

Poštovani/a,

Hvala Vam što ćete izdvojiti vreme da pročitate ovo pismo. Mi, u kompaniji HEINEKEN Srbija verujemo da je održivost sastavni deo našeg poslovanja. U toku 2017. godine ovako smo Stvarali bolji svet.

Investirali smo u smanjenje emisije CO₂

U 2017. godini, zamenili smo našu staru flotu LPG viljuškara (koji koriste tečni naftni gas) novim električnim viljuškarama.

U narednih pet godina značajno ćemo smanjiti troškove, a ono što je najvažnije, smanjićemo emisiju CO₂ naših viljuškara za 50%, odnosno sa 11.3 kg na samo 5.9 kg po satu.



Promovisali smo odgovornu konzumaciju kao poželjan vid ponašanja

U saradnji sa Komitetom za bezbednost saobraćaja i Univerzitetom u Beogradu, održali smo brojne radionice na fakultetima kako bismo promovisali važnost odgovorne konzumacije. Našu međunarodnu kampanju "When You Drive, Never Drink" predstavili smo pred više od 1.000 studenata, koji su imali priliku da učestvuju u različitim aktivnostima, da isprobaju naočare koje simuliraju vid pod dejstvom alkohola, kao i da provere brzinu svojih refleksa na specijalnoj "BATAK Champion Reaction mašini".



Obezbedili smo bezbedan povratak kući posetiocima festivala

"Društvo ko vozi kući?" je jedna od naših najprepoznatljivijih inicijativa u Srbiji. Primarni cilj kampanje je podizanje svesti i edukacija o važnosti odgovorne konzumacije, kao i mogućnost bezbednog dolaska i povratka kući sa najvećih letnjih festivala u Srbiji. U 2017. godini omogućili smo besplatne vožnje taksijem i autobusima u cilju promocije javnog prevoza kao bezbedne alternative ukoliko se konzumira alkohol. U poslednjih pet godina bezbedno smo prevezli više od 200.000 posetilaca najvećih letnjih festivala u Srbiji.



Hvala vam što podržavate naš put ka održivom poslovanju! Kompanija HEINEKEN Srbija ostaće posvećen i pouzdan partner koji neprestano teži ka Stvaranju boljeg sveta.

Viktor Gillhofer

Direktor kompanije HEINEKEN Srbija

Za više informacija posetite: www.heinekensrbija.rs

NAŠA GLOBALNA POSVEĆENOST

Održivost je od suštinskog značaja za HEINEKEN već godinama unazad. Naša globalna ambicija je da Stvaramo bolji svet - od ubranog zrna ječma do poslužene čaše piva. Poštovanje ljudi, planete i napretka ujedinjuje naše globalne brendove.

Fokusirani smo na šest ključnih oblasti na koje možemo najviše da utičemo. Ovo oblikuje naš doprinos u ostvarivanju globalnih ciljeva održivog razvoja UN-a do 2030. godine.

Svakako, napredujemo i na odličnom smo putu da ostvarimo većinu postavljenih ciljeva u okviru strategije Stvaramo bolji svet 2020. još više fokusirani na određene oblasti.

-  **Svaka kap: Zaštita vodenih resursa**
-  **Drop the C: Smanjenje emisije ugljen-dioksida**
-  **Održiva nabavka**
-  **Promovisanje odgovorne konzumacije**
-  **Promovisanje zdravlja i bezbednosti**
-  **Rast i razvoj sa zajednicama u kojima poslujemo**

HEINEKEN Srbija – naš doprinos Stvaranju boljeg sveta

U 2017. godini

obećali smo da ćemo dodatno promovisati odgovornu konzumaciju, i bezbedno smo prevezli više od 50.000 posetilaca festivala



20% manje

U poređenju sa 2016. godinom, smanjili smo potrošnju vode za 20%, na 3.8hl vode za proizvodnju 1hl piva



12 kg CO₂-eq/hl

U odnosu na 2016. dodatno smo smanjili emisiju CO₂, odnosno za 37% od 2009. do danas



100%

frižidera koje smo nabavili u 2017. godini su "zeleni"



150%

smo povećali upotrebu domaćih sirovina u proizvodnji našeg piva od 2010. godine



97%

dobavljača sa kojima sarađujemo posluju u skladu sa našim Pravilnikom poslovnog ponašanja za dobavljače



12%

medijskog budžeta Heineken® je odvojio za kampanje odgovorne konzumacije



1.200 sati

obuke i treninga o bezbednosti, uključujući i 300 sati treninga o bezbednosti na putu u 2017.

U 2018.

predstavićemo našu najveću inovaciju, Heineken® 0.0, kako bismo nastavili sa promovisanjem važnosti odgovorne konzumacije