

# Správa o trvalej udržateľnosti spoločnosti Heineken Slovensko – Výsledky za rok 2022



## Environmentálne



98 %

chmeľu



59 %

jačmeňa



ktoré sme použili na výrobu piva pochádzali z udržateľných zdrojov.



Naša sladovňa v Hurbanove získala certifikát **International Sustainability and Carbon Certification**



Postavili sme vlastnú cukrovú stanicu čím ušetríme približne 30 % CO<sub>2</sub> oproti preprave rovnakého objemu tekutého cukru do pivovaru.



100 % odpadovej vody čistíme v našej vlastnej čistiarni odpadových vôd.



Odkúpili sme 1 400 ton použitých plechoviek, čím sme ušetrili viac ako 8 600 ton CO<sub>2</sub>, ktorý by vznikol pri výrobe primárneho hliníka.

78,02 %

spotreby CO<sub>2</sub> vo výrobe pochádzalo z rekuperácie.

100 %

jačmeňa na výrobu sladu bolo nakúpeného od lokálnych dodávateľov.



99,84 % odpadu z výroby sme recyklovali.

## Sociálne



Aktuálne zastúpenie žien v strednom manažmente je 37 % a takmer 17 % žien je vo vrcholovom manažmente.



Nezaznamenali sme žiadny rozdiel medzi odmenami za rovnakú prácu medzi mužmi a ženami.



Všetci naši zamestnanci a zamestnankyne zarábajú spravodlivú mzdu podľa Fair Wage Network.



Na pomoc ľuďom utekajúcim pred vojnou na Ukrajine sme venovali 105 000 EUR a materiálnu pomoc.



Nezaznamenali sme žiadny pracovný úraz zamestnancov a zamestnankyň.



217 747 EUR

celková suma prostriedkov, ktorú sme investovali na podporu komunity

37 494 EUR

sme venovali programu TU SME DOMA, ktorým sme podporili 9 projektov v meste Hurbanovo a jeho okolí.

## Zodpovedne



28 %

podielu celkového produktového portfólia HEINEKEN Slovensko predstavujú nealkoholické nápoje.



Spustili sme globálnu iniciatívu, v rámci ktorej do konca roku 2023 bude na všetkých obaloch našich produktov QR kód s odkazom na informácie k téme alkohol a zdravie. Upravili sme už 5 produktov.



Značka Zlatý Bažant 0,00 % ponúka 100 % prírodné zloženie, bez konzervantov a umelých farbív a radley z kategórie „Extra Svieži“ neobsahujú žiadny pridaný cukor.

10,4 %

z nášho mediálneho rozpočtu sme investovali do podpory zodpovednej konzumácie alkoholu



V rámci projektu Rozumne sme pripravili vzdelávací obsah s kampaňou, ktorá mala dosah na viac ako 3 100 000 ľudí.

4 000 mladých ľudí

v kritickom veku a prostredí sme oslovili prostredníctvom náučnej roadshow po školách s umelcom Braňom Jobusom a nízkoprahovým centrom Kaspian.