

Načapuj si lepši svet

Správa o trvalej udržitelnosti spoločnosti
HEINEKEN Slovensko za rok 2023



Obsah

Rozhovor s generálnym riaditeľom	3
Predstavenie firmy HEINEKEN Slovensko	5
O čom sa dočítate v správe o trvalej udržiateľnosti spoločnosti HEINEKEN Slovensko?	7
Environmentálne	8
Dosiahnutie uhlíkovej neutrality	10
Maximalizujeme cirkulárnu ekonomiku v našich priestoroch a procesoch	13
Recyklujeme výrobný odpad	14
Znižujeme množstvo plastov na obaloch	15
Ochrana zdrojov vody	16
Sociálne	18
Podporujeme inkluzívnu a rôznorodú spoločnosť	19
Tvoríme spravodlivé a bezpečné pracovné prostredie	21
Pozitívny vplyv na komunity	23
Zodpovedne	29
Aktívne podporujeme zodpovednú konzumáciu alkoholu	31
Podporujeme zodpovednú konzumáciu v mediálnej kampani	33

Zoznam skratiek

BMI - Body mass index - (Index telesnej hmotnosti)
CEE – Central and Eastern Europe – stredná a východná Európa (Bulharsko, Česko, Estónsko, Maďarsko, Litva, Lotyšsko, Poľsko, Rumunsko, Slovinsko, Slovensko)
CO ₂ – Carbon Dioxide (oxid uhličitý)
CO ₂ eq – Carbon dioxide equivalent (ekvivalent oxidu uhličitého)
ČOV – Čistiareň odpadových vôd
EUR - Euro
FMCG - Fast-Moving Consumer Goods - rýchloobrátkový spotrebný tovar
hl – hektoliter
HORECA – odvetvie hotelov, reštaurácií a stravovacích služieb
HSD – HEINEKEN Slovensko Distribúcia
ISCC – International Sustainability and Carbon Certification
IT – Information Technology – výpočtová technika
kg – kilogram
LED – Light Emitting Diode
m ² –štvorcový meter
OECD – Organization for Economic Cooperation and Development (Organizácia pre hospodársku spoluprácu a rozvoj)
PET – Polyethylene terephthalate – typ recyklovateľného plastu
Tray – kartónová podložka, ktorá drží štyri balenia po šesť plechoviek
WIN – Women Interactive Network – (iniciatíva Ženská interaktívna sieť)
ZB – Zlatý Bažant
µm - mikrometre



Rozhovor s generálnym riaditeľom



Luis Prata
HEINEKEN Slovensko

Nový impulz pre HEINEKEN Slovensko

Luis Prata, skúsený manažér s bohatými 30-ročnými skúsenosťami v oblasti FMCG, prevzal 1. júla 2023 vedenie spoločnosti HEINEKEN Slovensko. Jeho cieľom je posilniť vedúce postavenie Heinekenu na slovenskom trhu a zároveň prispieť k rastu a prosperite spoločnosti. Luis Prata prichádza na Slovensko s jasnou víziou: "Chcem, aby HEINEKEN Slovensko bol lídrom v oblasti udržateľnosti a inovácií. Verím, že tieto dva aspekty sú kľúčové pre budúcnosť nášho biznisu."

Udržateľnosť ako priorita

HEINEKEN Slovensko sa už dlhodobo venuje téme udržateľnosti. Aké sú vaše ciele v tejto oblasti?

V HEINEKEN Slovensko si snažíme zachovať tradíciu a zároveň prinášať

inovácie. To môžeme len udržateľným postojom, preto je udržateľnosť pre nás prvoradou hodnotou a stojí v centre všetkého, čo robíme. Už niekoľko rokov stojíme za iniciatívou Načapuj si lepší svet, ktorá je postavená na troch hlavných pilieroch – environmentálna oblasť, ktorá sa zameriava na uhlíkovú neutralitu, cirkularitu a ochranu vodných zdrojov, a sociálna oblasť, v rámci ktorej sa usilujeme o férovosť a bezpečnosť, diverzitu a podporu komunit. Našou treťou prioritou je zodpovedná konzumácia, ktorá sa sústreďuje na portfólio nealkoholických produktov, ich dostupnosť v plnej škále a podporu programov rozumnej konzumácie alkoholických nápojov. Globálna stratégia nám dáva istý rámec, ale v konečnom dôsledku ju napĺňame lokálnymi projektmi.

Zmena klímy je výzvou pre nás všetkých, a naším cieľom je znížiť emisie a prispieť k ochrane prírodného sveta, od ktorého sme všetci závislí. Jednou z hlavných ambícií stratégie je preto dosiahnutie uhlíkovej neutrality vo výrobe do roka 2030 a v celom dodávateľskom reťazci do roka 2040, ďalej sme sa zaviazali k čerpaniu 100% zdrojov chmeľu a jačmeňa z udržateľného hospodárstva do roka 2030, k zníženiu spotreby vody na úroveň 2,9 hl na 1 hl vyrobeného piva, ale aj k vyváženiu pomeru žien a mužov v senior manažmente na úroveň 30 % žien do roku 2025 a 40 % do roku 2030.

Aké konkrétne kroky podniknete na dosiahnutie uhlíkovej neutrality?

Dosiahnutie uhlíkovej neutrality vo výrobe do roka 2030 je ambicióznym cieľom, ale sme presvedčení, že ho dokážeme dosiahnuť. Máme viac ako 50-ročnú históriu a chceme vyrábať pivo aj ďalších 50 rokov. Aj preto sa už niekoľko rokov zameriavame na znižovanie emisií CO₂ v celom výrobnom reťazci, od pestovania surovín až po distribúciu produktov. Pri každej z našich činností podnikania, sa snažíme voliť spôsob, ktorý je šetrnejší k životnému prostrediu a v súlade s našou snahou znížiť uhlíkovú stopu.

Pre dosiahnutie uhlíkovej neutrality je nevyhnutné znížiť emisie z poľnohospodárstva. Preto úzko spolupracujeme s našimi dodávateľmi a lokálnymi farmármi na zavádzaní regeneratívnych poľnohospodárskych postupov, ktoré zlepšujú kvalitu pôdy a prispievajú k efektívnejším uhlíkovým zachytávacím.

Rád by som vyzdvihol, že 100 % odpadovej vody v pivovare Hurbanovo dlhodobou smeruje do vlastnej čističky odpadových vôd. Jej súčasťou je aj bioplynová stanica, ktorá zachytáva bioplyn a následne ho využíva na výrobu zelenej elektrickej energie. Spotrebu vody a energie znižujeme taktiež cez implementáciu energeticky úsporných technológií vo výrobe, príkladom sú kogeneračné jednotky, ktoré nám umožňujú vyrábať energiu z biomasy. Taktiež investujeme do obnoviteľných zdrojov energie, či zachytávame oxid uhličitý pri kvasení a vraciame ho opätovne do výroby cez rekuperáciu.

HEINEKEN Slovensko sa okrem znižovania emisií CO₂ venuje aj sociálnej oblasti a rozumnej komunikácii. Môžete nám o nich povedať viac?

"V prvom rade musím povedať, že bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci stojí u nás vždy na prvom mieste. Zároveň sa usilujeme budovať silnú a inkluzívnu firemnú kultúru. Uvedomujeme si, že naše podnikanie nemôže prosperovať, pokiaľ nebudú prosperovať naši zamestnanci a zamestnankyne a nebudeme prinášať úžitok aj pre komunity, v ktorých žijeme, pracujeme a predávame naše produkty."

Som veľmi hrdý na náš grantový program "TU SME DOMA", ktorý už 16 rokov prispieva k rozvoju nášho regiónu. V spolupráci s Nitrianskou komunitnou nadáciou ho realizujeme v Hurbanove, kde sídli náš pivovar a sladovňa. Tento program aktivizuje občanov, aby identifikovali, čo im v Hurbanove chýba a čo by chceli zlepšiť.

V roku 2023 sme podporili sedem projektov zameraných na ochranu životného prostredia a štyri projekty venované inklúzii a diverzite, pričom celková suma podpory dosiahla 32 579,5 EUR. Tieto iniciatívy sú pre nás dôležité, pretože chceme aktívne prispievať k rozvoju našich komunít a vytvárať pozitívne zmeny v miestnom prostredí.

V HEINEKEN Slovensko vnímame, že zdravé a bezpečné správanie pri konzumácii našich alkoholických nápojov je aj našou zodpovednosťou, preto sme sa zaviazali podporovať zodpovednú konzumáciu a kladieme veľký dôraz na dobré informovanie spotrebiteľa o alkohole, o našich produktoch a o tom, ako si ich môžu vychutnať rozumným spôsobom. Informovanie sme v roku 2023 posilnili aj iniciatívou, v rámci ktorej sme upravili dizajn všetkých našich značiek a na všetkých obaloch našich produktov je umiestnený QR kód s odkazom na informácie k tejto téme.

Na podporu zodpovednej konzumácie alkoholu na Slovensku sa zameriava naša iniciatíva Rozumne. Naším cieľom je, aby sa umiernená konzumácia stala inšpiráciou pre všetkých.

Inovácie pre rast

Okrem udržateľnosti je pre HEINEKEN Slovensko dôležitá aj inovácia. V akých oblastiach sa plánujete zamerať na inovácie?

Naša vášeň pre prácu nás vedie k tomu, aby sme sa neustále snažili dosiahnuť najlepšie výsledky. Prijímanie nových výziev je pre nás cestou k pokroku, a preto sa nebojíme využívať kreativitu a odvážne rozhodnutia na neustálu inováciu našich produktov a procesov. Zaujímame sa o to, čo našim spotrebiteľom chutí a chceme im ponúkať produkty, ktoré sú nielen kvalitné a chutné, ale aj šetrné k životnému prostrediu. Plánujeme investície do vývoja nových produktov a služieb, aby sme dokázali naplniť očakávania moderných spotrebiteľov.

Sme otvorení novým trendom, neustále hľadáme najefektívnejšie spôsoby, ako zlepšiť našu prácu. S rastúcimi zmenami preferencií zákazníkov je nevyhnutné, aby sme sa neustále zdokonaľovali. V roku 2024 plánujeme pretransformovať našich obchodných zástupcov na business developerov, čo nám umožní byť ešte lepším partnerom pre našich zákazníkov a poskytovať im hodnotnejšie služby.

Aké sú vaše očakávania do budúcnosti HEINEKEN Slovensko?

Som si istý, že HEINEKEN Slovensko má pred sebou prosperujúcu a úspešnú budúcnosť. Naša spoločnosť disponuje nielen silným a oddaným tímom, ktorý pracuje s nadšením pre to, čo robíme, ale aj produktmi, ktoré sa osvedčili na trhu svojou kvalitou a obľúbenosťou medzi spotrebiteľmi. Našou víziou je pestovanie a chránenie slovenskosti, ako kľúčovej hodnoty. Chceme vyrábať pivo nielen dnes, ale aj ďalšie desaťročia.

