riflettere e non imporre
- Comprendere piuttosto che rimproverare
- Ascoltare e fornire una guida con il proprio esempio
- Riconoscere la necessità di equilibrio, di uno stile di vita sano e di momenti gioiosi da trascorrere insieme
- Aiutare a stabilire dei limiti e a fare scelte informate per noi stessi e per gli altri, senza giudicare
- Esprimere la versione migliore di sé stessi, concedendoci i momenti piacevoli responsabilmente. Rivolgersi agli altri con profonda empatia quando è necessario

I 4 principi del Responsible Drinking Ambassador per esprimere la versione migliore di noi stessi:

ESSERE SMART

Essere un Responsible Drinking Ambassador significa essere smart e sapere quando è il momento di dire basta. Solo in questo modo possiamo prenderci cura della salute e della sicurezza, nostra e dei nostri cari!

QUALITÀ, NON QUANTITÀ

Essere un Responsible Drinking Ambassador significa scegliere sempre prodotti di qualità e gustarli con moderazione. Solo in questo modo possiamo essere sicuri che il momento in cui beviamo insieme sia un momento davvero piacevole!

ATTENZIONE ALLA SALUTE

Essere un Responsible Drinking Ambassador significa essere attenti alla salute, nostra e degli altri: informiamoci sempre sugli ingredienti, le calorie e il tasso alcolico dei prodotti e scegliamo quelli più adatti al nostro stile di vita.

STARE INSIEME

Essere un Responsible Drinking Ambassador significa conoscere la gioia dello stare insieme: per questo è sempre importante preoccuparsi gli uni degli altri e supportarsi nel fare le scelte giuste quando si parla di alcol.



CONTRO IL GREENWASHING

La sostenibilità ambientale nella comunicazione commerciale comprende i cosiddetti "green claims" (dichiarazioni verdi) e le dichiarazioni ambientali, ovvero qualsiasi affermazione relativa alle caratteristiche ambientali o all'impatto di un prodotto (o del nostro business più in generale).

Per prevenire il rischio di greenwashing - evitando l'uso di dichiarazioni fuorvianti, inesatte, false o ambigue - e in coerenza con la nostra Policy sulla Comunicazione Commerciale, garantiamo che ogni comunicazione in tema di sostenibilità sia supportata da dati probativi sottoposti ad audit/verificati e/o da una certificazione o da un partner di verifica. Quando utilizziamo terminologie legate alla sostenibilità o formuliamo dichiarazioni ambientali, ci impegniamo a fornire la definizione dei termini impiegati e a specificare le modalità di calcolo e verifica dei dati comunicati.

Per ulteriori dettagli, è possibile consultare la nostra Policy.



#PORTFOLIO

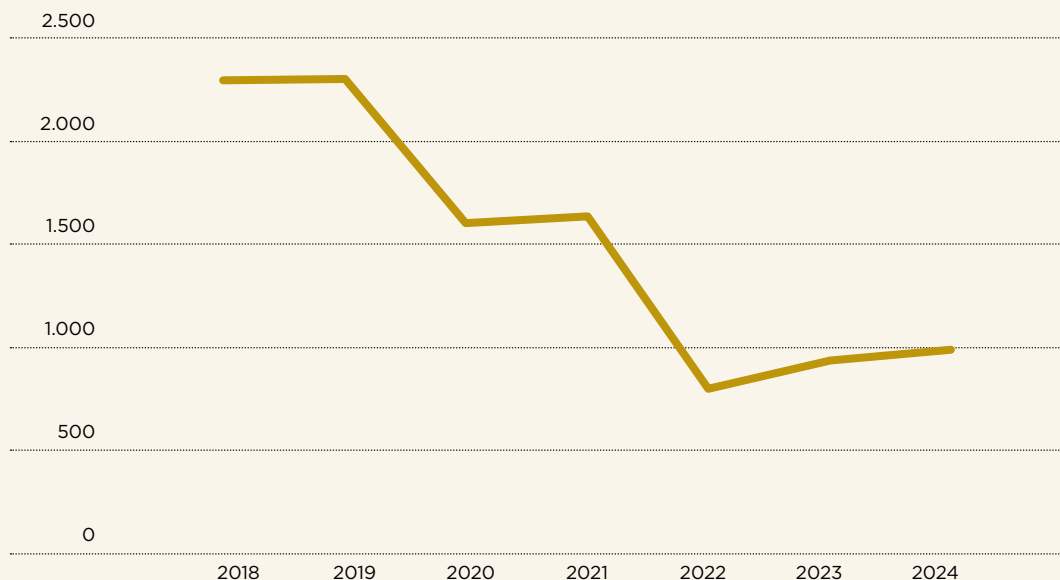
SERVIZIO CONSUMATORI

Il Servizio Consumatori è a disposizione per fornire informazioni, raccogliere suggerimenti e gestire eventuali segnalazioni o reclami. È operativo tutti i giorni, dal lunedì alla domenica, dalle 9.00 alle 21.00, ed è raggiungibile attraverso il numero verde:



Il Servizio Consumatori Peroni è uno strumento di dialogo diretto con i consumatori ed è uno dei principali canali per garantire, valorizzare e promuovere la qualità. Svolge inoltre un ruolo fondamentale nella comunicazione tra Birra Peroni e i suoi consumatori finali.

TOTALE CHIAMATE RICEVUTE - SERVIZIO CONSUMATORI







#PROFIT

2023 - 2024

+2,1% fatturato



Circa **560 milioni di €**

valore generato e redistribuito, verso dipendenti,
fornitori ed altri attori del territorio



2023 - 2024

+38 milioni di investimenti

legati alla produzione



+90%

acquisti verso fornitori italiani



**Politiche e processi
per l'etica di business
e l'approvvigionamento
responsabile**



Partnership di valore
per lo **sviluppo sostenibile**



I 2024 si è concluso in un clima di forte incertezza economica a livello internazionale, segnato da persistenti tensioni geopolitiche e da condizioni finanziarie ancora restrittive per famiglie e imprese. In questo contesto, l'Italia registra una crescita dell'inflazione più moderata, sia in confronto all'anno precedente sia rispetto agli altri Paesi europei. Tra i segnali positivi, si evidenziano **la tenuta della produzione industriale e un miglioramento nel mercato del lavoro, con una riduzione del tasso di disoccupazione.**

*Per saperne di più e riferimenti:
AssoBirra, Annual Report 2024.*





#PROFIT

Fare impresa in modo sostenibile significa generare valore oggi, guardando con responsabilità alle sfide del domani.

Il 2024 è stato per Birra Peroni un anno di consolidamento. Con circa 560 milioni di euro di valore generato e redistribuito agli stakeholder nel 2024, e con oltre **38 milioni di euro in investimenti** legati alla sola produzione nell'ultimo biennio, abbiamo confermato la solidità dei nostri obiettivi, malgrado un contesto internazionale sfidante ed in continua evoluzione. Abbiamo mantenuto il nostro impegno nel coniugare risultati economici solidi con un approccio etico, trasparente e orientato al lungo termine. Lo abbiamo fatto continuando a investire in innovazione, rafforzando la nostra rete commerciale e costruendo relazioni di fiducia con clienti, fornitori e partner strategici.

