

Načapuj si lepši svet

Správa o trvalej udržitelnosti spoločnosti
HEINEKEN Slovensko za rok 2022



Obsah

Rozhovor s generálnym riaditeľom	3
Predstavenie firmy HEINEKEN Slovensko	5
O čom sa dočítate v správe o trvalej udržateľnosti spoločnosti HEINEKEN Slovensko?	7
Environmentálne	10
Dosiahnutie uhlíkovej neutrality	12
Maximalizujeme cirkulárnu ekonomiku v našich priestoroch a procesoch	15
Recyklujeme výrobný odpad	16
Znižujeme množstvo plastov na obaloch	17
Ochrana zdrojov vody	18
Sociálne	20
Podporujeme inkluzívnu a rôznorodú spoločnosť	21
Tvoríme spravodlivé a bezpečné pracovné prostredie	23
Pozitívny vplyv na komunity	25
Zodpovedne	31
Aktívne podporujeme zodpovednú konzumáciu alkoholu	34
Podporujeme zodpovednú konzumáciu v mediálnej kampani	36
Index cieľov OSN	38

Zoznam skratiek

BaBW – Brew a Better World (Načapuj si lepší svet)
CEE – Central and Eastern Europe – stredná a východná Európa (Bulharsko, Česko, Estónsko, Maďarsko, Litva, Lotyšsko, Poľsko, Rumunsko, Slovinsko, Slovensko)
ČOV – Čistiareň odpadových vôd
CO ₂ – Carbon Dioxide (oxid uhličitý)
CO ₂ eq – Carbon dioxide equivalent (ekvivalent oxidu uhličitého)
HORECA – odvetvie hotelov, reštaurácií a stravovacích služieb
hl – hektoliter
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
HSD – HEINEKEN Slovensko Distribúcia
IT – Information Technology – výpočtová technika
ISCC – International Sustainability and Carbon Certification (Medzinárodná certifikácia udržateľnosti a uhlíka)
SBTi – Science-Based Target Initiative (Iniciatíva pre ciele založené na vede)
SDG – Sustainable Development Goals (OSN (2015): Ciele trvalo udržateľného rozvoja)
Tray – kartónová podložka, ktorá drží štyri balenia plechoviek na jednej „tácke“
WIN – Women Interactive Network – (iniciatíva Ženská interaktívna sieť)
ZB – Zlatý Bažant



Rozhovor s generálnym riaditeľom



René Kruijt
HEINEKEN Slovensko

Aký bol rok 2022 pre HEINEKEN Slovensko?

Práca s pivom nás baví a veríme, že spoločne strávené chvíle inšpirujú svet k lepšiemu. Preto sa tešíme, že sa rok 2022 niesol v znamení opätovného vzájomného stretávania sa po pandémie a obnovy firemnej kultúry. Naším zamestnancom to prinieslo radosť do života, ktorú sa snažíme implementovať aj smerom k spotrebiteľom prostredníctvom širokého portfólia našich nápojov.

Nebol to ľahký rok z hľadiska geopolitickej situácie, ktorú ovplyvnila vojna na Ukrajine a následná ekonomická kríza. Postavili sme sa jej čelom a riešili ju ako výzvu. Som nesmierne rád, že máme odvahu robiť veci inak aj vďaka našim odvážnym rozhodnutiam.

Od januára 2022 sa do vízie o trvalej udržateľnosti zapojili naši spotrebiteľia v rámci systému zálohovania PET fliaš a plechoviek. HEINEKEN Slovensko je ako líder na domácom pivnom trhu jeho veľkým podporovateľom. V neposlednom rade sme sa výrazne priblížili k naplneniu našich cieľov v ochrane životného prostredia a vo výrobe udržateľného piva a sladú s pozitívnym vplyvom na svet okolo nás. Pomáhame si navzájom, záleží nám na komunite a prostredí, v ktorom žijeme. A to všetko vďaka skvelému tímu ľudí, ktorý v HEINEKEN Slovensko pracuje.

Ako sa zmenilo vaše podnikanie po zrušení opatrení v súvislosti s pandémiou a aký vplyv má vojna na Ukrajine a následná inflácia?

Teší ma, že zrušenie opatrení v súvislosti s pandémiou umožnilo aj návrat k plnohodnotným stretnutiam s našimi zákazníkmi a dodávateľmi. Vojna na Ukrajine mala za následok zhoršenie hospodárskej situácie, infláciu a zdražovanie energií. So situáciou sa vyrovnávame postupne a implementujeme všetky potrebné opatrenia na zníženie jej negatívneho dosahu. Snažíme sa prispôsobiť zmenám a zostať flexibilní, aby sme dokázali čeliť aktuálnym výzvam na trhu.

Vplývala táto situácia aj na dosiahnutie plánov spoločnosti v oblasti udržateľnosti?

Zdraženie vstupných surovín výroby a energetická kríza mali za následok posun niektorých našich investičných plánov v oblasti trvalej udržateľnosti. Situácia nás však naučila prispôbovať sa zmenám a prehodnocovať cesty, akými napĺňame naše ciele. Som presvedčený o tom, že ich vďaka skvelému tímu dosiahneme. Ešte viac si uvedomujeme, aká je pre nás udržateľnosť a energetická efektivita dôležitá, a intenzívnejšie vnímame, aké nevyhnutné je dosiahnutie našich cieľov. Máme veľké a odvážne plány a chceme byť inšpiráciou aj pre ostatné spoločnosti, a to nielen na pivnom trhu, ale aj v oblasti zelených riešení a spoločenskej zodpovednosti.

Výrazne k tomu napomáha aj spoločná stratégia udržateľnosti s názvom Načapuj si lepší svet, ktorou sa spoločnosť HEINEKEN riadi na celom svete. Predstavte nám ju.

Naša globálna stratégia Načapuj si lepší svet sa sústreďuje na tri hlavné oblasti – 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 komunít. 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. Plne vnímame súčasný vývoj a potreby, ktoré sa odrážajú v našich plánoch a krokoch.

Pivovárstvo a sladovníctvo je úzko späté aj s poľnohospodárstvom. Čo pre vás znamená udržateľnosť v tomto smere?

Zameriavame sa na celý proces výroby piva od zrnka jačmeňa až po pohár načapovaného piva. Poľnohospodárstvo je pre nás kľúčovým odvetvím. Udržateľné pestovanie sladovníckeho jačmeňa je alfou a omegou zachovania našej tradičnej pivovárnickej výroby. V HEINEKEN Slovensko kladieme veľký dôraz na kvalitu surovín, keďže práve tie zohrávajú významnú rolu vo výslednej nezameniteľnej chuti nášho piva. Pozornosť upriamujeme čoraz viac smerom k podpore lokálnych farmárov a udržateľnému pestovaniu sladovníckeho jačmeňa a jeho nových odrôd a foriem pestovania, ktoré môžu zmierniť dopad klimatickej zmeny.

Intenzívne sa zameriavate na pozitívny vplyv na spoločnosť. Aké aktivity považujete za najúspešnejšie?

Som hrdý na to, že ako líder na trhu dokážeme ovplyvniť život okolo nás. Naše

podnikanie nemôže prosperovať, pokiaľ nebudeme prinášať úžitok aj pre komunitu, v ktorých žijeme, pracujeme a predávame naše produkty. Je pre nás česť, že môžeme pozitívne vplyvať aj za bránami našej spoločnosti.

V roku 2022 sme sa zapojili do pomoci Ukrajine, ktorá sa ešte stále zmieta vo vojnovom konflikte. Celkovo 105 000 eur sme rozdelili medzi Slovenský Červený kríž, iniciatívu Kto pomôže Ukrajine a Nitriansku komunitnú nadáciu. Svoju pozornosť však upriamujeme na región, kde má naše podnikanie najväčší vplyv. Najznámejšie pivovárnicke mesto na Slovensku sa rozvíja aj zásluhou komunity obyvateľov a dobrovoľníkov, ktorí vedú, čo im v Hurbanove chýba a čo by v ňom chceli a vedeli zlepšiť. Vďaka grantovému programu Tu sme doma môžu svoje nápady dotiahnuť do úspešného konca. Obyvatelia vypracujú a predložia svoje projekty a my im ich pomáhamo zrealizovať. V spolupráci s Nitrianskou komunitnou nadáciou sme za posledných 15 rokov podporili sumou takmer 400 000 eur spolu až 152 projektov v regióne. Cieľom programu je rozvoj mesta a života v ňom. Snažíme sa pozitívne vplyvať aj na našich zamestnancov a viesť ich k spoločenskej zodpovednosti. Motivujeme ich k dobrovoľníctvu a zapájame ich do aktivít prostredníctvom materiálnych zbierok, darovania krvi, podujatia Naše Mesto a množstva ďalších aktivít.