Lokalita a slovenskosť pre nás znamenajú viac než len pôsobenie na slovenskom trhu. Slovenskosť sa pretavuje do všetkého, čo robíme – od surovín, ktoré používame, cez slovenských dodávateľov, slovenskej výroby, až po slovenskú konzumáciu. Zároveň podporujeme miestne komunity a iniciatívy. Veríme, že podpora lokálnych poľnohospodárov prispieva nielen k udržaniu kvality, ale aj k podpore celej krajiny.

HEINEKEN Slovensko bude pokračovať v napĺňaní svojho poslania s dôrazom na udržateľnosť, inováciu s rešpektom ku tradíciám.



Predstavenie firmy HEINEKEN Slovensko

S radosťou varíme naše pivo, lebo veríme,
že spoločne strávené chvíle inšpirujú svet
k lepšiemu.

Vyrábame vysokokvalitné a udržateľné značky piva, radlerov a cideru a prinášame tak našim priaznivcom jedinečný zážitok. Portfólio pív a radlerov spoločnosti je tvorené prevažne slovenskými značkami, čím významnou mierou prispieva k formovaniu domáceho pivného trhu. HEINEKEN Slovensko **je súčasťou jednej z najväčších pivovarnických skupín na svete**, HEINEKEN N.V. Spolu so značkou Heineken® patrí do portfólia spoločnosti aj **najsilnejšia slovenská pivná značka Zlatý Bažant¹**, ale aj ďalšie silné slovenské značky Corgoň a Kelt, regionálny Martinier a Gemer. Bradáč či známe zahraničné

znáčky Krusovice, Starobrno, Břežňák, Edelweiss, Lagunitas a Desperados. Od roku 2015 sa HEINEKEN Slovensko stal výrobcom najpredávanejšieho cideru na svete, značky Strongbow, ktorý vyrába v pivovare Hurbanovo a dodáva na trhy strednej a východnej Európy. Z hľadiska objemu, ktorý vytvárame, si spoločnosť HEINEKEN Slovensko svojimi aktivitami zabezpečila podiel 37,7 % na celkovom objeme trhu. Bola pritom naďalej pivnou jednotkou v maloobchodnom sektore, v ktorom si vydobyla podiel 39,8 % objemu predaného v pivnom segmente a trhovou dvojkom na trhu Horeca prevádzok s podielom objemu 30,7 %.

Inovácie so zameraním na trvalú udržateľnosť sú v centre celej našej dlhoročnej tradície výroby sladu a varenia piva, ktorá sa v Hurbanove píše od roku 1969. Záleží nám na tom, aby sme boli zodpovední vo vzťahu k našim zamestnancom, komunitám, partnerom, životnému prostrediu a celej spoločnosti.

Sme veľmi hrdí, že sme pre ďalšie spoločnosti inšpiráciou aj v zelených riešeniach.



Do všetkého, čo robíme, vkladáme aj naše štyri kľúčové hodnoty:

Práca s pivom nás baví

Sme zameraní pre prácu a chceme ju robiť najlepšie, ako sa dá. Budovanie našich značiek a kvalita sú pre nás prioritou. Zaujímame sa o to, čo našim spotrebiteľom chutí, a pre zákazníkov sme spoľahlivým partnerom.

Záleží nám na ľuďoch a planéte

Pomáhame si navzájom, našej komunite a prostrediu, v ktorom žijeme. Vieme, že dať sa nám bude vtedy, ak sa bude dať ľuďom u nás, okolo nás a aj našej planéte.

Prinášame radosť do života

Spoločné radostné chvíle sú to, na čom skutočne záleží. Nič sa nevyrovná pôžitku z piva, smiechu a rozhovoru s priateľmi.

Máme odvahu robiť veci inak



O čom sa dočítate v správe o trvalej udržateľnosti spoločnosti HEINEKEN Slovensko?

Záleží nám na tom, aby sme boli zodpovední vo vzťahu k našim zamestnancom, komunitám, partnerom, životnému prostrediu a celej spoločnosti. Podnikáme preto mnoho aktivít, aby sme naplnili našu globálnu stratégiu **Načapuj si lepší svet** do roku 2030. O týchto aktivitách a napĺňaní cieľov a záväzkov v predchádzajúcom roku informujeme každoročne v lokálnej správe o trvalej udržateľnosti. Táto správa sa vzťahuje nasledovne spoločnosti v skupine HEINEKEN na Slovensku:

HEINEKEN Slovensko, a.s.

HEINEKEN Slovensko Distribúcia, spol. s r.o.

HEINEKEN Slovensko Sladovne, a.s.

Načapuj si lepší svet

Aktivity spoločnosti HEINEKEN Slovensko sú zrkadlom globálnej stratégie udržateľnosti s názvom Načapuj si lepší svet a zároveň poslania a hodnôt spoločnosti HEINEKEN. Stratégia sa uplatňuje už viac ako 10 rokov vo všetkých krajinách, kde má spoločnosť zastúpenie, a vďaka tomu má väčší vplyv na planétu a jej obyvateľov. Ciele stratégie zahŕňajú **celý proces prípravy piva od zrnka jačmeňa až po načapovaný pohár piva.**

Stratégia časom prešla určitou modifikáciou a odzrkadľuje najcitlivejšie oblasti, na ktoré môže naše podnikanie pozitívne vplývať. Naša stratégia udržateľnosti „Načapuj si lepší svet“ stojí na troch základných pilieroch:

Environmentálny

cesta k uhlíkovej neutralite a maximalizácii cirkularity.

Sociálny

cesta k inkluzívnej, bezpečnej, spravodlivej a rovnej

Zodpovedný

cesta k rozumnej a neškodnej konzumácii alkoholu.

1. pilier: ŽIVOTNÉ PROSTREDIE – Cesta k uhlíkovej neutralite a maximalizácii cirkularity

V HEINEKEN Slovensko veríme, že podnikanie so sebou prináša zodpovednosť, ktorá presahuje rámec vytvárania zisku. Chceme mať pozitívny vplyv a byť inšpiráciou v udržateľnosti nielen na slovenskom trhu, na ktorom úspešne pôsobíme od roku 1995. Chceme tu byť aj o ďalších 50 rokov. A to môžeme dosiahnuť jedine udržateľným spôsobom. Preto našimi prioritami v oblasti životného prostredia aj naďalej zostávajú:

Dosiahnutie **uhlíkovej neutrality** vo výrobe do roku 2030 a v celom hodnotovom reťazci do roku 2040.

Podľa normy SBTi Net-Zero uhlíková neutralita znamená zníženie emisií CO₂eq na nulu alebo na zostatkovú úroveň, ktorú firma môže vykompenzovať maximálne do 10 % svojich emisií, a to implementáciou metód, ktoré podporujú absorpciu oxidu uhličitého z atmosféry².

Čerpanie 100 % zdrojov jačmeňa a chmeľu z **udržateľného poľnohospodárstva** do roku 2030.

Podľa normy SBTi Net-Zero uhlíková neutralita znamená zníženie emisií CO₂eq na nulu alebo na zostatkovú úroveň, ktorú firma môže vykompenzovať maximálne do 10 % svojich emisií, a to implementáciou metód, ktoré podporujú absorpciu oxidu uhličitého z atmosféry³.

Maximalizácia cirkulárnej ekonomiky. Do roku 2025 sme záväzne sľúbili, že žiaden odpad z výroby nebudeme vyvážať na skládku.

Cirkulárna (obehová) ekonomika je založená na princípoch eliminácie odpadu a znečistenia, zachovania výrobkov a materiálov v ekonomickom systéme čo najdlhšie a podpory regenerácie prírodných systémov. Inými slovami, nič sa nepremrhá a všetky naše prírodné zdroje sa využívajú čo najefektívnejšie a opakovane⁴.

Chceme znížiť spotrebu vody na úroveň 2,9 hl na jeden hl vyrobeného piva.

²SBTi CORPORATE NET-ZERO STANDARD (2021) SBTi. Dostupné na: <https://sciencebasedtargets.org/resources/files/Net-Zero-Standard.pdf> (Pozreté: April 18, 2023).

³Building a common vision for sustainable food and agriculture (2014) FAO. Dostupné na: <https://www.fao.org/agroecology/database/detail/en/c/1187152/> (Pozreté: Máj 2, 2023).

⁴Circular economy introduction (2022) Ellen MacArthur Foundation. Dostupné na: <https://ellenmacarthurfoundation.org/building-a-common-vision-for-sustainable-food-and-agriculture/foundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>

Našu snahu byť efektívnejší v dosahovaní našich cieľov môžeme realizovať najmä prostredníctvom investícií. **Energia a voda** sa stávajú vzácnymi a drahými, takže čím viac môžeme ušetriť, tým je to lepšie pre životné prostredie a udržateľnosť našej spoločnosti.

V roku 2023 sme s týmto cieľom vykonali nasledovné investície:

1 105 772 eur

Umývačka fliaš (zníženie spotreby vody v pivovare)

↓ 12 400 eur

Nabíjanie elektrických vysokozdvížných vozíkov v pivovare a na distribučných centrách Vlkanová a Košice (CO₂)

↓ 148 307 eur

Vybudovanie prepojenia potrubia medzi akumulácnou nádržou a čistiarňou odpadových vôd (ČOV)

180 500 eur

Cukrová stanica (úspora CO₂ pri transporte vrátane dodatočného rozšírenia na značku piva Desperados)

129 450 eur

Vratné plastové poháre (náhrada za jednorazové počas festivalov)

66 249 eur

Presun výroby Krušovíc do Hurbanova (úspora CO₂ pri transporte)

259 770 eur

Čistička jačmeňa (úspora elektrickej energie, zníženie odpadu pri výrobe)

22 295 eur

Výmena osvetlenia v HEINEKEN Slovensko distribúcia (HSD) Hurbanovo za LED



Dosiahnutie uhlíkovej neutrality

Dosiahnutie uhlíkovej neutrality vo výrobe do roku 2030 a v celom hodnotovom reťazci do roku 2040, 30 % absolútne zníženie do roku 2030 v porovnaní s rokom 2018

Znižovanie emisií oxidu uhličitého (CO₂) je v HEINEKEN Slovensko jedným z našich hlavných cieľov. Našu uhlíkovú stopu znižujeme naprieč celým hodnotovým reťazcom – od pestovania plodín, zásobovania, cez výrobu piva, jeho obalovanie, logistiku až po chladenie u našich zákazníkov. Každým dňom sme tak bližšie k nášmu cieľu – uhlíkovej neutralite vo výrobe do roku 2030 a v celom hodnotovom reťazci do roku 2040 (s medzicieľom 30 % zníženie do roku 2030), ku ktorej sme sa zaviazali v rámci globálnej stratégie.