In questo capitolo raccontiamo il nostro contributo alla crescita economica e allo sviluppo sostenibile, mettendo in luce i principi che guidano le nostre scelte: un approvvigionamento responsabile, una governance rigorosa, una gestione dei rischi fondata sull'integrità e un modello commerciale orientato alla creazione di valore condiviso.

Siamo convinti che il successo economico sia quello che metta in equilibrio presente e futuro: da qui l'invito a fare la differenza insieme, affinché la performance economica di oggi possa alimentare ulteriori investimenti nel futuro nonché solidi processi di generazione di valore condiviso.



DANIELA GERARDI

Finance Director
- Birra Peroni



ANDREA TORTELLA

Sales Director
- Birra Peroni

BUONA LETTURA!

EVOLUZIONE DEL CONTESTO ECONOMICO E DEL MERCATO

Nel settore del Largo Consumo Confezionato, che comprende sia i canali fisici sia quelli digitali, si osserva un trend positivo rispetto al 2023, con una crescita dei volumi pari all'1,6%. In particolare, il 2024 è terminato con un aumento della spesa reale¹ sia nella Distribuzione Moderna Classica sia nei Discount.

Nonostante le pressioni inflazionistiche, il mercato della birra ha chiuso il 2024 con un andamento positivo, registrando una crescita sia a volume (+1,2%) sia a valore (+2,9%) rispetto all'anno precedente. Entrambi i canali di distribuzione hanno registrato andamenti positivi.

Nel canale moderno (supermercati, ipermercati e discount), il comparto è cresciuto dell'1,7% a volume e del 2,7% a valore rispetto al 2023. Il mercato del fuori casa (bar, ristoranti, pizzerie) ha mostrato un trend positivo, con una crescita dell'1,4% a volume e del 4% a valore rispetto all'anno precedente.



¹ Con "spesa reale" si intende la quantità di beni e servizi che si possono acquistare con una determinata somma di denaro, tenendo conto dell'inflazione e delle variazioni dei prezzi. Permette di capire se la capacità di acquisto è aumentata o diminuita nel tempo.



#PROFIT

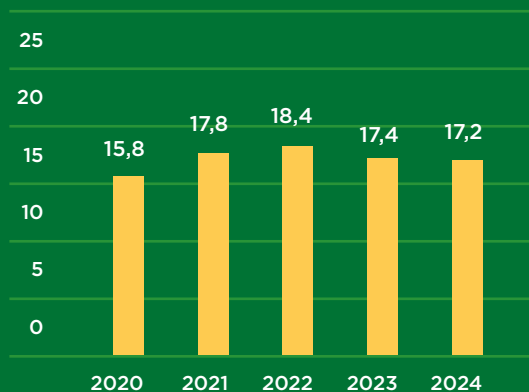


PER SAPERNE DI PIÙ

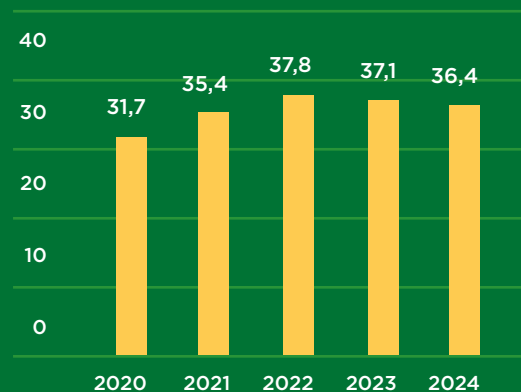
I NUMERI DEL SETTORE BIRRARIO ITALIANO

L'Italia ha uno dei tassi di consumo di birra pro-capite più bassi al mondo: 36,4 litri di birra nel 2024 e con un andamento pressoché stabile nel corso degli ultimi 5 anni. Il settore vede una bilancia commerciale ancora negativa, con importazioni quasi doppie rispetto alle esportazioni. La birra è l'unica bevanda alcolica da pasto sulla quale gravano le accise.

PRODUZIONE DI BIRRA IN MIO HL



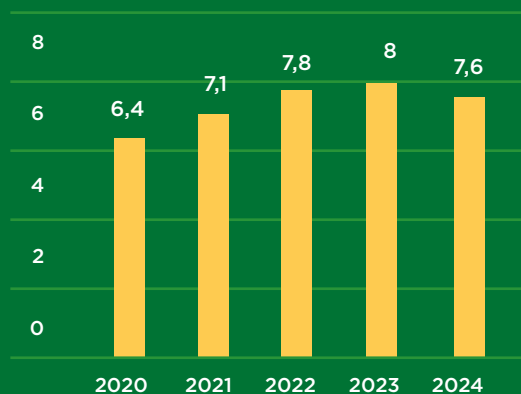
CONSUMI DI BIRRA PRO CAPITE IN LITRI



EXPORT BIRRA ITALIANA IN MIO HL



IMPORT BIRRA ESTERA IN ITALIA IN MIO HL



Fonte: AssoBirra, Annual Report 2024.

IL 2024 DI BIRRA PERONI

Considerando il totale del mercato, che comprende i canali di distribuzione moderno e fuori casa, Birra Peroni ha chiuso il 2024 raggiungendo una quota a valore di 15,5% con un aumento di +0,3 punti rispetto al 2023.

Relativamente al canale moderno, Birra Peroni ha guadagnato quota di mercato a valore (+0,5 punti), raggiungendo il 14,8%. Per il mercato fuori casa, invece, Birra Peroni è stata in grado di aumentare la sua quota a valore di 0,4 punti rispetto all'anno precedente, raggiungendo il 16,6%.

Si sintetizzano di seguito le principali grandezze economico finanziarie di Birra Peroni al 31 dicembre 2024 confrontate con quelle dell'esercizio precedente.

La crescita dei ricavi rispetto all'anno precedente è guidata dall'incremento dei prezzi di vendita e dall'incremento dei volumi nel **settore Domestico**. L'incremento dei ricavi, unitamente al calo dei prezzi dei materiali, ha contribuito a migliorare sensibilmente il margine lordo.