Máte silný program na podporu zodpovednej konzumácie alkoholu. Nie je to v rozpore s cieľom vášho podnikania?

V prvom rade musím povedať, že zdravé a bezpečné správanie pri konzumácii našich alkoholických nápojov je aj našou zodpovednosťou. Pri rozumnom pití sa pivo a ďalšie alkoholické nápoje z nášho portfólia môžu stať súčasťou vyváženého životného štýlu. Sme hrdí pivovárnicami, ktorí sa zaviazali podporovať zodpovednú konzumáciu a znižovať škodlivé pitie alkoholu. Sme presvedčení, že je dôležité, aby boli spotrebiteľia dobre informovaní o alkohole, o našich

produktov a o tom, ako si ich môžu vychutnať rozumným spôsobom. Vždy to zdôrazňujeme na našich obaloch, v reklamách a propagačných akciách a prostredníctvom rozličných partnerstiev. Na podporu zodpovednej konzumácie alkoholu na Slovensku sa zameriava aj naša iniciatíva Rozumne. Naším cieľom je, aby sa umiernená konzumácia stala inšpiráciou pre všetkých. Projektom Rozumne sa naše aktivity v tejto oblasti nekončia. Každý rok investujeme do témy zodpovednej konzumácie alkoholu viac ako 10 % z mediálneho rozpočtu značky HEINEKEN s cieľom podporovať rozumnú konzumáciu alkoholu a vzdelávať spoločnosť.

Naďalej sa sústreďujete na rozširovanie portfólia produktov 0,0 %? Prečo?

Je to jeden z našich kľúčových záväzkov v rámci zodpovednej konzumácie alkoholu. Ako najväčší inovátor na slovenskom trhu tak ponúkame čoraz viac zážitkov z originálnych chutí pre tých, ktorí nemôžu alebo nechcú konzumovať alkoholické varianty piva a radlerov. Aj to je dôvod, prečo od roku 2021 už v našom portfóliu nenájdete alkoholické radlery. Využívame nové príležitosti na trhu a prispôbujeme sa meniacim sa požiadavkám našich zákazníkov. Ako líder na pivnom trhu si dobre uvedomujeme, že predaj našich produktov neurčuje len dopyt, ale aj samotná ponuka a jej alternatívy dokážu ovplyvniť správanie spotrebiteľov. Základom je preto ponúknuť zákazníkovi možnosť výberu a obohatiť to o dostatočne relevantné informácie, ktoré prinášame nad rámec zákonných požiadaviek.

Aké výzvy vás čakajú v najbližšom čase?

Udalosti posledných rokov nám dostatočne ukázali, ako je dôležité byť udržateľný, efektívny, šetrný k energiám a životnému prostrediu. Smerujeme k dosiahnutiu uhlíkovej neutrality vo výrobe do roku 2030. Našu uhlíkovú stopu znižujeme v logistike aj naprieč dodávateľským reťazcom. Dôraz kladieme aj na ochranu vodných zdrojov

a na maximalizáciu cirkulárnej ekonomiky. Našou prioritou zostáva aj naďalej vyrábať vysokokvalitné a udržateľné značky piva, radlerov a cideru a prinášať tak našim priaznivcom jedinečný zážitok. Záleží nám na tom, aby sme boli zodpovední vo vzťahu k našim zamestnancom, komunitám, partnerom, životnému prostrediu a celej spoločnosti. Naším poslanstvom je aj naďalej variť naše pivo s radosťou, lebo veríme, že spoločne strávené chvíle inšpirujú svet k lepšiemu.



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 na Slovensku je súčasťou jednej z najväčších pivovarníckych skupín na svete, HEINEKEN N.V. Spolu so značkou HEINEKEN® patrí do portfólia spoločnosti aj najhodnotnejšia slovenská pivná značka Zlatý Bažant,

ale aj ďalšie silné slovenské značky Corgoň a Kelt, regionálny Martiner a Gemer, Bradáč či známe zahraničné značky Krušovice, Starobrno, Březňák, 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, sme aj v roku 2022 boli lídrom na slovenskom pivnom trhu s trhovým podielom 39,1 %.



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

Práca s pivom nás baví

Sme zanítení 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 dariť sa nám bude vtedy, ak sa bude dariť 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

Prijímame nové výzvy, aby sme napredovali. Vďaka našej predstavivosti, kreativite a odvážnym rozhodnutiam neustále inovujeme naše produkty a postupy.



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 na nasledovné spoločnosti skupiny HEINEKEN na Slovensku:

HEINEKEN Slovensko

HEINEKEN Slovensko Distribúcia

HEINEKEN Slovensko Sladovne

Sme nesmierne hrdí na výsledky, ktoré sme v roku 2022 dosiahli, a zároveň si plne uvedomujeme záväzky a výzvy, ktoré pred nami stoja z pozície zodpovednej spoločnosti a lídra na slovenskom pivnom trhu.



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 vplyvať. Posledná úprava stratégie sa uskutočnila v apríli 2021 a rozdeľuje ciele do troch hlavných pilierov:

Environmentálne

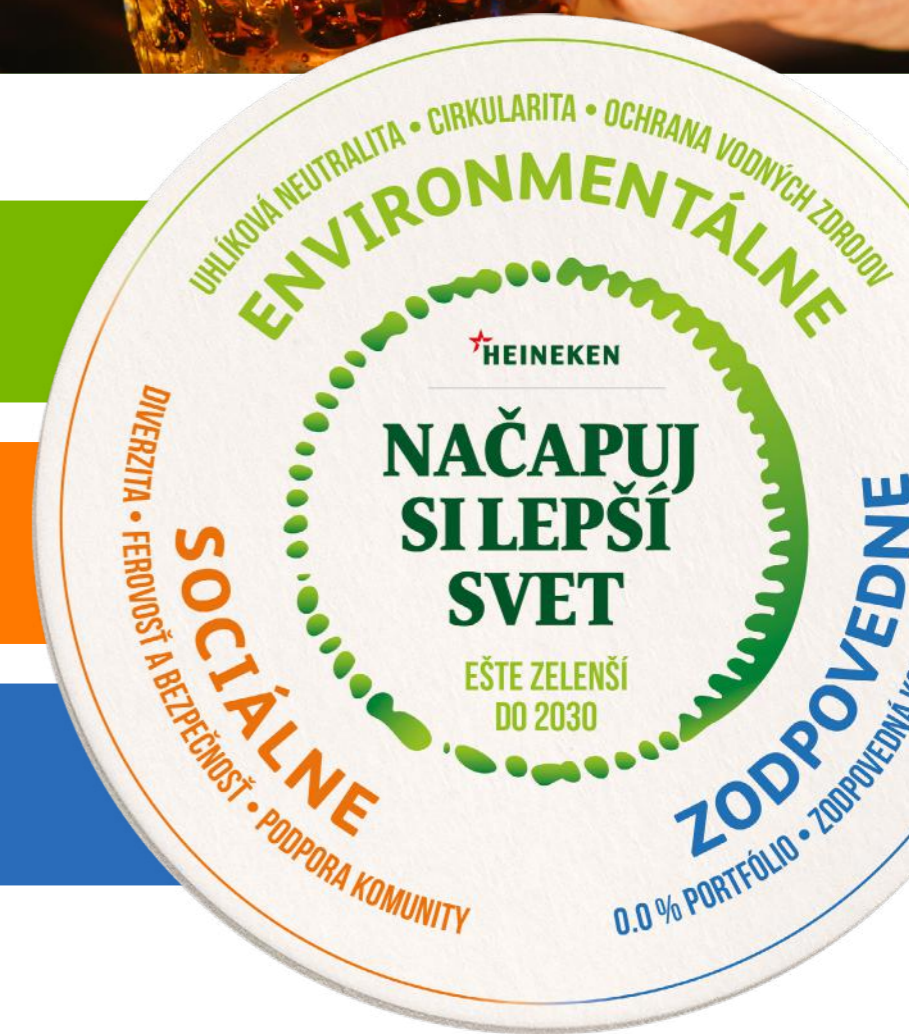
cesta k uhlíkovej neutralite, nulovému odpadu a ochrane vodných zdrojov