Znižujeme CO₂ z poľnohospodárstva

Celý proces výroby piva sa začína na poli, kde sa pestuje sladovnícky jačmeň. Vyrába sa z neho slad, bez ktorého sa pivo nedá uvariť. Preto je spôsob pestovania jačmeňa a chmeľu pre výrobu našich pív kľúčový. Uvedomujeme si, že poľnohospodárstvo je sektor s veľkým potenciálom **znižovania skleníkových plynov a zároveň adaptácie na zmenu klímy** cez inovatívne a regeneratívne prístupy pestovania. Lokálnym farmárom komplikuje pestovanie v posledných rokoch najmä **klimatická zmena**. Preto

spoločnosť HEINEKEN Slovensko podniká zásadné a inšpiratívne kroky na zlepšenie podmienok farmárov.

Naša sladovňa v Hurbanove, ktorá je z hľadiska výrobných kapacít najväčšou sladovňou v stredoeurópskom regióne, je súčasťou globálneho projektu, ktorý sa usiluje o udržateľné pestovanie jačmeňa. Spojili sme sa preto s vybranými lokálnymi farmármi, s ktorými momentálne intenzívne pracujeme **na akčnom pláne zavádzania krokov na zníženie produkcie CO₂**.

Cieľom projektu je, aby aj naši poľnohospodári hľadali alternatívne spôsoby agrotechniky, a tým **znižovali dopad poľnohospodárstva na globálnu klimatickú zmenu**. Podstatný je aj spôsob, akým naši dodávatelia hospodária a starajú sa o svoje polia, pretože poľnohospodársku udržateľnosť vnímame z pohľadu spotreby vody či zaťažovania pôdy používaním menšieho množstva hnojív, herbicídov, pesticídov, znižovaním intenzity a frekvencie ich aplikácie.

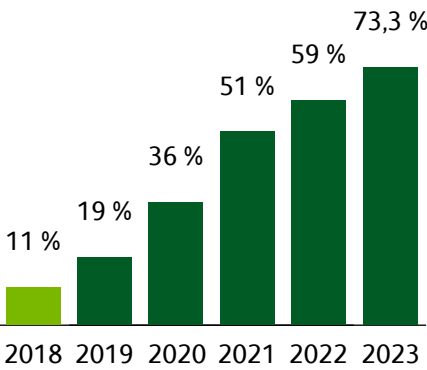
Keďže tieto opatrenia dokážu efektívne znížiť uhlíkovú stopu vypestovaných surovín, v rámci nášho cieľa **dosiahnutia uhlíkovej neutrality** sme sa zaviazali, že do roku **2030 chceme, aby 100 % nakúpeného jačmeňa a chmeľu bolo vypestovaných udržateľne**.

Za udržateľne vypestovanú surovinu považujeme surovinu, ktorá bola vypestovaná spôsobom, ktorý chráni a zlepšuje prírodné prostredie, sociálne a ekonomické podmienky farmárov a ich komunít.



Náš progres v tomto ohľade je výrazný. Ešte v roku 2018 bolo len 11 % nakupovaného jačmeňa vypestovaného udržateľne, no každým rokom sa tento pomer výrazne zvyšoval. Sladovňa v Hurbanove si na rok 2023 stanovila cieľ nakúpiť 73 % sladovníckeho jačmeňa z úrody 2023 z trvalo udržateľných zdrojov (certifikované ISCC EU) a tento cieľ sme splnili, pričom podiel nakúpeného jačmeňa dosiahol 73,3 %.

Vzhľadom na nepriaznivý vývoj situácie s predajom piva našich zákazníkov v regióne strednej a východnej Európy sme ako sladovňa flexibilne reagovali a prispôbili sme tomu aj náš celkový dopyt na množstvo sladovníckeho jačmeňa. Za rok 2023 sme fyzicky nakúpili na naše sklady 118 736 ton sladovníckeho jačmeňa. Naším cieľom na rok 2024 je nakúpiť 85 % sladovníckeho jačmeňa z úrody 2024 z trvalo udržateľných zdrojov.



Skvelý výsledok zaznamenávame aj pri nákupe chmeľu. **Takmer všetok chmeľ (90,2 %), ktorý sme v roku 2023 nakúpili a použili na výrobu piva, pochádzal z udržateľných zdrojov.**

Od roku 2018 ako prvý a zatiaľ jediný výrobca piva na Slovensku implementujeme u našich dodávateľov surovín medzinárodne uznávaný praktický kódex, ktorý zohľadňuje lokálne aj európske požiadavky na trvalo udržateľné hospodárenie. Kódex slúži na dohľad a kontrolu nad celým procesom pestovania sladovníckeho jačmeňa. Kritériá kódexu sú postavené

na koncepcii nástroja tzv. Farm Sustainability Assessment⁵, ktorý bol vyvinutý Sustainable Agriculture Initiative platformou a predstavuje pomôcku pre farmárov na hodnotenie trvalej udržateľnosti vlastnej farmy. Dodržiavanie podmienok je auditované interne aj externe.

Neustále sa posúvame ďalej v uplatňovaní zásad udržateľného hospodárenia, a jedným z dôkazov je aj fakt, že naša sladovňa v Hurbanove disponuje certifikátom ISCC EU (International Sustainability and Carbon Certification). Dodržiavanie podmienok certifikátu je auditované nezávislou treťou stranou.

Zníženie uhlíkovej stopy vieme dosiahnuť aj využívaním lokálnych surovín. Máme preto zásadu, že jačmeň a chmeľ nakupujeme od pestovateľov do 450 km od našej sladovne v Hurbanove, ktorá má v tomto smere výhodnú strategickú polohu. Suroviny nakúpené napríklad z Maďarska môžu byť často bližšie k Hurbanovu ako vzdialenejší slovenský región. V roku 2023 pomer surovín nakúpených zo Slovenska bol 73 %. Zvyšných 27 % bolo dovezených výlučne zo CEE regiónu. To znamená, že svoj cieľ nakupovať 100 % surovín lokálne sme si splnili a ostáva rovnaký na ďalšie roky. Keďže poľnohospodárstvo má aj potenciál pomôcť adaptovať sa na klimatickú zmenu, lokálnym poľnohospodárom pomáhame prispôbiť sa novým klimatickým podmienkam. Spolu analyzujeme pôdu a skúmame, či je bohatá na živiny. Snažíme sa o synergiu medzi pestovateľmi

100% jačmeňa na výrobu sladu bolo nakúpeného od lokálnych dodávateľov

jačmeňa, šľachtiteľmi nových odrôd a nami ako spracovateľmi. Dôraz kladieme na princípy trvalej udržateľnosti, ale aj na efektivitu pestovania a dosiahnutia potrebnej kvality pre našu sladovňu. Od roku 2015 už takto našlo uplatnenie **6 nových odrôd jačmeňa**, ktoré sa zaradili na medzinárodnú listinu odrôd HEINEKEN, ktoré by mali byť odolnejšie voči klimatickej zmene.

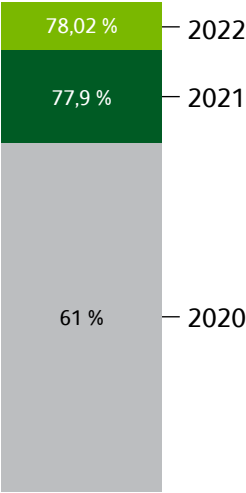
Znižujeme CO₂ vo výrobe

Pri každej z našich činností podnikania, či už sa odohráva v pivovare, v rámci distribúcie alebo pri samotnom uskladnení piva, sa snažíme voliť spôsob, ktorý je šetrnejší k životnému prostrediu a v súlade s našou snahou znížiť tvorbu CO₂. V roku 2023 sa nám podarilo zrealizovať nasledovné úspešné aktivity, ktorými sme si ďalej znížili uhlíkovú stopu z výroby:



Od začiatku roka 2023 si vyrábame tekutý cukor priamo v našom hurbanovskom pivovare na základe úspešne zrealizovaného projektu z minulého roka. Tekutý cukor už nemusíme dovážať, čím ušetríme nielen finančné náklady, ale aj tvorbu CO₂ pri doprave. To všetko pomocou 50-tonového cukrového sila a zariadenia, pomocou ktorého vyrábame požadované množstvo cukru potrebného pri výrobe radlerov a ciderov. Vlastnou výrobou **šetríme približne 30 % CO₂** oproti preprave rovnakého objemu tekutého cukru do pivovaru.

Zachytávame oxid uhličitý pri kvasení a vraciam ho opätovne do výroby cez rekuperáciu. Od roku 2020 sme výrazne pokročili a za tri roky sa nám podarilo zvýšiť spotrebu CO₂ z rekuperácie na 83 %.



Súčasťou našej vlastnej čistiarne odpadových vôd je aj bioplynová stanica, ktorá zachytáva **bioplyn ako obnoviteľný zdroj** a následne ho využíva na výrobu elektrickej energie. Takto sme v roku 2023 vyrobili až **7,5 %** našej celkovej spotreby. Chceme aj naďalej **zvyšovať podiel obnoviteľnej energie** v našej celkovej spotrebe, a tak investujeme do obnoviteľných zdrojov energie. Od začiatku roka 2023 HEINEKEN

Slovensko čerpá elektrickú energiu pre svoju výrobu výhradne z obnoviteľných zdrojov, vďaka veternému parku vo Fínsku a solárnemu parku v Taliansku, ktoré boli postavené v rámci globálneho projektu HEINEKEN.

V našej sladovni v Hurbanove sme v roku 2023 používali výhradne 100 % elektrickej energie z obnoviteľných zdrojov, čo predstavovalo 14,8 % celkovej spotreby energie z udržateľných zdrojov (elektrina a plyn). V hurbanovskom pivovare sme taktiež v roku 2023 využívali 100 % zelenej elektriny, pričom tento podiel tvoril 28,3 % z celkovej spotreby energie z udržateľných zdrojov.

Znižujeme CO₂ v distribúcii

Na znížovanie uhlíkovej stopy myslíme i počas samotného prevozu našich pív k zákazníkom a partnerom, ako aj pri ich uskladnení. Produkty, ktoré v pivovare Hurbanovo vyrábame, prepravujeme po efektívne plánovaných trasách. V rámci logistiky minimalizujeme využitie prepravy zo zahraničia a aj vďaka tomu znižujeme množstvo vyprodukovaného CO₂. V roku 2023 sme v preprave **vyprodukovali 1,8 kg CO₂** na hl predaného piva, čo predstavuje **4 % zníženie** oproti roku 2018. Sme teda o krok bližšie k nášmu globálnemu cieľu znížiť emisie z hodnotového reťazca o 30 % v porovnaní s rokom 2018.

Ešte v roku 2020 sme rozšírili flotilu o jeden LNG kamión v primárnej logistike. V roku 2023 najazdil približne 70 000 km, čo predstavuje **úsporu približne 11 000 kg CO₂** oproti dieselovému pohonu. V logistike čoraz viac využívame aj železničnú dopravu.