I DATI ECONOMICI E FINANZIARI DI BIRRA PERONI

(In Euro)	Esercizio 2022	Esercizio 2023	Esercizio 2024
DATI ECONOMICI			
Ricavi netti delle vendite e delle prestazioni	518.855.409	600.959.675	613.727.788
EBITDA	65.243.514	46.017.846	76.142.233
EBIT	43.509.087	22.427.425	48.973.974
Risultato del periodo	28.959.225	6.790.087	29.478.831
Ebitda Margin	12,6%	7,7%	12,4%
DATI FINANZIARI			
Capitale immobilizzato	691.073.182	708.138.909	698.058.039
Capitale circolante al netto dei fondi e delle passività	(112.781.420)	(144.571.126)	(153.086.373)
Posizione finanziaria netta	(147.377.184)	(142.974.329)	(94.592.264)
Patrimonio netto	(430.914.578)	(420.593.453)	(450.379.404)





#PROFIT



PER SAPERNE DI PIÙ

A FIANCO DEI NOSTRI CLIENTI PER CREARE VALORE CONDIVISO

In Birra Peroni costruiamo ogni giorno relazioni solide e di lungo periodo con i nostri clienti, riconoscendo in loro partner fondamentali per portare sul mercato non solo i nostri prodotti, ma anche i nostri valori. Che si tratti del **canale On-Premise** (distributori attraverso cui serviamo bar, ristoranti, hotel e pizzerie) o del **canale Off-Premise** (supermercati), il nostro impegno è quello di costruire partnership solide, basate su ascolto reciproco, trasparenza e collaborazione costante.



Nel canale On-Premise, uno degli strumenti principali per rafforzare questo legame è il **Dealer Council**, un evento organizzato ogni anno per condividere visioni strategiche, raccogliere proposte e confrontarci apertamente con i nostri partner commerciali. Nel dicembre 2024, per la prima volta, il Dealer Council si è svolto presso la nostra sede di Roma: un'occasione speciale che ha visto la partecipazione di circa 100 clienti da tutta Italia. Oltre al momento di confronto, gli ospiti hanno potuto visitare lo stabilimento produttivo e vivere da vicino la realtà di Birra Peroni. Inoltre, nel corso dell'anno il Sales & Beer Competence Team organizza per i

clienti dell'On-Premise iniziative formative come "**Mastro Birraio per un giorno**", un momento di diffusione della cultura birraria attraverso degustazioni e prove di spillatura.

Nel canale Off-Premise, lavoriamo fianco a fianco con i nostri clienti per intercettare i trend di consumo emergenti e sviluppare insieme soluzioni che valorizzino l'esperienza d'acquisto. La nostra presenza sul punto vendita è supportata da un'attenta analisi dei bisogni dei consumatori finali, con l'obiettivo di offrire proposte sempre più rilevanti, efficaci e in linea con le aspettative del mercato.

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO

Il prospetto del valore economico generato e distribuito offre una prospettiva diversa e complementare rispetto a quanto presentato all'interno del precedente paragrafo.

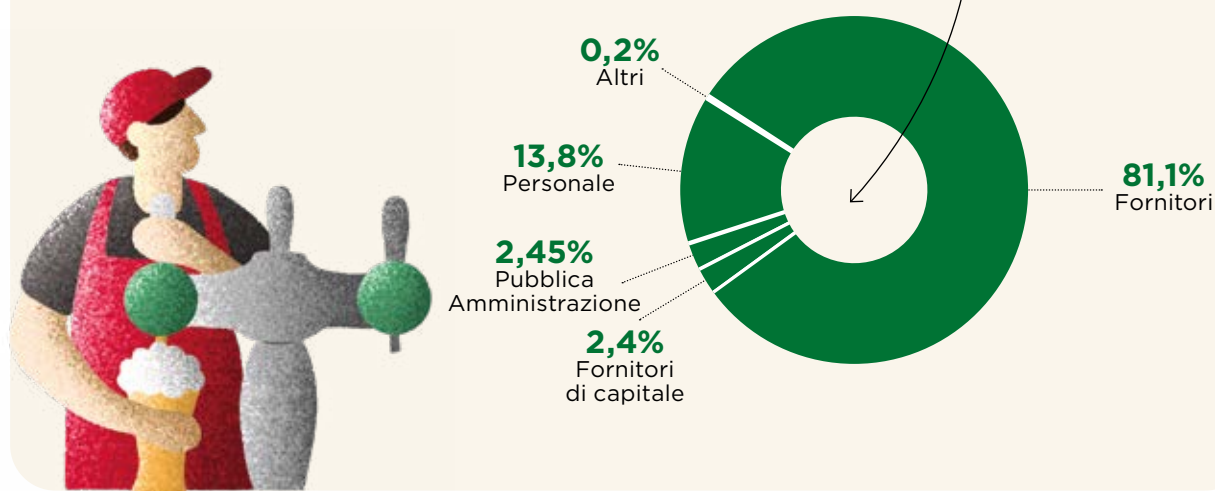
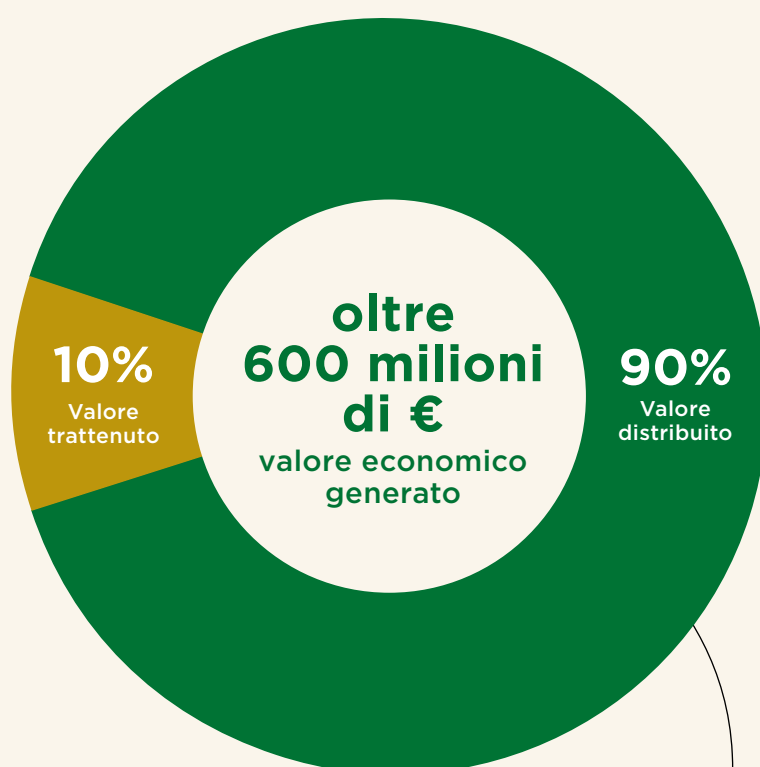
In particolare, tale riclassificazione del bilancio di esercizio consente di poter quantificare non solo il valore economico che Birra Peroni genera attraverso le sue attività, ma anche la relativa quota ridistribuita a vario titolo verso terzi: ovvero la capacità dell'organizzazione di creare e distribuire valore per gli stakeholder.