Sociálne

cesta k inkluzívnej, bezpečnej, spravodlivej a rovnej spoločnosti

Zodpovedne

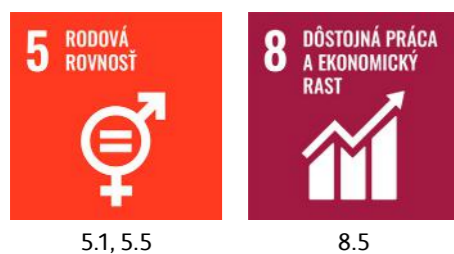
cesta k rozumnej a neškodnej konzumácii alkoholu



Aktualizovaná stratégia prináša ešte **intenzívnejší pokrok smerom k spravodlivejšiemu, silnejšiemu a zdravšiemu svetu**. Zaviazali sme sa ňou prispieť aj k 17 cieľom udržateľného rozvoja OSN¹. Našími aktivitami prispievame konkrétne k nasledovným cieľom²:



V prvom pilieri so zameraním na **životné prostredie** prispievame k štyrom cieľom OSN. Našími aktivitami na minimalizáciu odpadu či efektívnejšiu výrobu prispievame k dosiahnutiu cieľa 12 (Zodpovedná spotreba a výroba). Udržiavaním kvality vody, jej čistením a zodpovednou spotrebou úspešne pomáhame naplniť cieľ 6 (Čistá voda a hygiena). Výmena osvetlenia za efektívnejšie LED svietidlá, postupné zavádzanie obnoviteľných zdrojov energie do výroby, aktívna spolupráca s lokálnymi farmármi pri práci na akčnom pláne zníženia produkcie CO₂, znižovanie skleníkových plynov vo výrobe aj v distribúcii prispievajú k napĺňaniu cieľov Dostupná a čistá energia a Ochrana klímy.



V druhom pilieri, **sociálna udržateľnosť**, sa približujeme k inkluzívnej, spravodlivej a rovnoprávnej spoločnosti iniciatívami ako Women Interactive Network, ktorými podporujeme ženy dosiahnuť ich osobné a profesionálne ciele a podporujeme ich vo vedúcich pozíciách. Takisto sme sa zaviazali k spravodlivému odmeňovaniu všetkých zamestnancov podľa medzinárodného štandardu Fair Wage Network³, ktorého pravidlá aj spĺňame. Týmto a inými aktivitami, o ktorých sa dočítate nižšie, prispievame k napĺňaniu cieľov 5 (Rodová rovnosť) a 8 (Dôstojná práca a ekonomický rast).



Tretím pilierom sa zameriavame na ciele 3 (Kvalita zdravia a života) a 12 (Zodpovedná spotreba a výroba) podporovaním **neškodnej a hlavne rozumnej konzumácie alkoholu**. Zo svojho portfólia sme ešte v roku 2021 úplne vyradili všetky alkoholické radlery. Neustále rozširujeme portfólio produktov 0,00 %, ktoré tvorí už 31 % celkových produktov ponúkaných spoločnosťou HEINEKEN na Slovensku. Zároveň sme vylúčili konzervanty a umelé farbivá a znížili obsah cukru v našich radleroch.

¹ OSN (2015) Ciele udržateľného rozvoja, Dostupné na: <https://sdgs.un.org/goals>. (Pozreté: Apríl 14, 2023).

² Podrobný zoznam cieľov aj s podcieľmi OSN, ktoré pomáhame naplniť, nájdete na strane 42 tejto správy.

³ Fair wage network (n.d.) Dostupné na: <https://fair-wage.com/>. (Pozreté 4. máj 2023).

1. pilier: Environmentálne – Cesta k nulovému odpadu a k uhlíkovej neutralite

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 CO₂e 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 atmosféry⁴.

Zaviazali sme sa aj k čerpaniu 100 % zdrojov jačmeňa a chmeľu z udržateľného poľnohospodárstva do roku 2030.

Udržateľné poľnohospodárstvo šetrí pôdu, vodu, rastlinné a živočíšne genetické zdroje a je z hľadiska životného prostredia nedegradujúce, technicky vhodné, ekonomicky životaschopné a spoločensky prijateľné.⁵

Našou kľúčovou snahou je maximalizovať cirkulárnu ekonomiku. 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 opakovane.⁶



⁴ SBTi CORPORATE NET-ZERO STANDARD (2021) SBTi. Dostupné na: <https://sciencebasedtargets.org/resources/files/Net-Zero-Standard.pdf> (Pozreté: Apríl 18, 2023).

⁵ Building 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).

⁶ Circular economy introduction (2022) Ellen MacArthur Foundation. Dostupné na: <https://ellenmacarthurbuilding.com/ellenmacarthurbuilding-a-common-vision-for-sustainable-food-and-agriculturefoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview> (Pozreté: Apríl 18, 2023).

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 2022 sme s týmto cieľom vykonali nasledovné investície:

1 906 448 eur

↓ **84 043 eur**

Umývačka fliaš (zníženie spotreby vody v pivovare)

Mash filter (zníženie odpadu z výroby)

↓ **62 854 eur**

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

55 330 eur

13 809 eur

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

Rekonštrukcia miesta na zber odpadu v pivovare

216 582 eur

Rekonštrukcia sedimentačnej nádrže na ČOV

1 088 002 eur

48 900 eur

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

Nový sklad v pivovare (stan, úspora CO₂ pri transporte)

230 000 eur

Vratné plastové poháre (náhrada za jednorazové počas festivalov)

69 735 eur

247 130 eur

Presun výroby Krušovic do Hurbanova (úspora CO₂ pri transporte)

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

14 181 eur

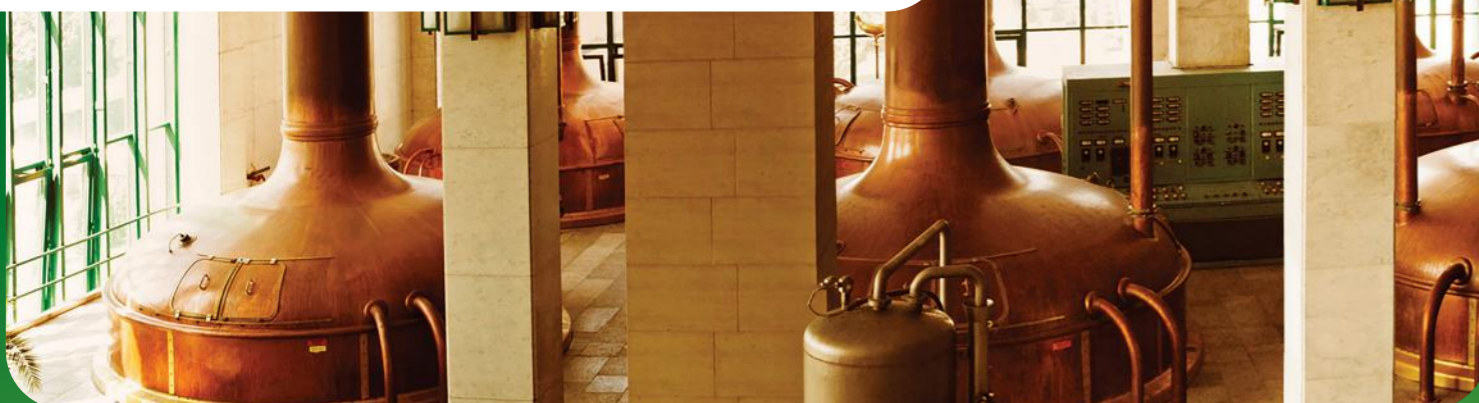
Výmena osvetlenia v HEINEKEN Slovensko distribúcia (HSD) Hurbanovo za LED

31 100 eur

48 820 eur

Výmena osvetlenia v HSD Bratislava za LED

Úprava zariadení na ČOV



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 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 chladienie 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 medzicieleom 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, sa stala 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**.