Zároveň dochádza k postupnej modernizácii a digitalizácii skladov. Neustále inovujeme všetky naše postupy. Digitalizácia nám umožňuje dosiahnuť novú úroveň efektívnosti a produktivity,

čoho sekundárnym výsledkom je aj šetrenie priestorov, papiera a znižovanie uhlíkovej stopy.

V roku 2023 sme zaviedli projekt depapierizácie distribučných skladov. Od júla 2023 prešli traye z 5-vrstvových na 3-vrstvové, čím sa ich hmotnosť znížila zo 113 g na 80 g. Do konca decembra 2023 sme nakúpili 2 009 700 ks trayov, čo predstavuje úsporu 66 320 kg papiera.

Pomáhame znižovať emisnú stopu aj našich zákazníkov. Všetky novozakúpené chladničky, ktoré naši zákazníci dostanú, spĺňajú normy najprísnejších environmentálnych štandardov. Chladničky používajú najnovšie povolené chladivo (čistý propán a čistý izobután), ktoré má výrazne nižší potenciál ovplyvniť globálne otepľovanie ako bežne používané chlórfluórované uhľovodíky. Pri výrobe chladničiek sa používa aj recyklovaný materiál a namiesto žiariviek sa využíva LED osvetlenie. Takéto chladničky vyprodukujú o **55 % menej uhlíka** ako tie, ktoré boli zakúpené pred rokmi. Naším cieľom je, aby do roku 2027 boli všetky chladničky používané zákazníkmi na chladenie našich nápojov v jednej z **najvyšších energetických tried indexu energetickej účinnosti**.

Dbáme na zodpovedné podnikanie našich dodávateľov

100 % našich dodávateľov a partnerov sladovne a pivovaru sa riadi [naším Dodávateľským kódexom](#), ktorým sa zaviazali k dodržiavaniu vysokých štandardov v oblasti obchodného správania, dodržiavania ľudských práv a k úcte k životnému prostrediu.



⁵Farm Sustainability Assessment (2023) SAI platform. Dostupné na: <https://saipatform.org/fasal/> (Pozreté: Máj 10, 2023)
⁶SMERNICA 2018/2001 o podpore využívania energie z obnoviteľných zdrojov (2018) EURÓPSKY PARLAMENT A RADA (EÚ). Dostupné na: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SK/TXT/HTML/?uri=CELEX:32018L2001> (Pozreté: Máj 10, 2023).

Maximalizujeme cirkulárnu ekonomiku v našich priestoroch a procesoch

Aj naše kancelárske priestory sa snažíme posúvať tým správnym smerom. V rámci **šetrenia energie** nastavujeme na všetkých obrazovkách šetriče obrazovky, znižujeme počet zariadení (migrácia do cloudu) a teplotu v serverovni, čím sa znižuje potreba chladenia. Okrem toho všetky novo nakupované IT zariadenia majú nižšiu spotrebu energie ako pôvodné. Po skončení životnosti prejdú všetky zariadenia ekologickou, certifikovanou likvidáciou.

V rámci znižovania spotreby materiálov v kancelárii máme zavedené nasledovné opatrenia:



Nasadenie outsourcingu tlače (pay-per-page)



Vymedzenie tlačových serverov na čiernobielu tlač a farebnú tlač



Prednastavenie obojstrannej tlače



Tlač na kartu (vytlačia sa len tie tlačové úlohy, ktoré si príde používateľ vyzdvihnúť)

Zálohujeme PET fľaše a plechovky

Prostredníctvom Združenia výrobcov piva a sladu sme zároveň **zakladajúcim členom** zálohového systému. Aktívne sme participovali na jeho tvorbe od samého začiatku. Jeho príprava sa začala už v roku 2018 – 2019, keď Ministerstvo životného prostredia Slovenskej republiky začalo uvažovať o jeho aplikácii a začal sa proces prípravy legislatívy. Zákon o zálohovaní jednorazových obalov je v platnosti na Slovensku od 1. januára 2022.

Zálohovanie aj naďalej aktívne podporujeme. Tento systém zabezpečuje vrátenie obalov späť do obehu, čím prispieva k zníženiu CO₂ a podporuje princíp cirkularity. Vďaka viac ako 70 % návratnosti jednorazových obalov vieme opätovne využiť okolo 65 % materiálu na výrobu nových obalov. V praxi tak fungujú dva systémy: **PET-to-PET** a **CAN-to-CAN**. V prípade oboch systémov sa surovina na nové obaly vyrába zo starých obalov moderným a energeticky efektívnym procesom, ktorý zabraňuje poškodeniu materiálu.

Celkovo si HEINEKEN Slovensko uplatnil v roku 2023 opciu na odkúpenie **2 000 ton použitých plechoviek** a viac ako **220 ton PET fliaš**, ktoré sa vrátili späť do obehu.

Vrátiť recyklovateľné obaly do obehu je našou nenahraditeľnou úlohou v rámci trvalej udržateľnosti celého produkčného procesu. Zároveň však nezabúdame na triedenie ostatného odpadu, čím prispievame k znižovaniu záťaže na životné prostredie.

Recyklujeme výrobný odpad

Minulý rok sme v Hurbanove recyklovali až **99,9 % výrobného odpadu**, čo je o **0,2 % viac ako v roku 2022**. Časť z neho v podobe vedľajších rastlinných produktov skonzumujú aj hospodárske zvieratá. Ide až o 20 000 ton krmovín ročne, napríklad jačmenné plevy, odpadové kvasnice a mláto, ktoré dodávame lokálnym farmárom a poľnohospodárom. Keďže cítime silný trend poklesu živočíšnej výroby, intenzívne hľadáme aj nové možnosti zhodnocovania týchto krmovín. Naš hurbanovský pivovar si dal totiž za **cieľ do roku 2025 nevyvážať žiaden odpad z výroby na skládku**. Sme k tomu už naozaj blízko a neustále skúmame nové možnosti.

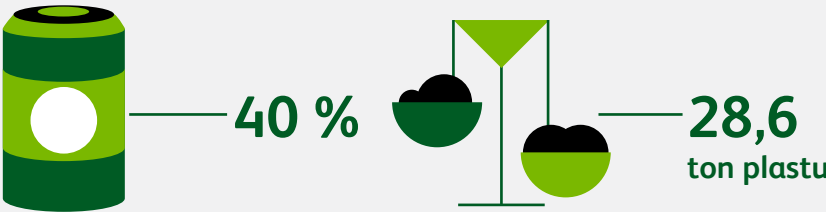
Demolácia sladovne

V roku 2023 sme pokračovali v demolácii starej časti sladovne, pričom vznikli nasledujúce odpady: 10 616,8 ton betónu, 1 912,6 ton tehál a 14 471,5 ton zmesi betónu, tehál, škridiel, obkladového materiálu a keramiky. **Všetok tento odpad sme spracovali pomocou drvičky stavebného odpadu**. Týmto spôsobom sme sa vyhli uloženiu odpadu na skládku a premenili sme ho na vstupný materiál, ktorý môže byť použitý v iných projektoch, napríklad ako podložie pod cesty.



Znižujeme množstvo plastov na obaloch

Ako udržateľná spoločnosť neustále pracujeme aj na znižovaní množstva plastu pri balení našich produktov. Týka sa to primárnych plastov (obaly nápojov) aj sekundárnych plastov (plasty vo výrobe).



Už v roku 2021 sme úspešne znížili hrúbku nepotlačenej fólie plechoviek z 55 µm na 45 µm, čo viedlo k úspore 19 %. Okrem toho sme optimalizovali materiál a hrúbku strečových fólií sekundárneho balenia, čím sme dosiahli úsporu 40 %.

Vďaka týmto opatreniam sme aj v roku 2023 ušetrili 28,6 tony plastu.

V rámci našich obalových riešení sledujeme celkovú hmotnosť použitých materiálov a percentuálny podiel recyklovaných a opätovne použitých materiálov. Naším cieľom je neustále zvyšovať podiel **recyklátu** v našich obaloch, čím prispievame k udržateľnosti a ochrane životného prostredia. Aktuálny stav je nasledovný:

Podiel recyklátu v PET (minimálne množstvo požadované legislatívou = 25 %)	25 %
Podiel recyklátu v plechovkách – dodávateľ A; Crown Slovensko	48 ~ 49 %
Podiel recyklátu v plechovkách – dodávateľ B; CANPACK Poľsko	36,9 %
Podiel recyklátu v „tray“ ⁷	100 %
Podiel recyklátu v rôznych druhoch kartónu používaného pri výrobe a exporte pív	73 % - 91 %
Podiel recyklátu v zmršťovacej fólii (nepotlačená a potlačená)	50 %

⁷ Kartónová podložka, ktorá drží štyri balenia plechoviek na jednej „tácke“

Ochrana zdrojov vody

Voda tvorí viac ako 95 % obsahu piva. Aj preto je pre nás mimoriadne dôležitá jej kvalita, ale i samotná spotreba. Preto podnikáme zodpovedné kroky k zníženiu jej spotreby.

V hurbanovskom pivovare sa sústreďujeme na znižovanie objemu vody, ktorú spotrebujeme na výrobu piva. V minulom roku predstavovala spotreba vody hodnotu **3,2 hektolitra** vody na jeden hektoliter vyrobeného piva. Tento rok sme zaznamenali mierny nárast spotreby oproti minulému roku, ktorá dosiahla 3,4 hektolitra. Naším cieľom je znížiť túto hodnotu do roku 2030 **na 2,9 hektolitra vody na jeden hektoliter vyrobeného piva**.

Napriek miernemu nárastu spotreby neustále pracujeme na dosiahnutí našich cieľov prostredníctvom investícií do technológií. V posledných rokoch sme modernizovali plechovkovú linku, nainštalovali nový paster a plnič, a jednou z najnovších investícií bola inštalácia novej umývačky fliaš.

Znižujeme aj spotrebu vody v našej sladovni. V roku 2023 sme priemerne spotrebovali **3,17 m³ vody na tonu vyrobeného sladu**, čím sa nám podarilo úspešne dosiahnuť náš minuloročný cieľ znížiť priemernú spotrebu na 3,37 hektolitra na tonu vyrobeného sladu.

Čistíme 100 % odpadovej vody

Súčasťou udržateľného prístupu k tejto cennej tekutine je aj naša vlastná čistiareň odpadových vôd (ČOV). Pivovar má svoju ČOV od svojho počiatku. Samozrejme, za tie roky prešla mnohými

investíciami a úpravami tak, aby spĺňala najmodernejšie štandardy. Prechádza ňou úplne všetka voda, s ktorou pracujeme, a absolvuje hneď niekoľko stupňov čistenia, v rámci ktorých sa z nej odstraňujú organické látky a chemické znečistenie. Odpadovú vodu z výrobného procesu dokážeme vyčistiť tak, že spĺňa všetky legislatívne požiadavky na to, aby sa vrátila späť do prírodného cyklu bez narušenia prirodzenej rovnováhy životného prostredia.