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO DI BIRRA PERONI

BIRRA PERONI	Esercizio 2022	%	Esercizio 2023	%	Esercizio 2024	%
Valore distribuito	466.875.726	89,9	568.096.707	93,8	559.162.191	90,4
Valore trattenuto	52.429.400	10	37.737.572	6,2	59.717.923	9,6
Valore generato	519.305.126	100	605.834.279	100	618.880.115	100%

Nel corso del 2024, il valore economico generato da Birra Peroni è stato pari a 618.880.115€ (in aumento di circa il 2% rispetto al 2023), di cui il 90% circa distribuito verso gli stakeholder.

VALORE ECONOMICO GENERATO E DISTRIBUITO NEL 2024 DA BIRRA PERONI





#PROFIT



PER SAPERNE DI PIÙ

100 ANNI DI PRODUZIONE A BARI: UN SECOLO DI IMPRESA E LEGAME CON IL TERRITORIO

Nel 2024 abbiamo celebrato un importante traguardo: i 100 anni di attività produttiva a Bari. Dal 1924, anno in cui abbiamo inaugurato il nostro primo stabilimento, fino all'attuale sito di Via Bitritto, non abbiamo mai smesso di investire nel territorio, creando occupazione e rafforzando il nostro legame.

Il 4 ottobre abbiamo organizzato un momento speciale nello stabilimento, alla presenza delle principali autorità locali e regionali, tra cui Michele Emiliano, Presidente della Regione Puglia, Alessandro Delli Noci, Assessore allo Sviluppo Economico della Regione, e Vito Leccese, Sindaco di Bari. L'iniziativa ha rappresentato un'opportunità di dialogo tra impresa e istituzioni sul futuro dello stabilimento, per il quale abbiamo annunciato 10 milioni di euro di investimenti entro il 2027 per continuare ad innovare il sito e di conseguenza migliorarne la capacità produttiva e le performance ambientali.

Per valorizzare la memoria storica e il legame con la comunità, è stata allestita una **mostra fotografica e testuale** presso lo stabilimento, che ripercorre le tappe più significative della presenza di Birra Peroni a Bari ed è fruibile anche online in una versione digitale. In parallelo, una **mostra diffusa nel centro città** ha portato in una via del centro di Bari una selezione di immagini d'archivio e contenuti visivi attuali, celebrando la relazione tra l'azienda e il territorio.



CLICCA

per saperne di più





PER SAPERNE DI PIÙ

ASAHI LIVE

Asahi Live è il portale B2B pensato per i nostri clienti del canale On-Premise. Lanciato a marzo del 2023, è operativo 24/7 e consente ai clienti di gestire in autonomia le proprie attività, facilitando la crescita del loro business con Birra Peroni.

Dalla sua attivazione fino a maggio 2025, i clienti dell'On-Premise che hanno aderito ad Asahi Live sono aumentati di oltre il 300%, a testimonianza del gran valore riconosciuto al portale. Nel corso del 2025, sono state rilasciate nuove funzionalità che ne hanno ampliato ulteriormente le potenzialità come strumento di ingaggio: per i clienti è ora possibile accedere a video formativi sul mondo della birra e su aspetti operativi, ricevere suggerimenti per il food pairing, nonché modificare o cancellare autonomamente un ordine prima che venga preso in carico.

GLI INVESTIMENTI

Nel corso del 2024, la Società ha continuato il programma di investimenti finalizzati ad assicurare la prosecuzione e l'espansione dell'attività aziendale migliorandone allo stesso tempo l'efficienza.

Gli investimenti per immobilizzazioni materiali dell'esercizio chiuso al 31 dicembre 2024 sono stati pari ad oltre 29,2 milioni di euro, di cui 20,7 milioni circa rappresentati da immobilizzazioni in corso.

Le immobilizzazioni materiali in corso, per la quota completata nell'esercizio, pari a euro 25,5 milioni, fanno riferimento per 2,9 milioni di euro circa a fabbricati, per 18,3 milioni di euro circa a macchinari e impianti, di fabbricazione e di servizi ausiliari e per 4,5 milioni di euro ad altri beni (principalmente asset commerciali).

Inoltre, nel corso dell'esercizio sono stati effettuati investimenti, pari ad 8,5 milioni di euro circa relativi principalmente a: acquisti di materiale per spillatura e frigo vetrine, acquisti di materiale commerciale (gabbie, palette e bottiglie). Infine, sono state rilevate attività per diritti d'uso relativi a contratti stipulati nel 2024 per 3,6 milioni di euro, di cui 0,5 milioni di euro circa relativi a impianti e macchinari di fabbricazione e confezionamento e ausiliari; euro 1 milioni circa relativi a mezzi di trasporto interni ed autovetture e 2,1 milioni per l'utilizzo di fabbricati ad uso ufficio. Al 31 dicembre 2024 si evidenziano, inoltre, attività immateriali in corso per 0,5 milioni di euro circa, che si riferiscono principalmente al progetto di aggiornamento del sistema SAP ECC.



**Per il solo manufacturing,
oltre 38 milioni di investimenti per
Birra Peroni e Saplo tra il 2023 ed il 2024²:**

Stabilimento di Roma 10 milioni

Stabilimento di Bari 7 milioni

Stabilimento di Padova 18 milioni

Stabilimento di Pomezia 3,5 milioni

² Si escludono dalle cifre presentate gli investimenti di responsabilità Asahi Europe & International.



APPROVVIGIONAMENTO RESPONSABILE

Birra Peroni e il Gruppo Asahi attribuiscono la massima importanza al rispetto degli standard di integrità ed etica aziendale, anche nei rapporti con fornitori e partner commerciali. Il nostro impegno va oltre il semplice inserimento di principi guida all'interno dei contratti: lavoriamo attivamente per promuovere il miglioramento continuo e incoraggiare la diffusione di pratiche responsabili nei rapporti con i fornitori e lungo l'intera catena del valore. Allo stesso modo, prestiamo particolare attenzione ai contesti locali e alle sfide specifiche che i nostri fornitori affrontano nelle diverse aree geografiche in cui operiamo e acquistiamo.

Le **Condizioni Generali di Fornitura**, la **Policy Anticorruzione**, ed il **Codice di Condotta Fornitori** del Gruppo Asahi Europe & International includono gli standard minimi di riferimento in ambito di pratiche etiche di business che sono applicati da contratto e per i quali ci aspettiamo la conformità dei nostri fornitori. È aspettativa del Gruppo, inoltre, che i fornitori che stipulano contratti con Birra Peroni promuovano questi principi lungo la propria catena di fornitura e ne garantiscano il rispetto.

Nel corso del 2024, tutti i nuovi fornitori sono stati valutati secondo criteri ambientali e sociali³.