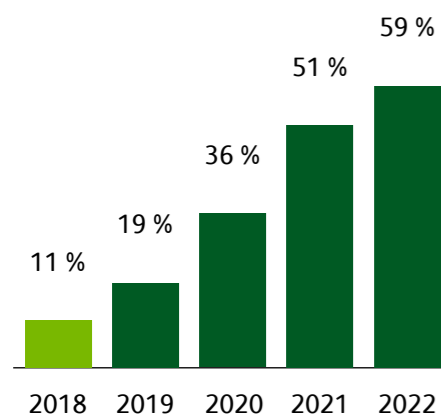
Cieľom projektu je, aby aj naši poľnohospodári hľadali alternatívne spôsoby agrotechniky, a tým **znižovali dopad poľnohospodárstva na globálnu klimatickú zmenu**. Podstatný je aj spôsob, akým naši dodávatelia hospodária a starajú sa o svoje polia, pretože poľnohospodársku udržateľnosť vnímame z pohľadu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

Keďže tieto opatrenia dokážu efektívne znižovať 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. **V roku 2022 dokázala naša sladovňa nakúpiť až 59 % zo 138 000 ton ročnej potreby sladovníckeho jačmeňa z trvalo udržateľných zdrojov**, čo predstavuje nárast o viac než 400 % v porovnaní s rokom 2018 pri rovnakej potrebe jačmeňa. Dosiahnutý výsledok v roku 2022 prekonal aj náš pôvodne plánovaný cieľ (58 %) o 1 percentuálny bod. Výrazným spôsobom tak napredujeme k dosiahnutiu globálneho cieľa spoločnosti HEINEKEN (100 %). Cieľ na rok 2023 sme si zvýšili o 15 percentuálnych bodov – na úroveň 73 % z našej ročnej potreby jačmeňa.



Skvelý výsledok zaznamenávame aj pri nákupe chmeľu. **Takmer všetok chmeľ (97,6 %), ktorý sme v roku 2022 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 Assessment⁷, 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 tak naša sladovňa v Hurbanove v auguste 2022 získala certifikát ISCC EU (International Sustainability and Carbon Certification). Certifikát svedčí o tom, že spĺňame požiadavky ISCC EU na **udržateľnú produkciu biomasy, vysledovateľnosť pôvodu biomasy a dokumentáciu potenciálu úspory skleníkových plynov v porovnaní s fosílnymi palivami** a zároveň požiadavky Smernice o obnoviteľnej energii⁸. 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 2022 pomer nakúpeného jačmeňa **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.

100% jačmeňa na výrobu sladu bolo nakúpeného od lokálnych dodávateľov

Keďže poľnohospodárstvo má aj potenciál pomôcť **adaptovať sa na klimatické zmeny**, lokálnym poľnohospodárom pomáhame prispôbiť sa novým klimatickým podmienkam. Spolu **analyzujeme pôdu** a skúmame, či je bohatá na živiny. Snažíme sa o synergiu medzi pestovateľmi jačmeňa, šľachtiteľmi nových odrôd a nami ako spracovateľmi. Dôraz kladieme na princípy trvalej udržateľnosti, ale aj na efektívnosť pestovania a dosiahnutia potrebnej kvality pre našu sladovňu. Od roku 2015 už takto našlo uplatnenie **šesť nových odrôd jačmeňa**, ktoré sa zaradili na medzinárodnú listinu odrôd HEINEKEN, ktoré by mali byť odolnejšie voči klimatickej zmene.

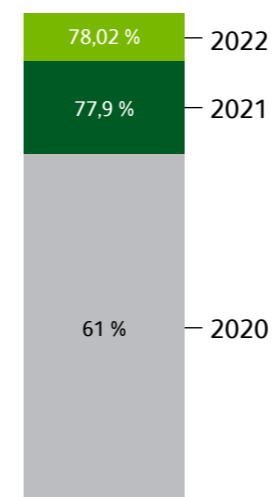
Znižujeme CO₂ vo výrobe

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 2022 sa nám podarilo zrealizovať nasledovné úspešné aktivity, ktorými sme si ďalej znížili uhlíkovú stopu z výroby.



V januári 2022 sme úspešne zrealizovali projekt, vďaka ktorému si budeme v roku 2023 vyrábať tekutý cukor priamo v našom hurbanovskom pivovare. 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 budeme vyrábať požadované množstvo cukru potrebného pri výrobe radlerov a ciderov. Vlastnou výrobou **ušetríme približne 30 % CO₂** oproti preprave rovnakého objemu tekutého cukru do pivovaru.

Zachytávame oxid uhličitý pri kvasení a vraciame ho opätovne do výroby cez rekuperáciu. Od roku 2020 sme výrazne pokročili a za dva roky sa nám podarilo zvýšiť spotrebu CO₂ z rekuperácie o 17 %.



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 2022 vyrobili až **5,09 %** našej celkovej spotreby. Chceme **zvyšovať podiel obnoviteľnej energie** v našej celkovej spotrebe, a tak postupne investujeme do obnoviteľných zdrojov energie. V rámci globálneho projektu HEINEKEN postavil v roku 2022

vo Fínsku veterný park a solárny park v Taliansku, z ktorých plánuje HEINEKEN Slovensko čerpať elektrickú energiu pre svoju výrobu. **V roku 2023 by mali teda pivovar a sladovňa v Hurbanove čerpať už 100 % svojej elektrickej energie z obnoviteľných zdrojov.**

Znižujeme CO₂ v distribúcii

Na znižovanie uhlíkovej stopy myslíme i počas samotného prevozu našich pív k zákazníkom a partnerom, ako aj pri ich uskladnení. Produkty, ktoré v pivovare Hurbanovo vyrobíme, prepravujeme po efektívne plánovaných trasách. V rámci logistiky minimalizujeme využitie prepravy zo zahraničia a aj vďaka tomu znižujeme množstvo vyprodukovaného CO₂. V roku 2022 sme v preprave **vyprodukovali 1,86 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 2022 najazdil 96 852 km, čo predstavuje **úsporu 8 885 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. Koncom roka 2022 sa v rámci digitalizácie pripravoval projekt **depapierizácie** našich distribučných skladov a do praxe ho zavádzame od roku 2023.

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 chlórfluorované uhľovodíky. Pri výrobe chladničiek sa používa aj recyklovaný materiál a namiesto žiariviek sa využíva LED osvetlenie. Takéto chladničky vyprodukurujú o **55 % menej uhlíka** ako tie, ktoré boli zakúpené pred rokmi. Do roku 2027 budú 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.



⁷Farm Sustainability Assessment (2023) SAI platform. Dostupné na: <https://saipatform.org/fsa/> (Pozreté: Máj 10, 2023)

⁸SMERNICA 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. Po skončení životnosti prejdú všetky zariadenia ekologickou, certifikovanou likvidáciou.

V rámci znižovania spotreby materiálov v kancelárií sme zaviedli nasledovné opatrenia:

- A** Nasadenie outsourcingu tlače (pay-per-page)
- B** Vymedzenie tlačových serverov na čiernobielu tlač a farebnú tlač
- C** Prednastavenie obojstrannej tlače
- D** 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 správcu 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 sme podporovali od prvého momentu, a to napriek tomu, že sme si uvedomovali, že nás to bude stáť našu energiu a určite aj nejaké finančné prostriedky. Museli sme sa na toto obdobie pripraviť a upraviť naše obaly a dôverovať, že to spoločne zvládneme.