V hurbanovskom pivovare sme obzvlášť hrdí aj na **kvalitu našej vody**. Vychádza z artézskych studní priamo pod areálom pivovaru. Používame ju na výrobu piva. Je natoľko kvalitná, že spĺňa akostné parametre dočenskej vody. Spoločne s kvalitným sladom, kvasnicami a chmeľom je základom pre výrobu našich pív.



Cieľ	KPI	KR22	KR23	KR25	Global 2030
Nulové (Net-zero) emisie vo výrobe do roku 2030	% zníženie kgCO ₂ vo výrobe v porovnaní s rokom 2018	+16 %	-21 %		-100 %
100% udržateľných surovín (chmeľ, jačmeň) do roku 2030	% udržateľného jačmeňa	59 %	73 %		100 %
	% udržateľného chmeľu	97,6 %	90 %		100 %
Uhlíkovo neutrálny v našom hodnotovom reťazci do roku 2040 a absolútne zníženie o 30 % do roku 2030	KgCO ₂ /hl predaného piva	1,86	1,81		1,36
Do roku 2023 čistiť 100 % odpadových vôd všetkých našich pivovarov ¹	% vody upravenej čistiarnou odpadových vôd (ČOV)	100 %	100 %		
Do roku 2030 znížiť priemernému spotrebu vody na 2,9 hl/hl vyrobeného piva celosvetovo	Spotreba vody hl/hl vyrobeného nápoja	3,2 %	3,37 %		2,9
Do roku 2025 nulový odpad na skládkach pre všetky naše výrobné závody ²	% odpadu na skládku - pivovar	0,13 %	0,23 %	0	
	% odpadu na skládku - sladovňa	0,03 %	0,04 %		

¹ Cieľ je stanovený do kalendárneho roku 2023
² Cieľ je stanovený do kalendárneho roku 2025

2. pilier: Sociálne – cesta k inkluzívnej, spravodlivej a rovnej spoločnosti

Naše podnikanie je postavené na férovosti, spájaní ľudí a radosti, ktorú prináša. Vo všetkom, čo robíme, sme odhodlaní podporovať spravodlivosť a inklúziu, a to nielen v HEINEKEN Slovensko, ale aj u našich dodávateľov. Záleží nám na tom, aby sme dosiahli rodovú rovnosť na seniorských úrovniach, aby sme platili všetkým zamestnancom spravodlivú mzdu a aby sme zabezpečili spravodlivé životné a pracovné štandardy pre všetkých, s ktorými pracujeme. Budujeme bezpečné pracovné prostredie a kultúru. Aby sme zvýšili náš prínos pre komunitu, hľadáme spôsoby, ako efektívnejšie podporovať dobrovoľníctvo, partnerstvá a darcovstvo, a to najmä na lokálnej úrovni.

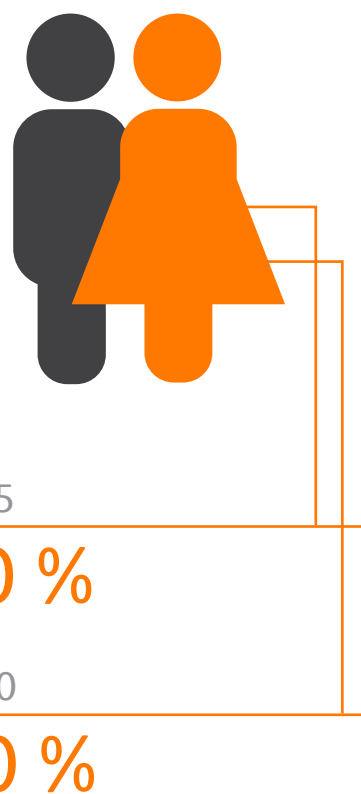


Podporujeme inkluzívnu a rôznorodú spoločnosť

Veríme, že inklúzia a rozmanitosť vyvolávajú radosť a podporujú pocit skutočnej spolupatričnosti. Rozmanitosť myšlienok a inšpirácií vedie k objavovaniu kreatívnejších riešení a podnecuje k lepšiemu výkonu. Zároveň veríme, že inklúzia pramení z otvoreného prístupu vedenia, preto vychovávame tolerantných a otvorených lídrov a líderky, ktorí vytvoria spravodlivý priestor pre všetkých.

V spoločnosti HEINEKEN tak podnikáme rôzne kroky na vytvorenie inkluzívneho prostredia:

Zaviazali sme sa zabezpečiť rodovú rovnováhu v zložení nášho globálneho vrcholového manažmentu s cieľom dosiahnuť 30 % zastúpenia žien do roku 2025 a 40 % do roku 2030. Na Slovensku je aktuálne zastúpenie žien v strednom manažmente až 38 % a takmer 17 % žien je vo vrcholovom manažmente.



Program WIN (Women Interactive Network) naďalej ostáva jednou z našich kľúčových iniciatív na vytvorenie rovnakých podmienok pre ženy vo vedení. Na tomto rozvojovom programe sa v rokoch 2022 – 2023 zúčastnilo 100 žien 36 národností (vrátane zástupkyne zo Slovenska). Cieľom bolo dať príležitosť 100 ženským talentom z rôznych funkcií prejsť školením na manažérske schopnosti a taktiež ich prepojiť, aby si navzájom pomohli a poradili, využívajúc svoje skúsenosti.

Len nedávno bola naša spoločnosť zaradená do **Indexu rodovej rovnosti Bloomberg 2023** (Gender Equality Index). Tento zoznam oceňuje spoločnosti zaväzujúce sa k viac rovnocenným a inkluzívnym pracoviskám.

V roku 2023 sme úspešne vyškolili všetkých našich manažérov a manažérky v oblasti vedenia inkluzívnych a rôznorodých tímov.

Chceme tvoriť globálny rôznorodý tím, a tak sme sa zaviazali mať v každom regióne aspoň **65 % tímu** vedúceho pobočku HEINEKEN v krajine do roku 2023 zloženú z lokálnych zástupcov. V HEINEKEN Slovensko sa nám tento cieľ podarilo prevýšiť, keďže **100 %** vedúceho manažmentu HEINEKEN Slovensko tvoria lokálni zástupcovia.



Tvoríme spravodlivé a bezpečné pracovné prostredie

Žijeme vo svete, ktorý je ešte stále sužovaný príjmovou nerovnosťou a nespravodlivosťou. My v HEINEKEN Slovensko chceme ísť príkladom. Uplatňujeme preto princíp spravodlivého odmeňovania všetkých zamestnancov a vytvárame primerané a férové pracovné podmienky pre všetkých.

Zaväzujeme sa k **rovnakej odmene za rovnakú prácu** medzi ženskými a mužskými kolegami na celom svete. V HEINEKEN Slovensko sme v roku 2022 nezaznamenali žiadny rozdiel medzi odmenami za rovnakú prácu medzi mužmi a ženami. Toto meranie sa uskutočňuje každé dva roky, to znamená, že ďalšie meranie sa uskutoční v roku 2024.

Zaviazali sme sa aj k spravodlivému odmeňovaniu všetkých zamestnancov podľa medzinárodných pravidiel Fair Wage Network do roku 2023. Podarilo sa nám tieto pravidlá splniť, a tak **všetci naši zamestnanci a zamestnankyne** **zarábajú spravodlivú mzdu**.

Bezpečnosť a ochrana zdravia

Bezpečnosť a ochrana zdravia pri práci stojí u nás v HEINEKEN Slovensko vždy na prvom mieste. Naši zamestnanci a zamestnankyne sa správajú plne v súlade s našimi bezpečnostnými pravidlami naprieč všetkými oddeleniami.

Vďaka zodpovednému prístupu a nastaveným bezpečnostným pravidlám sme v uplynulom roku opätovne nezaznamenali ani jeden pracovný úraz, ktorý by si vyžiadal práceneschopnosť našich zamestnancov a zamestnankýň.

Neustále inovujeme a investujeme čas aj financie do zlepšovania bezpečnosti našich zamestnancov a zamestnankýň.

V roku 2023 sme v oblasti bezpečnosti a zdravia zamestnancov realizovali nasledovné iniciatívy:



V apríli sme zorganizovali Deň bezpečnosti v pivovare pre všetkých zamestnancov, zameraný na témy ako ochrana pred požiarom, zvládanie pracovného stresu, prvá pomoc pri úrazoch, environmentálne otázky a prevencia konzumácie alkoholu.

V máji sme zorganizovali podujatie pre kolegov v Apolle, zamerané na kurz prvej pomoci a školenie BOZP a ochrany pred požiarom.

V októbri sme zorganizovali podujatia v distribučných centrách, ktoré sa zamerali na témy ako prvá pomoc a preškolenie na používanie automatického externého defibrilátora, praktický tréning hasenia požiaru, zvládanie stresu v práci, nahlasovanie bezpečnostných incidentov a prevádzka vysokozdvížných vozíkov.

Na konci roka sme sa zamerali na zdravie zamestnancov, pričom sme v pivovare aj Apolle ponúkli bezplatné konzultácie a merania. Tieto zahŕňali kontrolu krvného tlaku, % podkožného tuku, BMI, tepu, oxymetrie, hladiny cholesterolu, hemoglobínu, glukózy, kyseliny močovej a meranie zraku.



Starostlivosť o psychické zdravie

Fyzické zdravie je rovnako dôležité ako psychické. V HEINEKEN

Slovensko je duševná pohoda všetkých zamestnancov a zamestnankýň našou prioritou. Preto máme od roku 2021 zriadenú **linku pomoci, dostupnú 24/7**. Zamestnanci a zamestnankyne sa na ňu mohli obrátiť kedykoľvek s pracovnými aj osobnými témami. Sme radi, že tento druh pomoci sa ujal medzi našimi zamestnancami a zamestnankyňami a psychologické poradenstvo využívali aj v roku 2023. Linku pomoci prevádzkujeme aj naďalej.



Bezpečnosť na cestách

Dbáme aj na bezpečnosť na cestách, a to nielen teoreticky, ale aj v praxi. Zamestnancom a zamestnankyniam naprieč všetkými oddeleniami pomáhame zdokonaľovať svoje schopnosti za volantom a pripraviť ich na nečakané situácie. **V roku 2023 absolvovalo 45 našich kolegýň a kolegov spolu 344 hodín tréningov defenzívnej a bezpečnej jazdy.**



Pozitívny vplyv na komunitu

„Záleží nám na ľuďoch a planéte. Pomáhame si navzájom, našej komunite a prostrediu, v ktorom žijeme. Vieme, že dariť sa nám bude vtedy, ak sa bude dariť ľuďom u nás, okolo nás a aj planéte.“

Ako líder na trhu si uvedomujeme, že dokážeme ovplyvniť život okolo nás. Naše podnikanie nemôže prosperovať, pokiaľ nebudú prosperovať aj komunity, v ktorých žijeme, pracujeme a predávame naše produkty. Je pre nás česť, že môžeme pozitívne vplývať aj za bránami našej spoločnosti. Naším cieľom je pokračovať v podpore komunit na trhoch a v lokalitách, kde pôsobíme.