Tra i principali ambiti di riferimento disciplinati dal Codice di Condotta Fornitori, si menzionano:

- il rispetto dei diritti umani e degli standard in ambito giuslavoristico, tra cui la libertà di associazione, la salute e sicurezza sul lavoro, la non discriminazione ed il divieto ad utilizzare forme di lavoro minorile, forzato e obbligato.
- la tutela dell'ambiente, anche attraverso sistemi di gestione dedicati e misure specifiche per la corretta gestione dei rifiuti, del consumo di risorse e dell'inquinamento;
- l'integrità aziendale, con particolare riferimento all'etica di business e anticorruzione, alla gestione dei conflitti di interesse e alla gestione delle informazioni.

In tale contesto, ci aspettiamo che i nostri fornitori adottino un approccio trasparente riguardo alle proprie pratiche in ambito ambientale, sociale ed economico, e si impegnino nel miglioramento continuo, anche in coerenza con le nostre policy e i nostri processi. Come parte delle attività di monitoraggio, ci riserviamo il diritto di condurre verifiche e audit per accertare la conformità agli standard richiesti. In caso di non conformità, collaboriamo con i fornitori per definire e implementare piani correttivi. Tuttavia, in presenza di inadempienze gravi o protratte, ci riserviamo il diritto di riconsiderare il rapporto commerciale.

APPROVVIGIONAMENTO LOCALE

L'analisi degli acquisti effettuati nel corso degli ultimi 3 anni, evidenzia la forte relazione della società con fornitori ubicati in Italia. In particolare, nel corso del 2024, circa il 92% degli acquisti di Birra Peroni è stato realizzato

verso fornitori ubicati in Italia; valore, ancora più elevato per Saplo, che supera il 99%, anche vista la politica aziendale di acquistare orzo distico da birra esclusivamente da agricoltori italiani.

PERCENTUALE DI SPESA VERSO FORNITORI LOCALI

Area geografica fornitore	2022	2023	2024
	% spesa annua	% spesa annua	% spesa annua
BIRRA PERONI	100%	100%	100%
Italia	91,5%	92,9%	92,1%
Esteri	8,5%	7,1%	7,9%
SAPLO	100%	100%	100%
Italia	99,0%	99,2%	99,3%
Esteri	1,0%	0,8%	0,7%

³ Il dato fa riferimento agli acquisti superiori a 15.000 euro.

CORPORATE GOVERNANCE ED ETICA DI BUSINESS

Il sistema di corporate governance di Birra Peroni persegue la massima trasparenza e correttezza. Nella consapevolezza della rilevanza sociale rivestita dalle attività del Gruppo, gli obiettivi preposti da tale sistema di governo societario sono la creazione di valore e l'impegno per la tutela di tutti gli interessi coinvolti.

Il modello di corporate governance adottato dalla Società è di tipo tradizionale.

Il Consiglio di Amministrazione (CdA) al 31 dicembre 2024 è formato da 5 membri, nominati dall'Assemblea dei Soci, di cui tre sono dipendenti di Birra Peroni Srl e due di altre società del Gruppo Asahi, scelti sulla base della competenza e per assicurare equilibrio in termini di rappresentanza. Il mandato del Consiglio di Amministrazione è quello conferitogli dallo Statuto e dalla legge, di amministrazione ordinaria e straordinaria della Società al fine di attuare e raggiungere l'oggetto sociale della stessa, salvo per gli atti riservati dalla legge e dallo statuto ai soci. Il Presidente del Consiglio di Amministrazione riveste anche la posizione di *Managing Director* della società e, tramite delibera del Consiglio, gli sono stati conferiti ampi poteri di natura generale.

Con cadenza periodica, i membri del Consiglio di Amministrazione partecipano a degli incontri organizzati a livello di Gruppo Asahi, durante i quali vengono discusse le linee strategiche e che prevedono uno spazio relativo al focus sullo sviluppo sostenibile.

In tale contesto, l'Executive Committee (EXCO), ad inclusione degli aspetti legati allo sviluppo sostenibile e alla gestione degli impatti, supporta il lavoro del CdA nella gestione quotidiana dell'azienda, inclusi gli aspetti legati allo sviluppo sostenibile e alla gestione degli impatti. Alla data di pubblicazione del presente documento, l'EXCO di Birra Peroni è composto da:

- **Enrico Galasso** (Managing Director);
- **Andrea Sutti** (Integrated Supply Chain Director);
- **Andrea Tortella** (Sales Director);
- **Daniela Gerardi** (Finance Director);
- **Federico Sannella** (Corporate Affairs Director);
- **Gianluca di Gioia** (HR Director);
- **Riccardo Piazzolla** (Trade Marketing Director);
- **Viviana Manera** (Marketing Director).





#PROFIT

Viene richiesto periodicamente ai cosiddetti “Key stakeholders”, tra i quali rientrano i componenti del CdA nonché i membri dell’Executive Committee (EXCO), di fornire a mezzo comunicazione email la “Declaration of Compliance”, per riaffermare l’assenza di conflitti di interesse per sé e per i membri della propria famiglia e confermare la conoscenza ed il rispetto del Codice di Condotta, della Politica anticorruzione, e della Politica in materia di regali e intrattenimenti, tra le altre policy di riferimento interno. Il Collegio Sindacale è formato da 3 membri effettivi e 2 supplenti, tutti esterni alla Società.

La Società ha adottato il **Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. n. 231/01** e dispone di un Organismo di Vigilanza, di natura collegiale composto da tre membri esterni, preposto alla vigilanza sul funzionamento e sull’osservanza del Modello adottato dalla Società nonché il relativo aggiornamento. Le procedure, i processi e i modelli implementati, in ottemperanza al D.lgs. 231/01, sono oggetto di attività di verifica e vigilanza da parte dell’Organismo di Vigilanza.

La Società adotta un **Codice Etico** che ha diffuso a tutti i dipendenti e che è disponibile per consultazione. Inoltre, la Società dispone di una struttura di Internal Audit, la quale definisce e conduce interventi di verifica e compliance. Nel 2024 non si sono verificati casi di non conformità a normative, leggi e regolamenti.

Per quanto riguarda le politiche retributive, il piano delle retribuzioni dei dipendenti - che si applica anche ai membri dell’EXCO e, di conseguenza, a tre membri del CdA - viene rivisto annualmente per assicurare coerenza con le policies aziendali, le linee guida del Gruppo Asahi e con quanto previsto dal CCNL di riferimento. Il piano, rivisto e consolidato da HR, viene presentato al Compensation & Benefits Committee - formato da Managing Director, HR Director e Compensation & Benefits Manager Manager - prima della chiusura finale.

Il sistema di job evaluation e ranking assicura equità all’interno dell’organizzazione ed è allineato all’ambiente concorrenziale, consentendoci di confrontare i nostri dati retributivi con le migliori prassi di mercato e garantendo una competitività interna ed esterna. I sistemi di retribuzione variabile (es. Incentivi, Bonus e Premi) sono amministrati in accordo ai programmi approvati rivisti annualmente e sviluppati sulla base del processo di valutazione

delle performance dei dipendenti, in una logica di integrazione e allineamento con le strategie e le policy relative ai riconoscimenti finanziari e non finanziari aziendali. Tali sistemi sono formalizzati e comunicati a tutti i dipendenti coinvolti attraverso regolamenti di assegnazione e calcoli specifici.