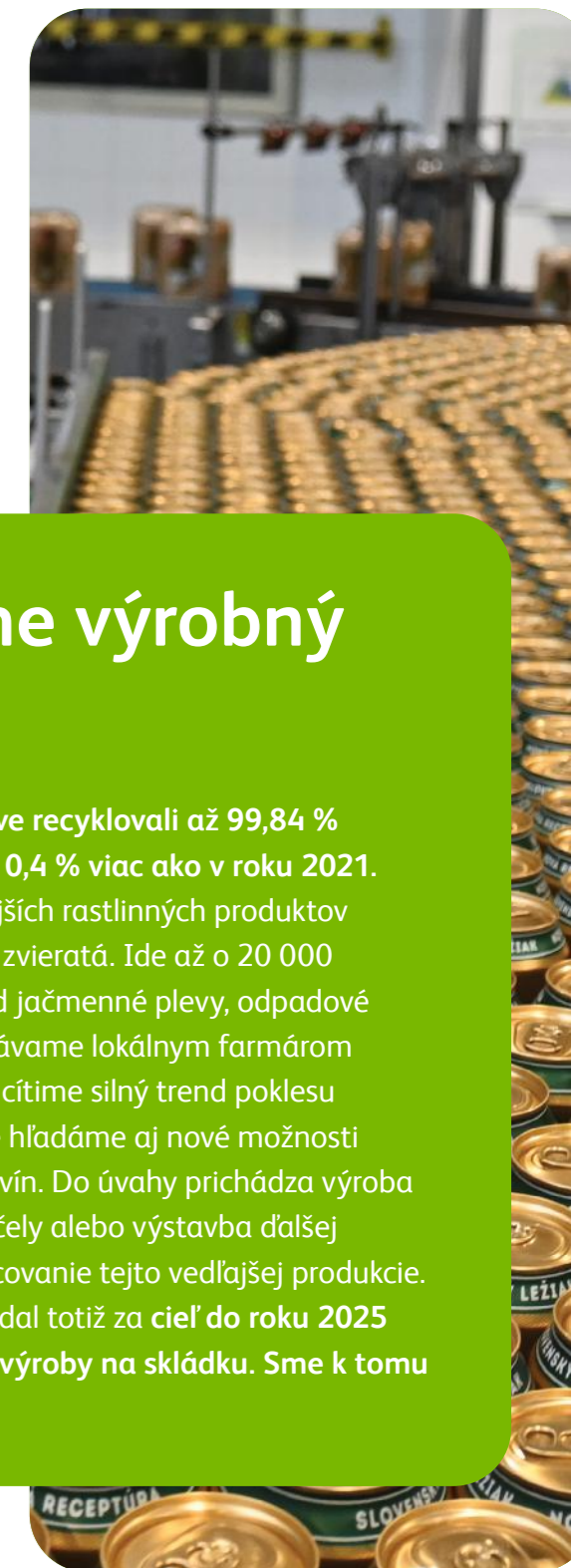
A ako to po prvom roku fungovania hodnotíme?

Hrdo si dovoľme povedať, že **na Slovensku máme jeden z najefektívnejších systémov zálohovania na svete**. Spoľahlivý a plne funkčný od prvého momentu. Postavili sme sa k tomu zodpovedne ako výrobcovia, tak aj spotrebitelia.

Zálohový systém je v súčasnosti jeden z ideálnych príkladov princípov cirkularity v praxi. Procesne zabezpečí vrátenie obalov späť do obehu a z odpadu sa stane materiál na nový obal. Vedľajším efektom je zníženie CO₂. 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. Pri súčasnej viac ako **70 % návratnosti⁹**

všetkých jednorazových obalov uvedených na trh vieme využiť späť na výrobu obalov okolo **65 – 67 % materiálu**. Rozdiel sú straty v procese spracovania v triediacom centre správcu a vo výrobe recyklátora.

Celkovo si HEINEKEN Slovensko uplatnil v roku 2022 opciu na odkúpenie **1 400 ton** použitých plechoviek, čím zásadne prispeje k zvýšeniu recyklovaného podielu v plechovkách a hlavne **ušetrí viac ako 8 600 ton CO₂**, ktorý by vznikol pri výrobe primárneho hliníka. Vrátiť recyklovateľné obaly do obehu je našou nenahraditeľnou úlohou v rámci trvalej udržateľnosti celého produkčného procesu. Zároveň však nezabúdame na triedenie ostatného odpadu, čím pomáhame menej zatažovať životné prostredie.



Recyklujeme výrobný odpad

Minulý rok sme v Hurbanove recyklovali až **99,84 % výrobného odpadu**, čo je o **0,4 % viac ako v roku 2021**. 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. Do úvahy prichádza výroba produktov na energetické účely alebo výstavba ďalšej bioplynovej stanice na spracovanie tejto vedľajšej produkcie. **Náš hurbanovský pivovar si dal totiž za cieľ do roku 2025 nevyvážať žiaden odpad z výroby na skládku. Sme k tomu už naozaj blízko.**

⁹Tento údaj vychádza z dát Správcu zálohového systému.

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):

19 %

V minulom roku sa nám podarilo znížiť hrúbku nepotlačenej fólie plechoviek z 55 µm na 45 µm, čo predstavuje úsporu 19 %

28,61
ton plastu

V roku 2022 sa nám takto podarilo ušetriť 28,61 tony plastu



Neustále zvyšujeme aj podiel **recyklátu** v našich obaloch, 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	36,90 %
Podiel recyklátu v „tray“ ¹⁰	100 %
Podiel recyklátu v rôznych druhoch kartónu používaného pri výrobe a exporte pív	73 % - 91 %
Podiel recyklátu v zmršťovacej fólii (nepotlačená a potlačená)	50 %

¹⁰ 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 3,20 hektolitra vody na jeden hektoliter vyrobeného piva. Naším cieľom je znížiť túto hodnotu do roku 2030 na **2,9 hektolitra vody na jeden hektoliter vyrobeného piva**.

Tento cieľ sa nám podarí dosiahnuť vďaka investíciám do technológie. V posledných rokoch sme vymenili plechovkovú linku, nainštalovali nový paster, plnič a jednu z posledných realizovaných investícií bola inštalácia novej umývačky fliaš.

Znižujeme aj spotrebu vody v našej sladovni. V roku 2022 sme priemerne spotrebovali **3,4 hl vody na tonu vyrobeného sladu**. Pre konflikt na Ukrajine a infláciu sme boli nútení nakúpiť jačmeň, ktorý nebol úplne v súlade s našimi kvalitatívnymi parametrami, čo malo za následok potrebu namáčať jačmeň viackrát ako v minulosti, a tým aj väčšiu spotrebu vody. V roku 2023 si dávame za cieľ znížiť túto priemernú spotrebu na **3,37 hl** 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. Vyviera 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 chmelom je základom pre výrobu našich pív.



Cieľ	KPI	KR22	KR23	KR25	Global 2030
Nulové (Net-zero) emisie vo výrobe do roku 2030	% zníženie kgCO2 vo výrobe v porovnaní s rokom 2018	+16%	-12,3%		-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	KgCO2/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 priemernú spotrebu vody na 2,9 hl/hl vyrobeného piva celosvetovo	Spotreba vody hl/hl vyrobeného nápoja	3.2	3.05		2.9
Do roku 2025 nulový odpad na skládkach pre všetky naše výrobné závody ²	% odpadu na skládku - pivovar	0.13%	0.1%	0	
	% odpadu na skládku - sladovňa	0.03%	0.05%		

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.

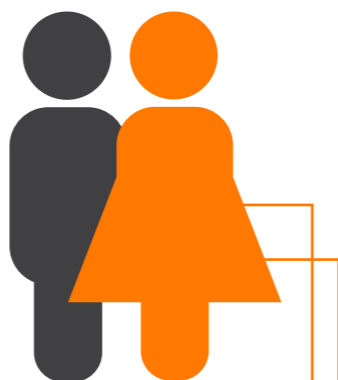


Podporujeme inkluzívnu a rôznorodú spoločnosť

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 37 % a takmer 17 % žien je vo vrcholovom manažmente



2030

40 %

2025

30 %



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

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

V roku 2022 sme pomocou e-learningu vyškolili väčšinu manažérov a manažérky v oblasti vedenia inkluzívneho a rôznorodého tímu. V roku 2023 budú tieto školenia prebiehať osobne a absolvujú ich všetci riadiaci pracovníci.

