

## ANA introduce un nuovo modo ecologico per raffreddare i pasti e le bevande a bordo sui voli nazionali

- Dal 20 settembre, ANA ha introdotto un refrigerante innovativo per raffreddare i pasti e le bevande a bordo sui voli nazionali
- Il nuovo refrigerante aiuterà a ridurre i livelli di emissioni di CO2 di circa 1.700 tonnellate/anno e a ridurre i rifiuti dei materiali di imballaggio di circa 30 tonnellate/anno, con una conseguente riduzione dei costi annuali di circa 200 milioni di yen (oltre 1,8 milioni di USD - riduzione dell'80%)
- L'iniziativa è parte degli sforzi di sostenibilità del progetto ANA Future Promise e dell'impegno per aumentare l'efficienza economica mantenendo la sicurezza.



**27 settembre 2021** – All Nippon Airways (ANA), la più grande compagnia aerea 5-star giapponese per otto anni consecutivi, ha adottato dal 20 settembre una nuova modalità<sup>\*1</sup> per raffreddare i pasti e le bevande a bordo su tutti i voli nazionali, per ridurre le emissioni di CO2 e i costi operativi.

In ANA il ghiaccio secco tradizionalmente utilizzato nei carrelli a bordo dei voli nazionali per raffreddare i pasti e le bevande in volo comporta un'emissione annuale di CO2 pari a circa 1.700 tonnellate<sup>\*2</sup>. Da aprile 2020, ANA ha iniziato a studiare l'introduzione di refrigeranti alternativi e, testando l'effetto di raffreddamento, il mantenimento della temperatura e l'impatto sulla qualità dei prodotti raffreddati a bordo sui voli e in situazioni normali, ha deciso di passare dal ghiaccio secco a un nuovo refrigerante.

Il nuovo refrigerante introdotto è fatto di materiale usato come additivo alimentare, innocuo per gli esseri umani, e aiuterà a mantenere i pasti e le bevande in volo a una temperatura stabile con la sua capacità di preservare il fresco per un lungo periodo di tempo. Inoltre, utilizzando ripetutamente lo stesso dispositivo, la quantità di materiali da imballaggio usati con ghiaccio secco sarà ridotta di circa 30 tonnellate all'anno, il che dovrebbe ridurre i costi di circa 200 milioni di yen all'anno (circa l'80% oltre 1,8 milioni di USD). Inoltre, poiché c'è meno rischio di congelamento rispetto alla manipolazione del ghiaccio secco, la nuova alternativa è un approccio sostenibile per l'ambiente globale, l'economia e la sicurezza.

"Questo cambiamento avvicina ANA al raggiungimento dei nostri obiettivi di sostenibilità affrontati nel progetto [ANA Future Promise](#)", ha detto Junko Yazawa, Senior Vice President che supervisiona il Customer Experience Management & Planning. "Andrà a beneficio dell'ambiente e ridurrà i costi, assicurando al contempo che i passeggeri ANA continuino a godere di cibo e bevande di qualità".

L'introduzione del nuovo refrigerante fa parte delle iniziative ambientali, sociali e di governance (ESG) di ANA esplicitate nel progetto ANA Future Promise di raggiungere [emissioni net zero entro il 2050](#). ANA ha annunciato l'obiettivo del 2050 all'inizio di quest'anno come parte di un ambizioso aggiornamento dei suoi obiettivi ESG del 2020. La compagnia aerea ha anche stabilito nuovi obiettivi ambientali a medio termine per l'anno fiscale 2030 come parte del suo percorso verso l'obiettivo 2050.

1: Il nuovo refrigerante ecologico è il "Fujiyama18", prodotto dalla Japan Cold Chain Co.

2: Confronto con la quantità di ghiaccio secco utilizzata nel FY2019.



Sinistra: nuovo refrigerante  
Destra: ghiaccio secco



Esperimento in volo dello scostamento di temperatura con il nuovo refrigerante e il ghiaccio secco



### ANA (All Nippon Airways)

Fondata nel 1952 con due elicotteri, All Nippon Airways (ANA) è diventata la più grande compagnia aerea in Giappone. ANA HOLDINGS INC. (ANA HD), fondata nel 2013 come la più grande holding di un gruppo di compagnie aeree in Giappone, è composta da 71 compagnie tra cui ANA e Peach Aviation Limited, la principale LCC in Giappone.

ANA è stata launch customer del Boeing 787 Dreamliner e ANA HD è il principale operatore di questa tipologia di aereo. ANA, membro di Star Alliance dal 1999, ha siglato una joint venture partnership con United Airlines, Lufthansa Airlines, Swiss International Airlines, Austrian Airlines e Brussels Airlines - che le garantiscono una presenza veramente globale.

Grazie al suo servizio di alta qualità ANA è stata premiata da SKYTRAX con il punteggio 5-Star ogni anno a partire dal 2013 ed è l'unica compagnia giapponese ad averlo vinto per otto anni di seguito. ANA è stata inoltre nominata "Airline of the Year" da Air Transport World per tre volte – nel 2007, 2013 e 2018 – diventando una delle poche compagnie aeree a vincere questo prestigioso premio più volte.

ANA è l'unica azienda nel settore dell'aviazione ad aver ottenuto la Gold Class distinction del 2021 S&P Global Sustainability Awards e ANA HD è stata selezionata come membro del Dow Jones Sustainability World Index per il quarto anno consecutivo e del Dow Jones Sustainability Asia Pacific Index per il quinto anno consecutivo.

Per ulteriori informazioni: <https://www.ana.co.jp/it/it/>

### Per ulteriori informazioni su questo comunicato:

ABC PR Consulting

Via L. Castelvetro, 33 - 20154 Milano - Tel. 02 83527768 - [www.abc-prc.com](http://www.abc-prc.com) - [info@abc-prc.com](mailto:info@abc-prc.com)