CLICCA

per sapere di più

In questo contesto, Birra Peroni si impegna a costruire e mantenere relazioni con dipendenti, clienti e stakeholder basate su principi di onestà, trasparenza, rispetto della diversità, promozione dell’inclusione e responsabilità sociale, assicurando al contempo il pieno rispetto delle normative nazionali e internazionali vigenti.

Quale Addendum locale della **Speak up Policy del Gruppo Asahi**, Birra Peroni ha adottato una specifica **procedura per le segnalazioni**, in conformità alle prescrizioni del D. lgs. n. 24 del 10 marzo 2023 (c.d. “Decreto Whistleblowing”) che recepisce la Direttiva (UE) 2019/1937 sul whistleblowing. L’Addendum locale della **Asahi Speak up Policy** descrive il funzionamento del canale locale per le segnalazioni (“Canale Locale”), i presupposti per effettuare le segnalazioni e il processo di gestione di tali segnalazioni. Il compito di gestire il Canale Locale e le relative segnalazioni è stato affidato a un gruppo di lavoro composto da quattro membri, che prende il nome di “Comitato Whistleblowing” e che presentano le caratteristiche di autonomia, indipendenza e professionalità, nonché le competenze tecniche richieste dal Decreto Whistleblowing.

CLICCA

per sapere di più

Tra le principali politiche legate agli aspetti di etica di business, si cita la **Policy Anticorruzione**, che impegna tutte le Società del Gruppo Asahi a condurre i propri affari in modo responsabile e in conformità con i più stringenti standard legali ed etici.

Inoltre, tutti i dipendenti sono soggetti a formazione obbligatoria sull’anticorruzione al momento dell’ingresso in azienda come parte dell’onboarding. Tutti i membri del Consiglio di Amministrazione e dell’EXCO svolgono a loro volta attività di formazione sulle politiche e procedure anticorruzione⁴.

⁴ La formazione obbligatoria sull’anticorruzione viene erogata tramite un Corso online creato dal Gruppo Asahi, localizzato dalle società del Gruppo per ogni mercato. Il corso, che approfondisce la policy Anticorruzione del Gruppo Asahi, ha validità due anni e viene quindi ripetuto con cadenza biennale dai dipendenti e dai membri dell’EXCO e del Consiglio di Amministrazione.

Oltre alle attività formative, attraverso l'intranet aziendale e tramite e-mail indirizzate a tutti i dipendenti vengono comunicate le politiche e procedure anticorruzione del Gruppo e i loro eventuali aggiornamenti. Con riferimento ai fornitori,

nei contratti sottoscritti è presente il rimando al sito di Birra Peroni per consultare le politiche del Gruppo, tra cui Codice Etico e Policy Anticorruzione.

Alla luce dei presidi in essere, nel corso del 2024, per Birra Peroni e Saplo non si sono verificati episodi confermati di corruzione.

Inoltre, non risultano casi di comportamenti anticompetitivi, violazioni delle leggi anti-trust e pratiche monopolistiche.

Il Gruppo Asahi si è inoltre dotato di **principi di riferimento sui diritti umani**, che si applicano a tutti i funzionari e dipendenti delle società del Gruppo, e relativamente ai quali incoraggiamo tutti i nostri partner e fornitori ad aderire in maniera da collaborare insieme con l'obiettivo di ottemperare il nostro impegno per i diritti umani in tutte le operazioni aziendali.

CLICCA

per sapere di più

Particolare attenzione è, infine, posta agli aspetti legati alla **privacy e alla gestione dei dati**: un set dedicato di policy e procedure di riferimento regola tutti gli aspetti legati al trattamento dei dati personali, in ottemperanza alla normativa europea ed italiana in materia.

Si segnala che anche nel corso del 2024, così come per il 2023, non si sono registrati casi di fuga, furto o perdita dei dati dei clienti, così come non si sono registrati fondati reclami riguardo alla violazione della privacy dei clienti stessi.





#PROFIT

ASSOCIAZIONI E PARTNERSHIP

Birra Peroni esprime la sua cultura d'impresa anche attraverso molteplici associazioni e partnership, tra le quali si citano in ordine alfabetico:

AssoBirra	Associazione dei Birrai e dei Maltatori, rappresenta il cuore della filiera italiana della birra e riunisce le principali aziende che producono e commercializzano birra e malto in Italia.
Associazione Industrie Beni di Consumo (IBC)	Riunisce le imprese di produzione dei beni di consumo. Queste imprese sono attive in Italia e all'estero nei settori di tradizionale specializzazione della produzione italiana di qualità: Alimentare, Bevande, prodotti per la Cura della Casa e della Persona, Tessile ed Abbigliamento, Arredo e prodotti/accessori per la casa e altro.
Associazione Italiana dei Tecnici della Birra e del Malto	Fondata nel 1959, promuove tra i propri Associati studi, ricerche, incontri e scambi di esperienze professionali, tendenti ad un generale progresso tecnico qualitativo della produzione maltaria e birraria italiana.
Centromarca	Associazione Italiana dell'Industria di Marca, promuove la cultura e i valori della Marca nel Mercato e nella Società. Fondata nel 1965, associa circa 200 imprese che rappresentano oltre 2300 marchi, tra le più importanti attive nei settori di consumo immediato e durevole.
Confindustria Bari e Barletta-Andria-Trani	Associazione di rappresentanza con circa 800 aziende con oltre 30.000 dipendenti. Ha assunto l'attuale denominazione nel 2009, a seguito della costituzione della provincia di Barletta-Andria-Trani.
Confindustria Veneto Est	Associazione di rappresentanza degli imprenditori delle provincie di: Venezia, Padova, Rovigo e Treviso, con 5.000 aziende aderenti tra manifattura, servizi e costruzioni.
Consorzio Elis	Il Consorzio di aziende ELIS (CONSEL) raccoglie oltre 120 grandi gruppi, PMI, start-up e università, per realizzare progetti d'innovazione e sviluppo con attenzione alla responsabilità sociale d'impresa.
Fondazione Italia Giappone	La Fondazione Italia Giappone, organismo pubblico - privato senza scopo di lucro, è stata costituita nel 1999 su iniziativa del Ministero degli Affari Esteri. Lo scopo della Fondazione è di sviluppare e approfondire le relazioni tra Italia e Giappone e di promuovere l'immagine dell'Italia in Giappone e del Giappone in Italia, tramite iniziative in campo culturale, scientifico ed economico.
Fondazione Libellula	Promuove la cultura della bellezza per prevenire e contrastare ogni forma di violenza sulle donne e di discriminazione di genere.
Museimpresa	Associazione Italiana Archivi e Musei d'Impresa, riunisce oltre 130 musei e archivi di grandi, medie e piccole imprese italiane. Fondata a Milano nel 2001 per iniziativa di Assolombarda e Confindustria è una rete unica a livello europeo.
Parks Liberi E Uguali	Associazione senza scopo di lucro che ha tra i suoi soci esclusivamente datori di lavoro, creata per aiutare le aziende socie a comprendere e realizzare al massimo le potenzialità di business legate allo sviluppo di strategie e buone pratiche rispettose della diversità.
Unindustria	Unione degli Industriali e delle imprese Roma, Frosinone, Latina, Rieti, Viterbo, con oltre 2.800 aziende aderenti e 220.000 dipendenti.
Utenti Pubblicità Associati (UPA)	Riunisce le più importanti aziende industriali, commerciali e di servizi che investono in pubblicità e in comunicazione in Italia.
Valore D	Associazione di imprese che aiuta le organizzazioni a promuovere l'inclusione come fattore competitivo per la crescita.