Oblasti sociálna udržateľnosť a zodpovedná konzumácia alkoholu **našej stratégie Načapuj si lepší svet** majú výrazne aktívny presah na filantropické aktivity.

Celková suma prostriedkov, ktoré sme v roku 2023 investovali na podporu komunity, bola **96 718 €**. Celkovo **98** našich zamestnancov a zamestnankýň sa podieľalo na firemnom dobrovoľníctve, počas ktorého sa investované financie pretavili do konkrétnych projektov na podporu komunity.



96 718 EUR
na podporu komunit



98
zamestnancov podieľajúcich sa na dobrovoľníctve



**Grantový program
TU SME DOMA**

V meste Hurbanovo, kde sídli náš pivovar a sladovňa, realizujeme v spolupráci s Nitrianskou komunitnou nadáciou grantový program TU SME DOMA. Program využíva tzv. grassroots prístup, ktorým aktivizuje občanov mesta, aby sami identifikovali, čo im v Hurbanove chýba a čo by chceli zlepšiť. TU SME DOMA rozvíja región už 16 rokov. Obyvatelia vypracujú a predložia svoje projekty a my im ich pomáhame zrealizovať. **Prostredníctvom dlhodobej realizácie tohto programu** sa spájajú ľudia s podobnými záujmami a vytvárajú priestor na budovanie dobrých vzťahov

v miestnych komunitách. Program tak priamo odzrkadľuje naše poslanie „S radosťou varíme naše pivo, lebo veríme, že spoločne strávené chvíle inšpirujú svet k lepšiemu“ a súběžne aj jednu zo štyroch hodnôt: „Záleží nám na ľuďoch a planéte.“

Okrem aktivizácie komunity prináša program aj príklad dobrej praxe spolupráce všetkých troch sektorov – samosprávy, mimovládnej organizácie a súkromnej firmy a je ukážkou toho, aká užitočná môže byť takáto spolupráca pre bežného občana.

Počas týchto rokov sme úspešne podporili 160 projektov, pričom celková suma poskytnutých grantov dosiahla 440 000 eur. Tento program je dôkazom našej neustálej snahy prispievať k pozitívnym zmenám v spoločnosti a životnom prostredí.

16 rokov

440 000 EUR

160 projektov



Grantový program TU SME DOMA v roku 2023

Cieľom programu v roku 2023 bolo podnietiť a podporiť vzájomnú spoluprácu aktívnych ľudí mesta Hurbanovo v oblasti ochrany životného prostredia, zlepšenia jeho kvality a udržateľnosti a zároveň podporiť rozvoj komunity v meste Hurbanovo.

V roku 2023 boli v rámci grantového programu vyhlásené dve výzvy.

Prvá výzva: Ochrana životného prostredia

Sedem projektov zameraných na zelené témy, ako je ochrana vody, znižovanie odpadov a uhlíkovej stopy, získalo v roku 2023 podporu vo výške **22 682 eur**. Projekty zahŕňali revitalizáciu oddychových zón, školských dvorov, ekozáhrady pre seniorov, a ďalšie iniciatívy na zlepšenie kvality životného prostredia.



Podporené projekty:

- | | |
|---|---|
| <p>1 Naše sladké bobule: Revitalizácia oddychovej zóny na detskom ihrisku v Novej Trstenej podporené sumou 4 000 EUR</p> | <p>5 Revitalizácia informačných tabúl na Náučnom turistickom chodníku okolo Hurbanova: Obnova informačných tabúl pre turistov podporené sumou 3 140 EUR.</p> |
| <p>2 Revitalizácia školského lesoparku a školského dvora: Zlepšenie zelených plôch v školskom areáli podporené sumou 4 000 EUR.</p> | <p>6 Vertikálne záhrady: Inštalácia vertikálnych záhrad v mestských priestoroch podporené sumou 3 042 EUR.</p> |
| <p>3 Rybári v akcii: Odbahňovanie, likvidácia invázných druhov rýb, odstraňovanie uhynutých rýb a čistenie brehových porastov podporené sumou 3 740 EUR.</p> | <p>7 Verejný servis cyklostojanov: Zriadenie servisných staníc pre bicykle podporené sumou 560 EUR.</p> |
| <p>4 Vyvýšená eko záhrada pre seniorov: Vytvorenie záhrady pre seniorov na ekologickom princípe podporené sumou 3 200 EUR.</p> | |



Druhá výzva: Sociálna súdržnosť a integrácia

Štyri projekty zamerané na integráciu, inklúziu a diverzitu získali podporu vo výške **9 897,50 EUR**. Tieto projekty podporovali sociálnu súdržnosť a občiansku participáciu prostredníctvom kultúrnych a spoločenských aktivít, ako sú tanečné programy, športové turnaje a revitalizácia parkov.

1

Tancom proti stareckej demencii: Tanečné programy pre seniorov na prevenciu demencie podporené sumou 2 900 EUR.

2

Obnova parku a oddychovej zóny v Zariadení seniorov Smaragd: Revitalizácia parku pre seniorov podporené sumou 2 370 EUR.

3

Nordic Walking – zdravý pohyb pre každého: Podpora zdravého životného štýlu prostredníctvom nordic walkingu podporené sumou 1 627,50 EUR.

4

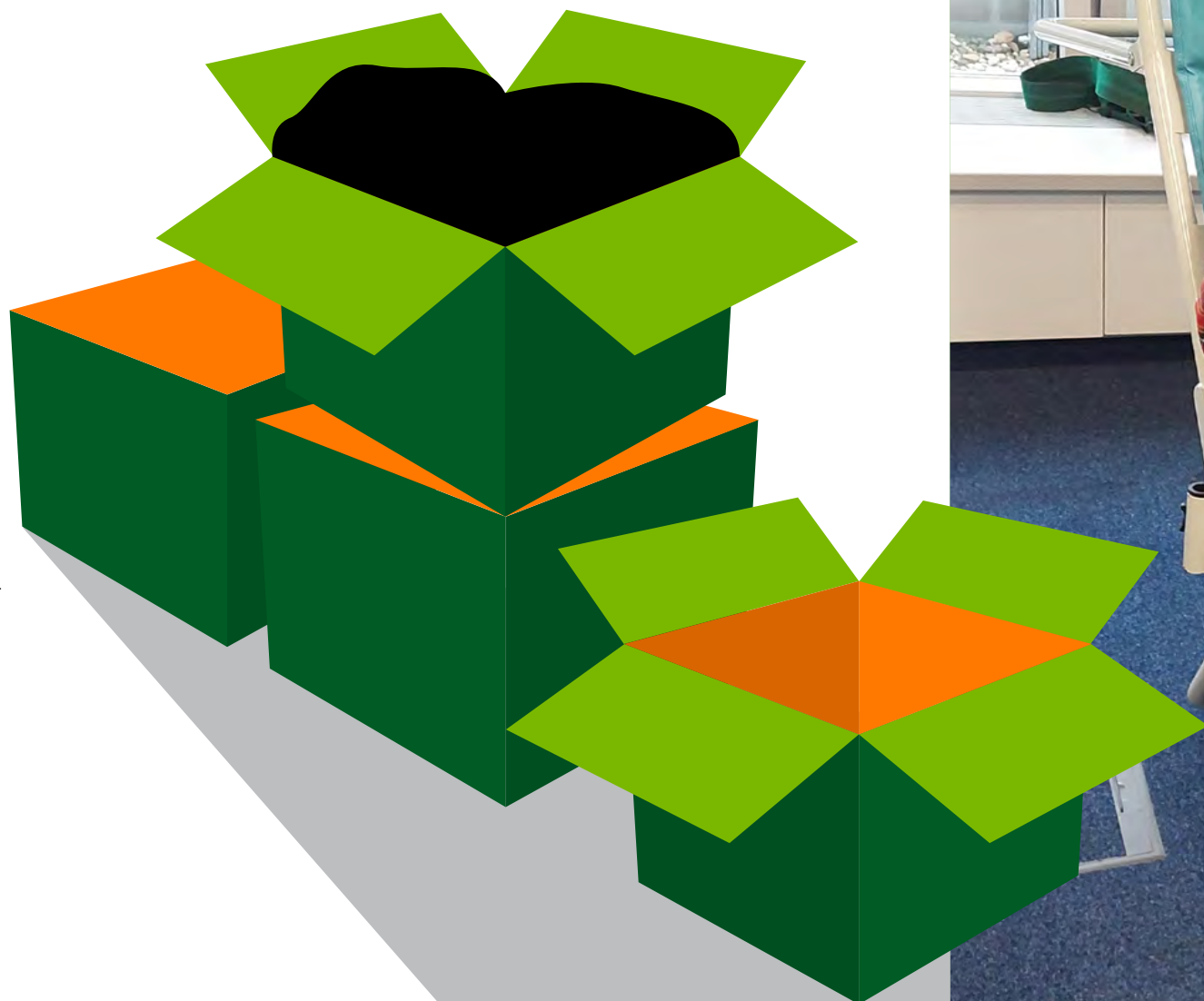
Hrajme a učme sa spolu: Programy Centra poradenstva a prevencie na podporu vzdelávania a inklúzie podporené sumou 3 000 EUR.

Pridaná hodnota predkladaných projektov spočíva v tom, že žiadatelia na nich aktívne participujú na dobrovoľníckej báze, bez nároku na odmenu, využívajúc svoje vedomosti a skúsenosti. Týmto spôsobom sa podarilo nielen zlepšiť kvalitu životného prostredia a sociálnu inklúziu, ale aj posilniť komunitného ducha a spoluprácu medzi obyvateľmi Hurbanova.

Ďalšie verejnoprospešné aktivity

Zbierka šatstva

Aj v tomto roku sme zorganizovali zbierku šatstva pre ľudí bez domova. Spolu sa vyzbieralo 94 vriec s celkovým objemom viac ako 14 100 litrov. Vyzbieranými vecami sme podporili Centrum rodiny v bratislavskej Dúbravke (zbierky z Hurbanova a Bratislavy) a Gréckokatolícku charitu v Prešove (zbierky z Košíc).



Giving Tuesday

Každoročne sa zapájame aj do aktivity Giving Tuesday organizovanej prostredníctvom Nadácie Pontis. V roku 2023 sme v rámci tohto podujatia zorganizovali novú aktivitu s cieľom darovania krvi priamo v našom hurbanovskom pivovare, na ktorej sa zúčastnilo **32** našich kolegýň a kolegov.

V rámci Giving Tuesday sme po druhýkrát zorganizovali aj podujatie s názvom Daruj Vianoce, prostredníctvom ktorého sme zorganizovali škatuľkovú zbierku pre ľudí žijúcich v zariadeniach pre seniorov v Hurbanove. V tejto zbierke sa nám podarilo vyzbierať **55** krásnych škatuliek, ktoré sme venovali seniorom v zariadení Smaragd v Hurbanove.



