

Raport de
sustenabilitate
HEINEKEN
România
2023

 **HEINEKEN**

**BREW A
BETTER
WORLD**

RAISE THE BAR 2030



CUPRINS



Raport de sustenabilitate HEINEKEN România 2023

Mesajul Directorului General	1	Despre HEINEKEN	8
Introducere	3	Strategia noastră de sustenabilitate	15
Performanța noastră în cifre	4		
Despre raport	5		

Brew a Better World

Mediu	16	Consum responsabil	32
Net Zero emisii de CO2	17	Alegeri responsabile	33
Circularitatea ambalajelor și gestionarea deșeurilor	19	Adresarea consumului dăunător de alcool	35
Managementul apei	22	Promovarea consumului moderat	37
Social	24	Principiile HEINEKEN	38
Diversitate, echitate și incluziune	25	Standardul de conduită HEINEKEN	39
Mediu de lucru corect și sigur	27	Respectarea drepturilor omului	40
Angajamentul față de comunități	31	Taxonomie	41
		Index GRI	43



Mesaj din partea Directorului General

În numele companiei HEINEKEN România, vă prezint cel mai recent raport de sustenabilitate în care am inclus rezultatele **strategiei noastre de sustenabilitate Brew a Better World** obținute în anul 2023.

Știm că evoluția companiei noastre este strâns legată de bunăstarea planetei, a oamenilor și a comunităților în care ne desfășurăm activitatea. La nivel global observăm că economia suferă o transformare continuă pentru a deveni mai rezilientă în fața schimbărilor climatice care afectează nu doar calitatea vieții, ci și viabilitatea unei planete sănătoase pentru generațiile viitoare.

Pentru a face față acestor transformări, strategia de sustenabilitate **Brew a Better World** a Grupului HEINEKEN a devenit un pilon important al strategiei noastre de business **Evergreen** și este integrată în toate operațiunile noastre locale. Facem pași fermi către obiectivele pe care ni le-am asumat, rămânând dedicați acestei călătorii, precum și transparenței față de consumatorii, partenerii noștri și angajații noștri, prin publicarea acestui raport.

În anul 2023 am continuat să obținem rezultate în toate cele trei arii ale strategiei noastre de sustenabilitate: Mediu, Social și Consum responsabil.

★ **Mediu: reducerea emisiilor de CO₂, a consumului de apă și a impactului ambalajelor noastre**

Pentru pilonul Mediu, ambiția Grupului HEINEKEN este de a ajunge la Net Zero* emisii de carbon până în 2040 în întregul lanț valoric. Ca obiectiv intermediar, Grupul și-a propus ca până în 2030 să ajungă la Net Zero emisii de carbon în Scope 1 și 2 (operațiuni), să reducă emisiile FLAG (păduri, terenuri și agricultură) din Scope 3 cu 30% și emisiile non-FLAG cu 25% și ca energia folosită să provină din 100% surse regenerabile.

Pentru a contribui la atingerea acestor obiective, în HEINEKEN România am îmbunătățit procesele din fabricile noastre din Ungheni, Miercurea Ciuc și Craiova și am obținut o reducere de - 5,47% energie electrică și - 14% energie termică și am început să înlocuim stivuitoarele cu GPL cu modele electrice.

În plus, am optimizat transportul produselor noastre, am înlocuit frigidere mai vechi cu unele din clasă energetică C, am continuat să achiziționăm mașini "mild hybrid" și să renunțăm la mașinile diesel, ajungând la un procent de 15% mașini diesel la final de an.

Tot pentru a ne reduce impactul asupra mediului, ne-am concentrat pe **reducerea consumului de apă**. Ne-am propus ca până în 2030 să ajungem la un consum mediu de 2.9 hl apă/hl bere. În anul 2023 am luat o serie de măsuri în fabricile noastre și am obținut o reducere de - 11,68% față de 2022, ajungând la un consum de 3.13. hl/hl.

O altă direcție a strategiei noastre vizează **circularitatea ambalajelor noastre și reciclarea deșeurilor**. Am început proiectele care presupun folosirea materialelor reciclate în PET-urile noastre și introducerea capacelor care rămân atașate de sticle, conform legislației în vigoare.

Împreună cu marile companii din industria berii din România, am contribuit la înființarea Sistemul Garanție Returnare (SGR), cel mai mare proiect de economie circulară din România, oferind sprijin financiar și fiind unul dintre fondatorii RetuRO, compania care administrează sistemul.