PER SAPERNE DI PIÙ



BEER & FOOD ATTRACTION 2024

Beer&Food Attraction è l'evento che riunisce in un solo appuntamento la più completa offerta nazionale e internazionale di birre, bevande, food e tendenze per il settore OUT OF HOME.

La 9^a edizione di Beer & Food Attraction si è svolta alla Fiera di Rimini dal 18 al 20 febbraio: come tutti gli anni, Birra Peroni era presente con uno spazio espositivo, quest'anno dedicato a Raffo, per celebrare il lancio di Ricetta Originale su scala nazionale e l'introduzione della nuova referenza Raffo Lavorazione Grezza.



LINKONTRO 2024

Dal 16 al 19 maggio abbiamo partecipato a “Linkontro”, l'evento annuale organizzato da Nielsen che riunisce i vertici e il management delle principali aziende dell'industria di marca, della distribuzione moderna, della comunicazione e dei servizi.

“Linkontro” si configura come un appuntamento di riferimento per il mondo del largo consumo, delineandosi come un'importante occasione di confronto strategico, networking e riflessione sui trend che stanno trasformando il mercato e i comportamenti dei consumatori. Vi partecipano più di 600 manager in rappresentanza di oltre 200 imprese al fine di massimizzare la generazione di idee e di collaborazioni in ottica di business.



ALLEGATI TECNICI

NOTA METODOLOGICA

Il presente documento rappresenta il Rapporto Sviluppo Sostenibile 2024 (anche “Bilancio”) di Birra Peroni S.r.l. (anche “l’azienda”, “la Società”, “l’Organizzazione” o “Birra Peroni”), redatto su base volontaria al fine di descrivere le attività, le iniziative e i principali risultati conseguiti in merito ad aspetti economici, ambientali e sociali. Il Bilancio si riferisce al periodo dal 1° gennaio al 31 dicembre 2024.

Con l’obiettivo di condividere con gli stakeholder le informazioni più significative in merito al percorso di sviluppo sostenibile intrapreso, il documento fornisce un’immagine completa della strategia, del modello di business e operativo, della governance e delle performance ambientali, sociali ed economiche dell’azienda, nonché della sua capacità di creare valore nel medio e lungo termine.

Il presente Bilancio è stato redatto in conformità ai “GRI Sustainability Reporting Standards” definiti dal GRI - *Global Reporting Initiative* (di seguito anche “GRI”), secondo l’opzione “in accordance”.

Il perimetro di rendicontazione include Birra Peroni S.r.l. e Saplo S.p.A.. Relativamente ai dati di natura ambientale, sono esclusi dal perimetro di rendicontazione i dati relativi all’ufficio di Milano, in quanto non materiali. Eventuali variazioni a tale perimetro sono opportunamente indicate nel documento.

I contenuti oggetto di rendicontazione sono stati selezionati sulla base dell’analisi di materialità condotta nel corso del 2024 e aggiornata ulteriormente nel 2025,

che ha permesso di identificare gli aspetti rilevanti, cosiddetti “materiali”, per Birra Peroni S.r.l. e per i suoi *stakeholder*, tenendo in considerazione le indicazioni del GRI. Per maggiori informazioni in merito all’analisi condotta si rimanda al capitolo “*Insieme facciamo la differenza*” del presente documento.

Ai fini di una corretta rappresentazione delle performance e per garantire l’attendibilità dei dati, è stato limitato il più possibile il ricorso a stime, le quali, se presenti, sono opportunamente segnalate e fondate sulle migliori metodologie disponibili.

Al fine di permettere la comparabilità dei dati nel tempo e la valutazione dell’andamento delle attività dell’azienda, è stato proposto il confronto con i dati relativi agli esercizi 2023 e 2022, laddove possibile. Per alcuni specifici indicatori di performance, è stato riportato un confronto pluriennale al fine di evidenziare in modo più esaustivo il percorso di miglioramento continuo nel tempo. Eventuali restatement rispetto alle precedenti rendicontazioni sono stati opportunamente segnalati all’interno del documento. I dati relativi al 2024 non sono stati oggetto di verifica esterna. Per ulteriori informazioni relative all’anno 2023, è possibile consultare la precedente edizione del Rapporto.

Per informazioni relativamente al documento è possibile fare riferimento al seguente contatto: relazioni.esterne@peroni.it



GRI: INDICE DEI CONTENUTI

Dichiarazione d'uso

Birra Peroni ha presentato una rendicontazione in conformità agli Standard GRI per il periodo 01 gennaio 2024 - 31 dicembre 2024.

Utilizzato GRI 1

GRI 1 - Principi Fondamentali - versione 2021

GRI Standard	Informativa	Ubicazione Pagina	Note / Omissioni
INFORMATIVA GENERALE			
GRI 2: Informativa Generale (2021)	2-1	Dettagli organizzativi	8-9
	2-2	Entità incluse nella rendicontazione di sostenibilità dell'organizzazione	131
	2-3	Periodo di rendicontazione, frequenza e punto di contatto	131
	2-4	Revisione delle informazioni	131
	2-5	Assurance esterna	131
	2-6	Attività, catena del valore e altri rapporti di business	15; 125
	2-7	Dipendenti	27 - 28
	2-8	Lavoratori non dipendenti	28 Ulteriori informazioni in riferimento ai lavoratori non dipendenti verranno incluse nelle successive edizioni del rapporto
	2-9	Struttura e composizione della governance	126
	2-10	Nomina e selezione del massimo organo di governo	126
	2-11	Presidente del massimo organo di governo	126
	2-12	Ruolo del massimo organo di governo nel controllo della gestione degli impatti	126
	2-13	Delega di responsabilità per la gestione degli impatti	126
	2-14	Ruolo del massimo organo di governo nella rendicontazione di sostenibilità	126
	2-15	Conflitti d'interesse	126
	2-16	Comunicazione delle criticità	126 - 127
	2-17	Conoscenze collettive del massimo organo di governo	126
	2-18	Valutazione della performance del massimo organo di governo	127
	2-19	Norme riguardanti le remunerazioni	127
	2-20	Procedura di determinazione della retribuzione	Informazioni non riportate per ragioni di confidenzialità/privacy
	2-21	Rapporto di retribuzione totale annuale	