NAŠE MESTO 2023 V BRATISLAVE

Každoročne sa zúčastňujeme na najväčšom firemnom dobrovoľníckom podujatí na Slovensku – Naše Mesto, organizovanom prostredníctvom Nadácie Pontis

V Bratislave sme zrevitalizovali skatepark nízkoprahového centra KASPIAN a dôkladne sme premaľovali všetky prekážky.



NAŠE MESTO 2023 V KOŠICIACH

Tento rok naši zamestnanci v Košiciach opäť podporili dobrú vec a pomohli jednej zo škôl. Vymaľovali starý plot na Základnej škole Bernolákova. Aj keď sa tento rok stretli v menšom počte – 5 ľudí, podarilo sa im urobiť kus práce. Asistovali im aj žiaci pod dozorom svojej triednej učiteľky. Skvelá atmosféra a dobrá nálada s občerstvením v nich zanechala super pocit z dobre urobenej práce a o kúsok krajšej školy.

Expertné dobrovoľníctvo

V HEINEKEN Slovensko sa venujeme aj externému dobrovoľníctvu a poskytujeme naše odborné rady pre študentov a tretí sektor. Dlhodobu spolupracujeme s neziskovým združením Nexteria, Ekonomickou univerzitou v Bratislave a Slovenskou poľnohospodárskou univerzitou v Nitre.

NAŠE MESTO 2023 V HURBANOVE

V Hurbanove sa naši zamestnanci pustili do revitalizácie časti oplotenia parku v časti Bohatá, ktorý je v blízkosti novovybudovanej ľadovej plochy.

Po očistení starých náterov nanovo natreli kovové oplotenie. Nezabudli ani na dodržiavanie pitného režimu v podobe nášho výborného nealko piva, osviežujúcich radlerov a chutnej bagety od mesta Hurbanovo.

Podporujeme aj HORECA segment

HEINEKEN Slovensko dlhodobo podporuje aj odvetvie hotelov, reštaurácií a stravovacích služieb (HORECA) cez školenia v čapovaní a navrhovania dizajnových interiérov. Cieľom realizovaných aktivít a podpory je skvalitnenie služieb v našich partnerských prevádzkach prostredníctvom školenia prevádzok v čapovaní či redizajnu prevádzok, ktoré sú inšpirované pivnými značkami z nášho portfólia.

Cieľ	KPI	KR22	KR23	Global 2030
Rodová rovnováha vo vrcholovom manažmente, 30 % žien do roku 2025, 40 % do roku 2030	% žien vo vrcholovom manažmente	16,67 %	16,67 %	40 %
Kultúrna rozmanitosť - 65% Leadership tímov krajín tvorených príslušníkmi danej krajiny do roku 2023 ¹	% regionálnych štátnych príslušníkov v Leadership tímoch v každom regióne	100 %	100 %	
100% inkluzívne vedenie do roku 2023 ²	% manažérov vyškolených v inkluzívnom vedení	100 %	100 %	
Spravodlivá mzda do roku 2023 ³	% zamestnancov zarábajúcich spravodlivú mzdu podľa Fair Wage Network	100 %	100 %	
Vedenie s nulovou toleranciou k vážnym zraneniam a smrteľným nehodám	# úmrtia a vážne zranenia súvisiace s prácou	0	0	0
Nákup surovín v okruhu 450 km od sladovne	% nakúpeného jačmeňa z lokálnych zdrojov	100 %	100 %	100 %
Podpora s pozitívnym sociálnym vplyvom na 100% našich trhoch každý rok	EUR investovaných do sociálnych projektov	45 000 EUR	42 500 EUR	10 000 EUR

¹ Cieľ je stanovený do kalendárneho roku 2023

² Cieľ je stanovený do kalendárneho roku 2023

³ Cieľ je stanovený do kalendárneho roku 2023



3. ZODPOVEDNÁ KONZUMÁCIA ALKOHOLU – cesta k rozumnej konzumácii alkoholu

Je pre nás prioritou, aby sme širili osvetu o zodpovednom prístupe k alkoholu a edukovali spoločnosť. Vnímame to ako našu zodpovednosť, a preto táto téma patrí medzi kľúčové piliere našej komunikácie. Okrem toho, že neustále rozširujeme portfólio nealkoholických produktov, kladieme tiež veľký dôraz na osvetu a prevenciu. Aj preto dlhodobo spolupracujeme s odborníkmi a zapájame sa do zmysluplných projektov, ktoré zvyšujú povedomie o zodpovednej konzumácii alkoholu. V rámci tohto piliera sme si preto stanovili dosiahnuť nasledovné ciele na globálnej úrovni:

Ponúknuť našim zákazníkom 0,0 % verziu minimálne dvoch strategických značiek na danom trhu.

Informovať našich zákazníkov jasne a transparentne na všetkých našich produktoch do roku 2023.



NÁRAST 0,0 % PORTFÓLIA

Jedným z našich kľúčových záväzkov je neustále rozširovanie portfólia produktov 0,0 %. Ako najväčší inovátor a pivný líder na slovenskom trhu tak ponúkame čoraz viac produktov pre tých, ktorí nemôžu alebo nechcú konzumovať alkoholické varianty piva a radlerov. Zo svojho portfólia sme ešte v roku 2021 úplne vyradili všetky alkoholické radlery. Ponuka značky Zlatý Bažant Radler tak bola aj v roku 2023 výlučne bez alkoholu.

V roku 2023 sme uviedli na trh dve novinky s nulovým obsahom alkoholu: Zlatý Bažant Radler 0,0% Mango bez pridaného cukru a Zlatý Bažant Radler 0,00% Melón bez pridaného cukru.

V roku 2023 predstavovalo portfólio nealkoholických produktov už 31 % podielu celkového produktového portfólia HEINEKEN na Slovensku a 36 % podielu celkovej produkcie portfólia vyrábaného v pivovare HEINEKEN na Slovensku.

100 % INFORMOVANOSŤ

Sme presvedčení, že je dôležité, aby boli spotrebiteľia dobre informovaní o alkohole, o našich produktoch a o tom, ako si ich môžu vychutnať zodpovedným spôsobom. Chceme, aby sa každý mohol informovane rozhodnúť o produktoch, ktoré konzumuje. Preto na všetkých našich pivách, radleroch a cideroch spotrebiteľia nájdu informácie o ich výživových hodnotách nad rámec zákona a priemyselného štandardu.

Alkohol a zdravie

Alkohol a zdravie je pre nás dôležitou témou. V roku 2022 sme spustili globálnu iniciatívu na posilnenie edukácie v tejto oblasti. Koncom roka 2022 sme začali s úpravami dizajnov všetkých našich značiek na celom svete (vrátane Slovenska), s cieľom umiestniť QR kód s odkazom na informácie o alkohole a zdraví na všetky obaly našich produktov. V roku 2023 sa nám tento cieľ podarilo splniť, a všetky naše produkty obsahujú QR kód.



Všetky obaly našich produktov obsahujú aj bezpečnostné symboly poukazujúce na škodlivé účinky alkoholu nad rámec legislatívy. Výnimkou nie sú ani produkty, ktoré neobsahujú ani kvapku alkoholu. Ani tie neodporúčame konzumovať mladistvým, a preto na nich uvádzame symbol 18+.



Naše ikonické logo pre Heineken®

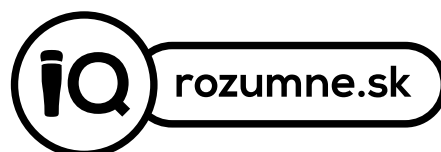
Všetky naše primárne a sekundárne obaly, komunikačné materiály a tovar na miestach konzumácie obsahujú logo Enjoy HEINEKEN Responsibly, a to na celom svete rovnako. To znamená, že heslo Vychutnajte si HEINEKEN® zodpovedne sa nachádza na stovkách miliónov fliaš, plechoviek, podnosov, podpivníkov atď., všade tam, kde si môžete vychutnať osviežujúce pivo HEINEKEN.



Znižujeme obsah cukru v radleroch

Zdravý životný štýl súvisí aj s príjmom cukru či konzervantov a umelých farbív, ktoré sú bežne dostupné v sladených nápojoch. Líder 0,0 % segmentu, značka Zlatý Bažant 0,0 %, ponúka svojim spotrebiteľom vhodnú alternatívu k bežným sladeným nápojom, keďže radlery 0,0 % majú 100 % prírodné zloženie, sú bez konzervantov a umelých farbív. Vďaka tomu sú vhodné skutočne pre každého – či už po športovom výkone, ako pitný režim v práci alebo v rámci voľnočasových aktivít. Zároveň naše radlery z kategórie „Extra Svieži“ neobsahujú žiadny pridaný cukor a kategória „Svieži“ ponúka radlery s 30 % menším obsahom cukru ako v prípade klasických radlerov. Bez legislatívnej regulácie tak už v roku 2023 až 60 % našich radlerov obsahovalo pod 5 g cukru na 100 ml. Naším cieľom je postupne zvyšovať podiel nášho radlerového portfólia so zníženým obsahom cukru.

Aktívne podporujeme zodpovednú konzumáciu alkoholu



Nezodpovedná konzumácia alkoholu, žiaľ, v našej spoločnosti rezonuje až príliš často. Chceme aktívne riešiť a znižovať škodlivé pitie alkoholu, a preto sme vytvorili projekt Rozumne.

Myšlienka projektu Rozumne vznikla ešte v roku 2015 s cieľom **viesť spoločenský dialóg a edukovať o zodpovednom prístupe k alkoholu**. Na projekte spolupracujeme s odborným garantom nízkoprahovým **centrom o. z. Kaspian**, ku ktorému sme v roku 2021 pridali aj **psychológa** Matúša Bakytu. Spoločne sme na základe analýz, dát a odborných skúseností za nosnú tému projektu stanovili „underage drinking“, teda **konzumáciu alkoholu mladistvými**.

V kampaniach sa každoročne zameriavame na zodpovedný prístup mladistvých k alkoholu s **cieľom šíriť osvetu, otvárať diskusiu o alkohole a vzdelávať rodičov, starých rodičov a učiteľov o prevencii**. K cieľovej skupine rodičov a okolia nás priviedli výsledky nášho prieskumu. Ten nám ukázal, že deti sa do kontaktu s alkoholom dostávajú už vo veľmi nízkom veku. Zároveň prieskum potvrdil, že rodina a rodičia zohrávajú kľúčovú rolu v budovaní zodpovedného prístupu k alkoholu, pretože často sú práve oni tí, ktorí deťom alkohol ponúknu. Na webovej stránke www.rozumne.sk prinášame všetky dôležité informácie o problematike konzumácie alkoholu, kde hľadať v prípade potreby pomoc a možnosť pre rodičov anonymne sa poradiť s odborníkom.