Chceme tvoriť globálny rôznorodý tím, a tak sme sa zaviazali mať v každom regióne aspoň 65 % tímu vedúceho pobočky 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. Podľa OECD bol v roku 2021 v Európskej únii rodový mzdový rozdiel 10,6 %, zatiaľ čo na Slovensku to bolo 11,7 %¹¹. 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 **rovnej 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. Neustále inovujeme a investujeme čas aj financie do zlepšovania bezpečnosti našich zamestnancov a zamestnankýň.

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

V roku 2022 sme podnikli napríklad nasledovné aktivity:



Zavedenie inovatívneho systému detekcie chodcov pre vysokozdvížne vozíky v našej výrobe, čím sme prispeli k ešte bezpečnejšiemu prostrediu.

Počas pandémie COVID-19 sme našim zamestnancom a zamestnankyniam pomocou internej komunikácie pravidelne poskytovali prehľad aktuálne platných opatrení a vývoja pandemickej situácie prostredníctvom newslettera **COVID AKTUALITY**.

Zabezpečili sme webináre s lekármi a výživovými poradcami na témy, ako sa najlepšie chrániť pred ochorením COVID-19 či ako si najlepšie posilniť svoj imunitný systém. Zamestnancom a zamestnankyniam sme distribuovali aj vitamíny a poskytli bezplatné testovanie. Nezabudli sme ani na tému, ako rozlíšiť dezinformácie, ktoré mohli vážne ohroziť zdravie nás všetkých.

Našu pozornosť a energiu sme súbežne s uvoľňovaním opatrení počas roka 2022 začali presúvať inam. Pokračujeme však v distribúcií vitamínov a zameriavame sa na psychické zdravie zamestnancov. Posilňujeme „wellbeing“ aktivity spoločnosti a postupnými krokmi sme sa vrátili k užívaniu si našej firemnej kultúry a osobného kontaktu.



Starostlivosť o psychické zdravie

Fyzické zdravie je rovnako dôležité ako psychické. V HEINEKEN Slovensko je duševná pohoda všetkých zamestnancov a zamestnankýň našou prioritou. Preto sme v roku 2021 spustili bezplatnú 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 2022. 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 2022 absolvovalo 157 našich kolegýň a kolegov spolu 878 hodín tréningov defenzívnej a bezpečnej jazdy.**



¹¹ OECD (2023), Gender wage gap (indicator). doi: 10.1787/7cee77aa-en, <https://data.oecd.org/earnwage/gender-wage-gap.htm> (Pozreté 4. máj 2023)

Pozitívny vplyv na komunity

„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.“

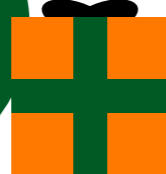
Ako líder na trhu si uvedomujeme, že dokážeme ovplyvniť život okolo nás. Naše podnikanie nemôže prosperovať, pokiaľ nebudú prosperovať aj komunity, v ktorých žijeme, pracujeme a predávame naše produkty. Je pre nás česť, že môžeme pozitívne vplyvať aj za bránami našej spoločnosti. Naším cieľom je pokračovať v podpore komunít 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 2022 investovali na podporu komunity, bola 217 747 eur. Celkovo 20 % našich zamestnancov a zamestnankýň sa podieľalo na firemnom dobrovoľníctve, ktorým sa investované financie pretavili do konkrétnych projektov na podporu komunity.



217 747 eur
na podporu komunít



20 %

zamestnancov
podieľajúcich
sa na dobrovoľníctve



v miestnych komunitách. Program tak priamo odzrkadľuje poslanie spoločnosti „S radosťou varíme naše pivo, lebo veríme, že spoločne strávené chvíle inšpirujú svet k lepšiemu“ a súbežne aj jednu z jej 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.

Každoročne vyhlasujeme výzvy s ohľadom na aktuálne potreby obyvateľov. Počas uplynulých 15 rokov sme spoločne dokázali urobiť obrovský kus práce. Za toto obdobie sme podporili sumou takmer **400 000 eur spolu 152 projektov** v regióne.

15 rokov

400 000 eur

152 projektov



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 15 rokov. Obyvatelia vypracujú a predložia svoje projekty a my im ich pomáhame realizovať. **Prostredníctvom dlhodobej realizácie tohto programu** sa spájajú ľudia s podobnými záujmami a vytvárajú priestor na budovanie dobrých vzťahov

Grantový program TU SME DOMA v roku 2022

Cieľom programu v roku 2022 bolo podnikieť a podporiť vzájomnú spoluprácu aktívnych ľudí mesta Hurbanovo v oblasti ochrany životného prostredia, zlepšenia jeho kvality a udržateľnosti v troch základných témach – voda, znižovanie odpadov, znižovanie uhlíkovej stopy – a zároveň podporiť rozvoj komunity v meste Hurbanovo.

V roku 2022 boli v rámci grantového programu vyhlásené dve výzvy.

V rámci prvej výzvy bolo podporených a zrealizovaných osem projektov v celkovej sume 22 494 eur. Víťazné projekty vyberala hodnotiacia komisia zložená zo zástupcov spoločnosti HEINEKEN Slovensko, a. s., a zástupcov mesta Hurbanovo.



Zoznam podporených projektov:

- | | | | |
|---|--|---|--|
| 1 | Lesná pedagogika – Poľovnícke združenie Zelený Háj | 5 | Babičkina záhrada – Staviteľ, n. o. |
| 2 | Oddychujeme pri vode a v prírode – Slovenský rybársky zväz – miestna organizácia | 6 | Zelená oáza – Materská škola Nový diel 50, Hurbanovo |
| 3 | Zeleňou do ďalšej storočnice – neformálna skupina občanov mesta Hurbanovo | 7 | EkoEdu – Základná škola Nám. Konkolyho-Thege č. 2, Hurbanovo |
| 4 | Záhrada nielen pre autistov – „SOS“ ZSS Hurbanovo, Špecializované zariadenie | 8 | Čistý šport a čisté mesto – MŠK Hurbanovo |



V rámci druhej výzvy sme podporili mestský projekt v hodnote 15 000 eur. Mesto Hurbanovo s finančnou podporou spoločnosti HEINEKEN Slovensko, a. s., v spolupráci s Nitrianskou komunitnou nadáciou zrealizovalo projekt s názvom **Osvetlenie náučného chodníka solárnymi svetlami**.

Cieľom projektu bolo podporiť športové a náučné aktivity pre verejnosť, zvýšiť atraktivitu prostredia, eliminovať úrazy a zároveň psychologicky pôsobiť na pocit bezpečia občanov mesta. V rámci projektu bolo osadených 41 LED svetiel so zabudovaným solárnym panelom a nabíjateľnou batériou na náučnom chodníku v Hurbanove. Svetidlá za zníženej viditeľnosti svetla v šetriacom móde a reagujú na pohyb po chodníku rozsvietením do 100 % svojej svietivosti. Celková dĺžka osvetleného chodníka je 1 157 metrov, čo predstavuje 3 539 m². Popri chodníku sa osadila aj informačná tabuľa, kde si občania môžu prečítať o mykologických zaujímavostiach z okolia Hurbanova. V rámci realizácie projektu boli zapojení aj dobrovoľníci, ktorí sa podieľali na úprave okolia a pomáhali pri jeho revitalizácii.

Pomáhame vojnu zasiahnutej Ukrajine



V roku 2022 sme sa venovali aj pomoci ľuďom utekajúcim pred vojnou na Ukrajine, kde sme vyčlenili finančné prostriedky vo výške 100 000 eur na podporu prostredníctvom iniciatívy Kto pomôže Ukrajine. Ďalších 5 000 eur s rovnakým cieľom posielame aj Nitrianskej komunitnej nadácii, ktorá svoju pomoc ľuďom z Ukrajiny lokalizuje na kraj, kde má HEINEKEN svoj pivovar a sladovňu. Spoločnosť taktiež darovala chladničky na uskladnenie potravinovej pomoci a notebooky.



Na podporu ľudí zasiahnutých touto absurdnou vojnou spoločnosť HEINEKEN globálne poskytla spolu viac ako 1 milión eur na účely potrebnej humanitárnej pomoci. Táto pomoc je určená pre miestne mimovládne organizácie primárne na Slovensku, v Poľsku, Rumunsku a Maďarsku. Časť z uvedenej sumy, 300 000 eur, bola venovaná organizácii Habitat for Humanity, ktorá od roku 1992 podporuje potreby rodín v strednej a východnej Európe.