ALLEGATI TECNICI

GRI Standard		Informativa	Ubicazione Pagina	Note / Omissioni
	2-22	Dichiarazione sulla strategia di sviluppo sostenibile	7	
	2-23	Impegno in termini di policy	12 - 13	
	2-24	Integrazione degli impegni in termini di policy	12 - 13	
	2-25	Processi volti a rimediare impatti negativi	16 - 17	
	2-26	Meccanismi per richiedere chiarimenti e sollevare preoccupazioni	127 - 128	
	2-27	Conformità a leggi e regolamenti	127 - 128	
	2-28	Appartenenza ad associazioni	129	
	2-29	Approccio al coinvolgimento degli stakeholder	15	
	2-30	Contratti collettivi	26	
TEMI MATERIALI				
GRI 3: Temi materiali (2021)	3-1	Processo di determinazione dei temi materiali	16 - 17	
	3-2	Elenco dei temi materiali	17	
Approvvigionamento sostenibile				
GRI 3: Temi Materiali (2021)	3-3	Gestione dei temi materiali	125	
GRI 204: Pratiche di approvvigionamento (2016)	204-1	Proporzione di spesa verso fornitori locali	125	
GRI 308: Valutazione ambientale dei fornitori (2016)	308-1	Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri ambientali	125	
GRI 414: Valutazione sociale dei fornitori (2016)	414-1	Nuovi fornitori che sono stati selezionati utilizzando criteri sociali	125	
Consumi idrici e gestione responsabile della risorsa idrica				
GRI 3: Temi Materiali (2021)	3-3	Gestione dei temi materiali	70 - 75	
GRI 303: Acqua ed affluenti (2018)	303-3	Prelievo idrico	75	
	303-5	Consumo idrico	75	
Consumo responsabile e trasparenza delle informazioni				
GRI 3: Temi Materiali (2021)	3-3	Gestione dei temi materiali	110 - 112	
GRI 417: Marketing ed etichettatura (2016)	417-2	Episodi di non conformità in materia di informazione ed etichettatura di prodotti e servizi	111	
	417-3	Casi di non conformità riguardanti comunicazioni di marketing	111	

GRI Standard	Informativa		Ubicazione Pagina	Note / Omissioni
Diversità, equità ed inclusione				
GRI 3: Temi Materiali (2021)	3-3	Gestione dei temi materiali	30 - 34	
GRI 405: Diversità e pari opportunità	405-1	Diversità negli organi di governo e tra i dipendenti	34	
GRI 406: Non-discriminazione (2016)	406-1	Episodi di discriminazione e misure correttive adottate	32	
Economia circolare e innovazione				
GRI 3: Temi Materiali (2021)	3-3	Gestione dei temi materiali	76 - 90	
GRI 301: Materiali (2016)	301-1	Materiali utilizzati in base al peso o al volume	81	I dati riportati fanno riferimento ai materiali di packaging. Ulteriori informazioni relativamente ai materiali verranno incluse nelle successive edizioni del Rapporto
GRI 306: Rifiuti (2020)	306-3	Rifiuti generati	76	
	306-4	Rifiuti non destinati a smaltimento	78	
	306-5	Rifiuti destinati a smaltimento	77	
Emissioni in atmosfera e cambiamento climatico				
GRI 3: Temi Materiali (2021)	3-3	Gestione dei temi materiali	58 - 69	
GRI 302: Energia (2016)	302-1	Energia consumata all'interno dell'organizzazione	61 - 63	
	302-3	Intensità energetica	60	
GRI 305: Emissioni (2016)	305-1	Emissioni dirette di GHG (Scope 1)	68	
	305-2	Emissioni indirette di GHG da consumi energetici (Scope 2)	68	
	305-3	Altre emissioni di gas a effetto serra (GHG) indirette (Scope 3)	79	
	305-4	Intensità delle emissioni di gas a effetto serra (GHG)	67	
Engagement e soddisfazione dei dipendenti				
GRI 3: Temi Materiali (2021)	3-3	Gestione dei temi materiali	40 - 45	
GRI 401: Occupazione (2016)	401-1	Nuove assunzioni e turnover	40 - 45	
Etica di business e partnership per lo sviluppo sostenibile				
GRI 3: Temi Materiali (2021)	3-3	Gestione dei temi materiali	126 - 128	
GRI 5: Anticorruzione (2016)	205-3	Episodi di corruzione accertati e azioni intraprese	127	



ALLEGATI TECNICI

GRI Standard	Informativa	Ubicazione Pagina	Note / Omissioni
Impatti sulle comunità locali			
GRI 3: Temi Materiali (2021)	3-3	Gestione dei temi materiali	120 - 123
GRI 201: Performance economiche (2016)	201-1	Valore economico direttamente generato e distribuito	121 - 122
Qualità dei prodotti e soddisfazione dei clienti e consumatori finali			
GRI 3: Temi Materiali (2021)	3-3	Gestione dei temi materiali	110 - 113; 126 - 128
GRI 416: Salute e sicurezza dei clienti (2016)	416-2	Episodi di non conformità relativamente agli impatti su salute e sicurezza di prodotti e servizi	111
GRI 418: Privacy dei clienti (2016)	418-1	Denunce comprovate riguardanti le violazioni della privacy dei clienti e perdita di dati dei clienti	128
Salute e sicurezza sul luogo di lavoro			
GRI 3: Temi Materiali (2021)	3-3	Gestione dei temi materiali	46 - 53
GRI 403: Salute e sicurezza sul luogo di lavoro (2018)	403-1	Sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	46 - 49
	403-2	Identificazione del pericolo, valutazione del rischio e indagini sugli incidenti	48 - 49
	403-3	Servizi per la salute professionale	48 - 49
	403-4	Partecipazione e consultazione dei lavoratori in merito a programmi di salute e sicurezza sul lavoro e relativa comunicazione	48 - 49
	403-5	Formazione dei lavoratori sulla salute e sicurezza sul lavoro	49; 51
	403-6	Promozione della salute dei lavoratori	46 - 53
	403-7	Prevenzione e mitigazione degli impatti in materia di salute e sicurezza sul lavoro direttamente collegati da rapporti di business	48 - 49
	403-8	Lavoratori coperti da un sistema di gestione della salute e sicurezza sul lavoro	48
	403-9	Infortuni sul lavoro	50
	403-10	Malattie professionali	50
Sviluppo e formazione dei dipendenti			
GRI 3: Temi Materiali (2021)	3-3	Gestione dei temi materiali	35 - 39
GRI 404: Formazione e istruzione (2016)	404-1	Ore medie di formazione annua per dipendente	38 - 39