Súčasťou našej podpory o. z. Kaspian je celková **podpora preventívnych**

programov pre deti a mládež od 7 do 23 rokov vrátane programu nízkoprahového klubu na Furdekovej ulici v Petržalke a terénnej sociálnej práce priamo v prostredí detí.

Kampaň Rozumne v roku 2023

V rámci komunikačnej kampane v roku 2023 sme využili niekoľko silných komunikačných kanálov, ako sú tradičné médiá, populárnych influencerov a platenú reklamu na sociálnych sieťach. Kampaň Rozumne pozostávala z niekoľkých častí, pričom každá mala za cieľ osloviť čo najviac ľudí. Zapojili sme expertov, médiá, influencerov a školy.

Keďže sme chceli dať kampani nový rozmer, pozreli sme sa na prieskum realizovaný v roku 2021, ktorý ukázal, že deti sa už vo veľmi nízkom veku (menej ako 14 rokov) dostávajú do kontaktu s alkoholom aj vďaka rodičom. Preto sa aj v roku 2023 stali rodičia ústrednou myšlienkou priebehu kampane. Kampaň sme postavili na poďakovaní rodičov za vytvorenie bezpečného priestoru doma, v ktorom sa ich deti nemusia báť rozprávať o citlivých témach a kde ich rodičia podporujú.

Pripravili sme vzdelávací obsah, v ktorom sme komunikovali praktické rady pre rodičov, natívny obsah v spolupráci s psychológom a tiež rozhovory a stories s influencermi.

V ďalšom kroku nasledovala aj podpora, prostredníctvom sociálnych sietí influencerov – známych osobností s deťmi. Ich úlohou bolo šíriť informácie o kampani Rozumne, ale najmä o prevencii a zodpovednom prístupe k alkoholu. V rámci kampane známe osobnosti komunikovali aj zodpovedný prístup vo výchove.

Citlivo sme do kampane vybrali tých, ktorým sú rodičovstvo a zodpovednosť blízke. Vybrali sme silné mená so silným vplyvom, napríklad Barbaru Heribanovú, slovenská marketingová a PR manažérka

Výsledky sprievodnej komunikačnej kampane v roku 2023 boli ohromujúce. Kampaň mala dosah na viac ako 3 500 000 ľudí.



Po druhýkrát sme realizovali aj náučnú roadshow po školách

Naším cieľom bolo uchopiť tému rozumnej konzumácie alkoholu v realite a priblížiť ju verejnosti. Išlo o deti vo veku 10+, ktoré prichádzajú do prvého kontaktu s alkoholom, a o mladistvých vo veku 13 – 15 rokov.

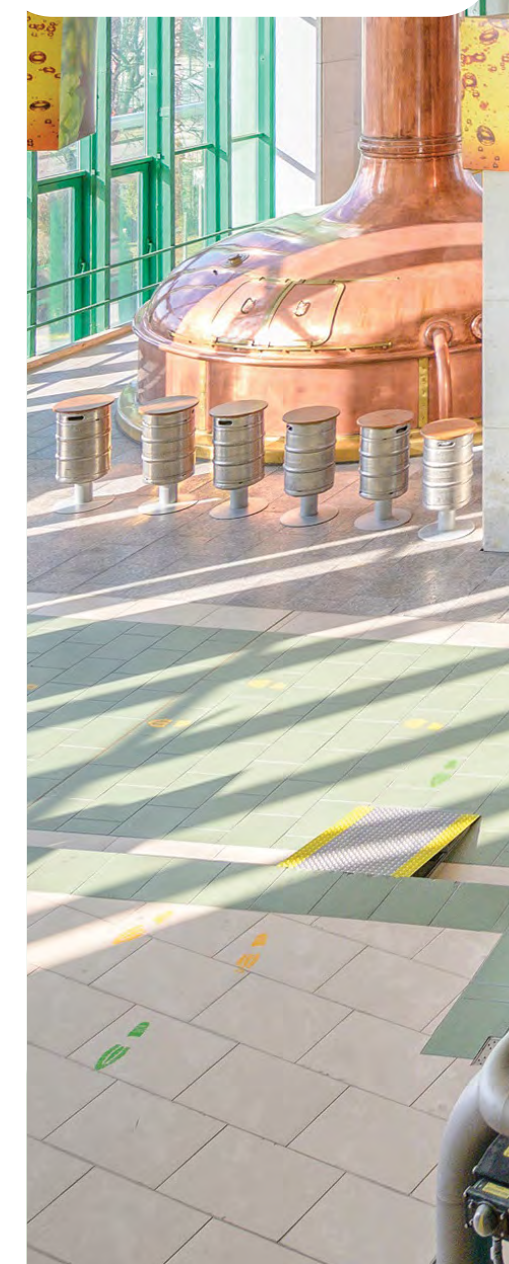
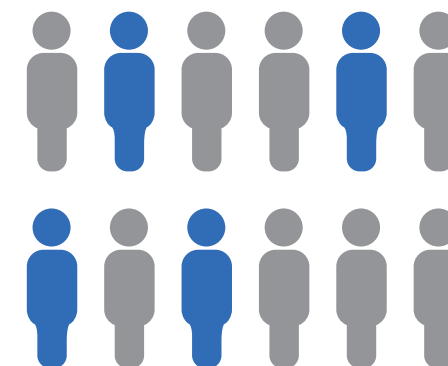
Prednášky pre deti viedol Braňo Jobus, populárny slovenský umelec, ktorý sa téme zodpovednej konzumácie alkoholu venuje dlhodobo. Zároveň píše knihy, spolupracuje so školami, organizuje podujatia a koncerty.

Prednáška s Braňom Jobusom a nízkoprahovým centrom Kaspian bola pripravená na tému Alkohol patrí do skúmanky, ktorá bola zábavná aj náučná. Do experimentu sme zapojili žiakov a našou úlohou bolo vysvetliť im, že alkohol nie je len nápoj, ale aj chemická látka, ktorá spôsobuje rôzne, niekedy aj nebezpečné, procesy. Tento program bol cieleň najmä na mladších žiakov 5. a 6. ročníka, čomu bol prispôsobený aj slovník a obsah hodiny.

Starším žiakom bola určená otvorená hodina, v ktorej odborníci z Kaspianu mladých ľudí zapájali ako partnerov, otvorene diskutovali a poskytli aj užitočné praktické rady ako nácvik stabilizovanej polohy a krízovú intervenciu. Tieto prednášky sme zorganizovali na školách v Bratislave a v Hurbanove a boli smerované na mierne mladistvých vo veku 13 – 15 rokov. Workshop bol zameraný na rozvoj kritického myslenia a súčasťou prednášky boli aj otvorené diskusie na tému drogovej prevencie.

Na základe 75 hodín prednášok môžeme potvrdiť, že je tento koncept úspešný a školy prejavili záujem o ďalšie spolupráce v budúcnosti.

Kľúčovým výsledkom projektu je zvýšenie informovanosti žiakov, ale aj učiteľov a rodičov v rámci predmetnej témy a postupná zmena postoja ľudí k alkoholu. V cieľovej skupine žiakov základných a stredných škôl absolvovalo školenie o zodpovednej konzumácii alkoholu 971 mladých ľudí z 12 škôl v rámci Bratislavy a Jaroviec.



Podporujeme zodpovednú konzumáciu v mediálnej kampani

Projektom Rozumne sa naše aktivity v oblasti zodpovednej komunikácie nekončia. Ako každý rok, tak aj tento, sme investovali do témy 10 % z mediálneho rozpočtu značky HEINEKEN® s cieľom podporovať zodpovednú konzumáciu alkoholu a vzdelávať spoločnosť.

Zodpovedná konzumácia aj na všetkých našich podujatiach

Spolu so značkou HEINEKEN® spolupracujeme s organizátormi najväčších športových a hudobných podujatí na svete a využívame dosah našich globálnych sponzorstiev s UEFA, Formulou 1 a Formulou E, aby sme našim posolstvom o striedanej konzumácii oslovili milióny spotrebiteľov na celom svete.

Šport a zdravý životný štýl

Zdravý životný štýl a naše radlery 0,0 % k sebe neodmysliteľne patria. Práve tieto produkty volíme pri podpore podujatí, aby sme zviditeľnili voľbu 0,0 % produktov pri športových aktivitách. Medzi tie najzvučnejšie v roku 2023 určite patrili: Medzinárodný maratón mieru v Košiciach, Národný beh Devín – Bratislava, Beh od Tatier k Dunaju, MTB Maratón Rajecké Teplice, Cyklistické preteky Gran Fondo v Bratislave, Majstrovstvá sveta v triatlone – The Championship a Challenge Šamorín a veľa ďalších.

Komunikujeme zodpovedne aj v reklame

Ani v roku 2023 sme nedostali žiadnu sťažnosť na našu reklamu. To aj vďaka nášmu internému marketingovému

kódexu, ktorý ide nad rámec legislatívnych povinností s cieľom zabezpečiť našu maximálnu zodpovednosť. Kódex zodpovedného marketingu predstavuje súbor princípov, ktorými sa riadi celá komerčná komunikácia. Každých 12 – 18 mesiacov sa nanovo pozeráme na tieto princípy, aby sme sa uistili, že kódex je relevantný a reflektuje neustále sa meniace prostredie, v ktorom pracujeme. Medzi princípy, ktoré idú nad rámec legislatívnych povinností, patria napríklad nasledovné opatrenia:

Zabezpečujeme, aby každá osoba v našej reklamnej komunikácii bola a aj vyzerala na viac ako 25 rokov.

V našej komerčnej komunikácii neuvádzame žiadne obrázky, štýly, správanie, hudbu, postavy (skutočné alebo fiktívne), kreslené postavičky, športovcov, celebrity alebo influencerov, hry alebo herné vybavenie, ktoré oslovujú predovšetkým maloletých.

Nepropagujeme ani nezobrazujeme konzumáciu alkoholu v situáciách, ktoré si vyžadujú duševnú alebo fyzickú bdelosť ako napríklad športové aktivity.

Dodržiavanie kódexu je povinné pre všetkých, ktorí sa podieľajú na marketingu a predaji našich značiek vrátane distribútorov a tretích strán.

V našom podnikaní sa riadime prísnyimi pravidlami nad rámec zákona tak, aby sme boli skutočne zodpovednou firmou interne aj vonok. Všetky naše politiky zodpovedného podnikania sú dostupné na našej stránke: www.theheinekencompany.com

Cieľ	KPI	KR22	KR23	Global 2030
Transparentné spotrebiteľské informácie na 100 % našich produktoch do roku 2023 ¹	% vyhovujúcich rozšírení linky	50%	100%	
10 % mediálnych výdavkov spoločnosti HEINEKEN každoročne investovaných do kampaní na zodpovednú spotrebu	Multimediálny dosah – počet jedinečných spotrebiteľov oslovených na všetkých mediálnych platformách pomocou kampaní na zodpovednú spotrebu	830,606	395,985	1 miliarda

¹ Cieľ je stanovený do kalendárneho roku 2023