În plus, am luat o serie de măsuri prin care am redus cantitatea de ambalaje și materiale folosite: am redus cu 18% greutatea ambalajelor din sticlă pentru unul dintre produsele noastre, am redus greutatea capselor metalice



Thibaut Boidin, Managing Director, HEINEKEN România

“Sustenabilitatea se află la baza activității HEINEKEN România, fiind integrată în strategia noastră de afaceri EverGreen. Investim constant în proiecte care ne ajută să ne îmbunătățim performanța în domeniul sustenabilității și nu ne vom opri aici. Ne angajăm să continuăm această călătorie către atingerea obiectivelor strategiei noastre de sustenabilitate Brew a Better World pentru cei trei piloni - Mediu, Social și Consum responsabil.”



Mesaj din partea Directorului General

utilizate la toate produsele ambalate în sticlă, am înlocuit o serie de ambalaje din carton cu unele care utilizează mai puțin material și am eliminat eticheta din spatele sticlelor pentru brandurile noastre locale. Ne-am atins țintele de reciclare a ambalajelor introduse pe piață în anul 2023 și am trimis către reciclare peste 96% din deșeurile generate în fabricile noastre.

★ **Social: oportunități egale pentru colegii noștri, un mediu de lucru sigur și incluziv și susținerea dezvoltării economice locale**

În anul 2023, a fost o prioritate pentru noi ca toți colegii noștri să beneficieze de oportunități egale, să nu existe discrepanțe între salariile oferite bărbaților și femeilor și să oferim un pachet salarial corect, care să răsplătească eforturile colegilor noștri. În plus, 33% dintre pozițiile de senior management au fost ocupate de femei. Pentru a promova principiile diversității, echității și incluziunii, am implementat o serie de inițiative și toți managerii noștri au fost participat la cursul de Leadership inclusiv.

Siguranța colegilor noștri a fost pe primul loc și ne-am asigurat că toți colegii noștri își desfășoară activitatea într-un mediu de lucru sigur și am implementat diverse acțiuni în acest sens.

Ne-am propus să susținem și o serie de inițiative din comunitățile în care se află fabricile noastre. Pentru a face acest lucru, pe lângă contribuția noastră la economia locală, am colaborat cu mai multe organizații non-guvernamentale, oferindu-le un sprijin de peste 400.000 de euro. Am susținut echipe sportive de tradiție din cele trei comunități în domenii precum fotbal, hochei pe gheață, ciclism și am contribuit la organizarea principalelor evenimente locale.

Pentru a susține dezvoltarea partenerilor locali și a contribui la dezvoltarea economică locală, am produs peste 98% din volumele de bere și cidru în România, pentru piața locală, am colaborat cu peste 600 de furnizori locali, am achiziționat peste 70% din materii prime principale de la furnizori din România și am continuat să oferim consumatorilor branduri locale de tradiție precum Ciuc, Harghita sau Hațegana.

★ **Consum responsabil: peste 240.000 EUR investiții în promovarea consumului responsabil și adresarea consumului nociv**

Rămânem un promotor implicat al consumului responsabil de alcool. Avem un parteneriat de lungă durată cu Aliat pentru Sănătate Mintală, una dintre cele mai respectate asociații care activează în domeniul prevenirii și tratamentului abuzului și dependenței de alcool. Am susținut și în 2023 cu peste 120.000 de euro programul Alcoholhelp, care oferă, printre altele, o linie telefonică gratuită la care cei care au nevoie pot primi sprijin din partea unor specialiști. În plus, pentru a promova consumul responsabil, am investit peste 120.000 de euro în campanii care promovează moderația și am oferit consumatorilor șapte opțiuni cu 0.0% alcool.

Am continuat să ne aliniem și celor mai noi modificări legislative din domeniul schimbărilor climatice. Am analizat activitățile din fabricile noastre eligibile conform Regulamentului European al Taxonomiei de mediu, care impune companiilor să publice informații cu privire la modul și măsura în care fluxurile lor de capital sunt canalizate către activități economice durabile. Rezultatele acestei analize le găsiți la pagina X. În continuare, ne angajăm să ne conformăm tuturor modificărilor legislative din domeniul schimbărilor climatice care vor apărea.