Spoločnosť sa rozhodla priamo podporiť aj vlastných zamestnancov a zamestnankyne, ktorí aktívne utečencom z Ukrajiny pomáhajú.

Zamestnanci a zamestnankyne môžu získať nasledujúce príspevky a dni voľna:

1 500 €



Jednorazový príspevok 1 500 eur na náklady spojené s relokáciou rodinných príslušníkov na Ukrajine + päť dní voľna navyše potrebných pri pomoci s relokáciou.

500 €



Jednorazový príspevok 500 eur na náklady spojené s ubytovaním odídencom vo vlastnej nehnuteľnosti + dva dni voľna.

2 dni



Dva dni voľna spojené s inou dobrovoľníckou činnosťou na pomoc utečencom pre všetkých zamestnancov a zamestnankyň, ktorí prejavia záujem.

Zdravotníkom sme venovali 2 022 litrov nealko piva

Rok 2022 sme odštartovali skutočne symbolicky. Presne 2 022 litrov našich 0,00 % produktov putovalo do vybraných slovenských nemocníc s červenými (Covid) zónami a vakcinačného centra. Takouto formou sme sa poďakovali zdravotníkom, ktorí sú už dva roky nasadení v boji proti pandémie. Celkovo sme od začiatku pandémie podporili našimi produktmi viaceré zložky v prvej línii – zdravotníkov a nemocnice, ako aj šoférov autobusov či policajtov.

Ďalšie verejnoprospešné aktivity

Zbierka šatstva

Dvakrát sme zorganizovali zbierku šatstva pre ľudí bez domova. Spolu sa vyzbieralo 75 vriec s celkovým objemom viac ako 11 000 litrov. Zozbierané šatstvo putovalo organizáciám **Centrum pre deti a rodiny Nitra**, **Centrum pre deti a rodiny Sereď**, **Liga za ľudské práva (Bratislava)**, **Detský fond Slovenskej republiky (Bratislava)**, **DOMOV SV. JÁNA Z BOHA, n. o. (Bratislava)**

Giving Tuesday

Každoročne sa zapájame aj do aktivity Giving Tuesday organizovanej prostredníctvom Nadácie Pontis. V roku 2022 sme v rámci tohto podujatia zorganizovali novú aktivitu s cieľom darovania krvi priamo v našom hurbanovskom pivovare, na ktorej sa zúčastnilo 18 našich kolegýň a kolegov.

V rámci Giving Tuesday sme po prvýkrát zorganizovali aj podujatie s názvom Daruj Vianoce, prostredníctvom ktorého sme zorganizovali škatulkovú zbierku pre ľudí žijúcich v zariadeniach pre seniorov

v Hurbanove. V tejto zbierke sa nám podarilo vyzbierať 45 krásnych škatuliek, ktoré sme venovali seniorom v zariadení Smaragd v Hurbanove. Podujatie sme v roku 2022 organizovali premiérovu a vzhľadom na jeho úspech v ňom plánujeme pokračovať.



Naše Mesto

Každoročne sa zúčastňujeme na najväčšom firemnom dobrovoľníckom podujatí na Slovensku – Naše Mesto, organizovanom prostredníctvom Nadácie Pontis. V roku 2022 skrášilo 51 našich kolegov a kolegyň tri lokality na Slovensku: upravili sme okolie Klubu dôchodcov v hurbanovskej mestskej časti Zelený Háj, skatepark nízkoprahového centra KASPIAN v Petržalke a ihrisko materskej školy v Košiciach.



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.

Materiálne darcovstvo

V uplynulom roku sme venovali 10 ks použitých notebookov Základnej škole Nábřežnej v Nových Zámkoch a Odbornému učilištiu internátnemu v Palárikove. Tieto notebooky ešte plnohodnotne poslúžia školám pri vzdelávaní ich študentov a zároveň sme ich opätovným použitím zabránili produkcii zbytočného odpadu. Pomôžeme tak študentom a životnému prostrediu.

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 z lokálnych zdrojov	% 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	45 000 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. Zodpovedne – cesta k rozumnej konzumácii alkoholu

Je pre nás prioritou, aby sme šíрили 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 0,00 % verziu minimálne dvoch značiek na trhu.

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



NÁRAST 0,00 % PORTFÓLIA

Jedným z našich kľúčových záväzkov je neustále rozširovanie portfólia produktov 0,00 %. 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 2022 výlučne bez alkoholu. V roku 2022 sme uviedli na trh tri novinky s nulovým obsahom alkoholu: **Zlatý Bažant Radler 0,00 % Svieže Jablko**, **Zlatý Bažant Radler 0,00 % Svieži Pšeničný citrón**, **Zlatý Bažant 0,00 % Pšeničné**.

V roku 2022 predstavovalo portfólio nealkoholických produktov už **28 % podielu** celkového produktového portfólia HEINEKEN na Slovensku a **32 % 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 ďalšou témou, ktorú nepodceňujeme. V roku 2022 sme spustili globálnu iniciatívu, v rámci ktorej chceme posilniť edukáciu o tejto téme. Koncom roka 2022 sme začali s úpravami dizajnov všetkých našich značiek na svete (vrátane Slovenska), v rámci ktorej do konca roku 2023 bude na všetkých obaloch našich produktov umiestnený **QR kód** s odkazom na informácie k tejto téme. V roku 2022 sme takto upravili päť produktov, ktoré majú najväčšie zastúpenie z pohľadu podielu predaja.



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®

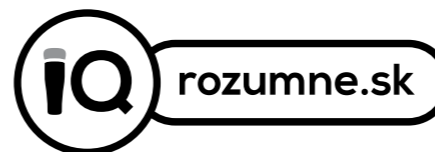
Všetky naše primárne a sekundárne obaly, komunikačné materiály a tovar na miestach konzumácie obsahujú logo Enjoy HEINEKEN Responsibly, a to na celom svete rovnako. To znamená, že heslo Vychutnajte si HEINEKEN® zodpovedne sa nachádza na stovkách miliónov fliaš, plechoviek, podnosov, podpivníkov atď., 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 0,00 % segmentu, značka **Zlatý Bažant 0,00 %**, ponúka svojim spotrebiteľom vhodnú alternatívu k bežným sladeným nápojom, keďže radlery 0,00 % 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 2022 až 50 % našich radlerov obsahovalo pod päť gramov 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 **viest' spoločenský dialóg a edukovať o zodpovednom prístupe k alkoholu**. Na projekte spolupracujeme s odborným garantom nízokoprahovým **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 prevenčných**

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

Kampaň Rozumne v roku 2022

V rámci komunikačnej kampane v roku 2022 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, v roku 2022 sa stali rodičia ústrednou myšlienkou priebehu kampane. Kampaň sme postavili na podakovani 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 herec Vlado Kobielsky, speváčka Mária Čírová, televízna moderátorka Kveta Horváthová, influencerka a lekárka Alexandra Mamová.

Výsledky sprievodnej komunikačnej kampane v roku 2022 boli ohromujúce. Kampaň mala dosah na viac ako 3 100 000 ľudí.

Priniesla 65 výstupov v médiách, 30 príspevkov na Instagrame a ďalšie. Návštevnosť webu www.rozumne.sk sa oproti minulému roku strojnásobila a click-through-rate kampane vzrástol dokonca štvornásobne.



Po prvýkrát 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.

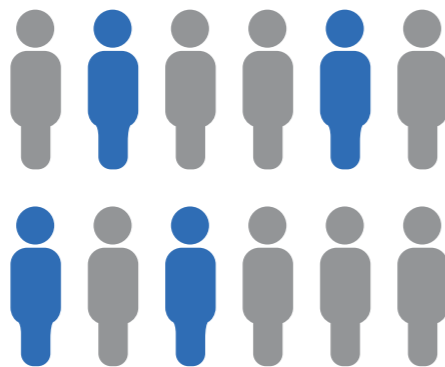
Prednášky pre deti viedol Braňo Jobus, populárny slovenský umelec, ktorý sa téme zodpovednej konzumácie alkoholu venuje dlhodobo. Zároveň píše knihy, spolupracuje so školami, organizuje podujatia a koncerty.

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 prispôbený 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 týchto prednášok sme mohli zhodnotiť, že tento koncept bol úspešný a školy prejavili záujem o ďalšie spolupráce v budúcnosti.

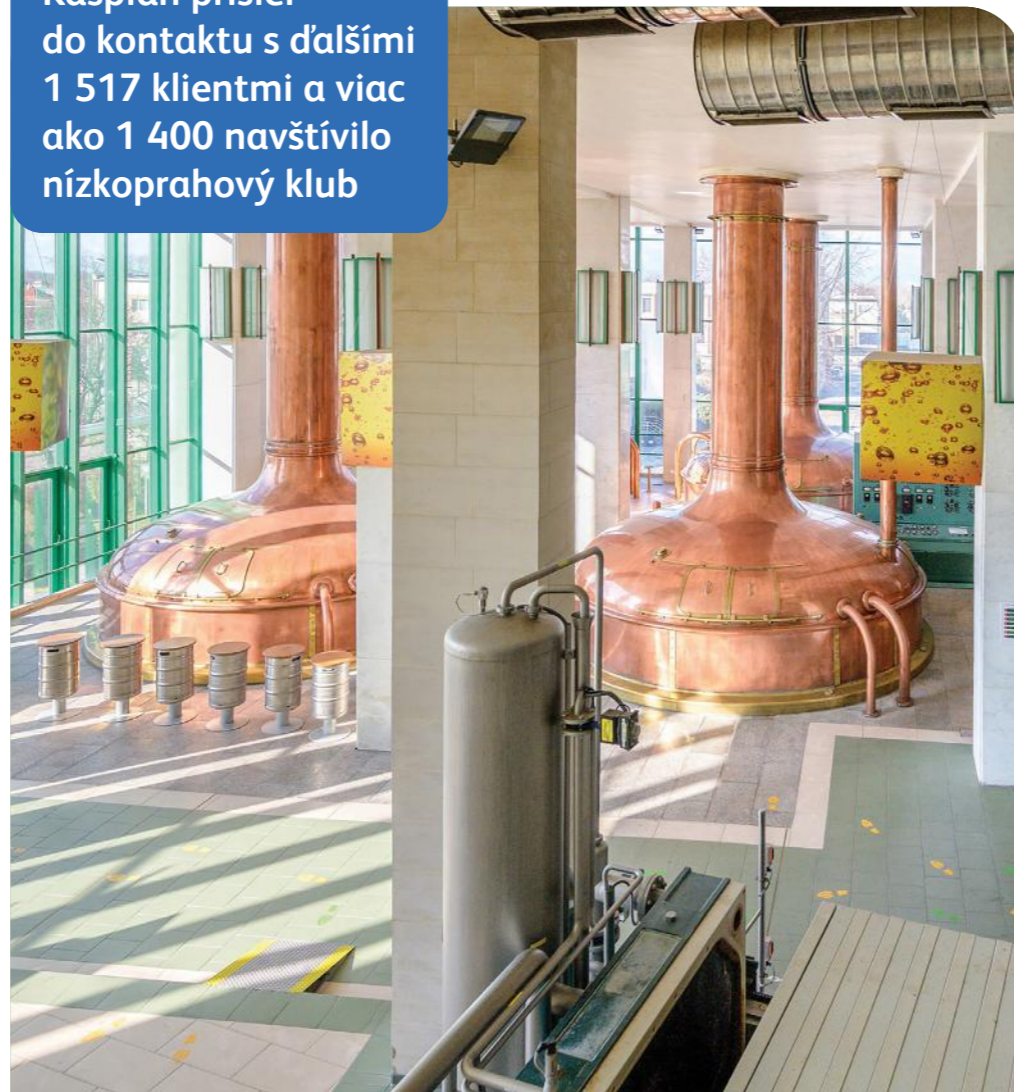
Kľúčovým výsledkom projektu je zvýšenie informovanosti žiakov, ale aj učiteľov a rodičov v rámci predmetnej témy a postupná zmena postoja ľudí k alkoholu. V cieľovej skupine žiakov základných a stredných škôl absolvovalo školenie o zodpovednej konzumácii alkoholu 762 mladých ľudí z 18 škôl v rámci západného Slovenska.



Systematickou terénou prácou Kaspian prišiel do kontaktu s ďalšími 1 517 klientmi a viac ako 1 400 navštívilo nízkoprahový klub



Spolu sme tak v roku 2022 pozitívne ovplyvnili a mali fyzický dosah na takmer 4 000 mladých ľudí v kritickom veku a prostredí



Podporujeme zodpovednú konzumáciu v mediálnej kampani

Projektom Rozumne sa naše aktivity v oblasti zodpovednej komunikácie nekončia. Každý rok investujeme do témy 10 % z mediálneho rozpočtu značky HEINEKEN® s cieľom podporovať zodpovednú konzumáciu alkoholu a vzdelávať spoločnosť. V roku 2022 sme investovali 10,4 % z nášho mediálneho rozpočtu.



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 poslanstvom o striedmej konzumácii oslovili milióny spotrebiteľov na celom svete.

Šport a zdravý životný štýl

Zdravý životný štýl a naše radlery 0,00 % k sebe neodmysliteľne patria. Práve tieto produkty volíme pri podpore podujatí, aby sme zviditeľnili voľbu 0,00 % produktov pri športových aktivitách. Medzi tie najzvučnejšie v roku 2022 určite patrili: Medzinárodný maratón mieru v Košiciach, Národný beh Devín – Bratislava, Beh od Tatier k Dunaju, Martinský beh medikov 2022, 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 2022 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 mala 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 navonok. 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



Index cieľov OSN

Cieľ OSN	Podcieľ	Znenie podcieľa
	3.5	Posilniť prevenciu a liečbu zneužívania návykových látok vrátane zneužívania omamných látok a škodlivého užívania alkoholu
	5.1	Ukončiť všetky formy diskriminácie všetkých žien a dievčat na celom svete
	5.5	Zabezpečiť plnú a efektívnu účasť žien a rovnaké príležitosti na vedenie na všetkých úrovniach rozhodovania v politickom, hospodárskom a verejnom živote
	6.3	Do roku 2030 zlepšiť kvalitu vody znížením jej znečisťovania, zamedzením odhadzovania odpadkov do vody a minimalizáciou vypúšťania nebezpečných chemických a iných látok do vody, znížiť na polovicu podiel nečistených odpadových vôd a podstatne zvýšiť recykláciu a bezpečné opätovné využívanie vody v celosvetovom meradle
	7.2	Do roku 2030 podstatne zvýšiť podiel energie z obnoviteľných zdrojov na globálnom energetickom mixe
	7.3	Do roku 2030 celosvetovo zdvojnásobiť energetickú účinnosť
	8.5	Do roku 2030 dosiahnuť plnú a produktívnu zamestnanosť a zabezpečiť dôstojnú prácu pre všetky ženy a mužov vrátane mladých ľudí a osôb so zdravotným postihnutím a zabezpečiť rovnocennú odmenu za rovnocennú prácu
	12.2	Do roku 2030 dosiahnuť udržateľné hospodárenie s prírodnými zdrojmi a ich účinné využívanie
	12.4	Do roku 2020 dosiahnuť také nakladanie s chemickými látkami a všetkými druhmi odpadu v priebehu celého ich životného cyklu, ktoré je šetrné k životnému prostrediu, v súlade s dohodnutými medzinárodnými rámcami, a významne znížiť ich uvoľňovanie do ovzdušia, vody a pôdy tak, aby sa minimalizovali ich nepriaznivé vplyvy na ľudské zdravie a životné prostredie
	12.5	Do roku 2030 výrazne znížiť produkciu odpadov prostredníctvom prevencie, redukcie, recyklácie a opätovného použitia
	13.1	Vo všetkých krajinách posilniť odolnosť a schopnosť prispôsobiť sa nebezpečenstvám súvisiacim s klímou a prírodnými katastrofami