★ **Privind spre viitor: investiții pentru pentru reducerea emisiilor**

Devotamentul nostru pentru o dezvoltare durabilă face parte misiunea companiei noastre: aceea a **crea bucuria de a fi împreună pentru a inspira o lume mai bună**. Vă invităm să parcurgem în continuare împreună acest drum către o planetă mai rezilientă în fața schimbărilor climatice.

Știm că acest angajament presupune un efort constant, investiții și multă dedicare, cu multe provocări pe care, inevitabil, le vom întâmpina. Suntem, însă, încrezători că ne vom atinge toate obiectivele propuse, prin inovare și explorarea unor soluții noi. În următorii ani vom continua să investim în reducerea emisiilor de CO2, să reducem consumul de apă și vom implementa o strategie dedicată ambalajelor noastre. În plus, vom continua demersurile pentru promovarea consumului responsabil și adresarea consumului nociv.

La final, aș dori să mulțumesc tuturor consumatorilor, partenerilor și colegilor noștri care ne-au însoțit în această călătorie a sustenabilității în anul 2023!

Thibaut Boidin,
Managing Director, HEINEKEN România

Introducere

**HEINEKEN**

**BREW A
BETTER
WORLD**

RAISE THE BAR 2030



Performanța noastră în 2023



4 fabrici în Miercurea Ciuc,
Craiova, Ungheni, Constanța*



1.077
angajați



452.326.131
lei contribuții fiscale



>4,3
milioane hectolitri de
bere și cidru



-11,58%
reducere
consum de apă



1.705.527.726
lei cifră de afaceri



>96%
deșuri trimise
către reciclare



-5,47%
reducere consum
energie electrică



>98%
din volume produse local,
pentru piața din România



>70%
materii prime achiziționate
de la furnizori locali**



7
opțiuni
cu 0.0% alcool



>600
de furnizori locali de
bunuri și servicii



3.13
hl/hl
consum de apă



>17.000
beneficari ai programului
AlcoHelp

*Fabrica din Constanța a funcționat până în luna mai

**Furnizori de materii prime înregistrați în România



Despre raport

În 2021, Grupul HEINEKEN își anunța obiectivele strategiei de sustenabilitate **Brew a Better World** și ambiția de a atinge Net Zero emisii de CO2 până în 2040 de-a lungul întregului lanț de valoare. Anul trecut, în septembrie 2023, țintele grupului **Net Zero** și **FLAG** (Forest, Land and Agriculture) au fost aprobate de către „*The Science Based Target initiative*” (SBTi), o inițiativă care prezintă și validează cele mai bune practici științifice pentru decarbonizare, fiind primul berar global care a îndeplinit această bornă.

Astăzi, vă prezentăm raportul de sustenabilitate al **SC HEINEKEN România SA**, subsidiară a **Grupului HEINEKEN NV**, cu sediul social situat pe strada Tipografilor nr. 1A, în sectorul 1 din București, România, înmatriculată sub nr. J40/12235/2002 și având C.U.I. 1324078, atribut fiscal RO. Raportul a fost întocmit folosind standardele de raportare **Global Reporting Initiative** (GRI 2021), pentru perioada de raportare 01.01.2023-31.12.2023, și prezintă rezultatele obținute pe plan local pentru toți pilonii strategiei noastre de sustenabilitate **Brew a Better World**.

Pentru o serie de indicatori cheie de performanță specifici am obținut o opinie de asigurare externă din partea Forvis Mazars. Misiunea de audit a fost desfășurată în conformitate cu Standardul Internațional pentru Misiunile de Asigurare 3000 (“ISAE 3000”) - Misiunile de Asigurare Altele decât Auditurile sau Revizuirile Informațiilor Financiare Istorice, care prevede ca misiunea să fie planificată și desfășurată astfel încât să se obțină o asigurare limitată cu privire la faptul că indicatorii cheie de performanță selectați sunt corect calculați și prezentați, în toate aspectele semnificative, în conformitate cu metodologia HEINEKEN.

Raportul conține trimeri către raportul de sustenabilitate al Grupului HEINEKEN disponibil **on-line**.

Indexul indicatorilor GRI se regăsește în ultimul capitol al raportului, la pagina 43. Raportul a fost dezvoltat cu sprijinul echipei Denkstatt, alături de echipa HEINEKEN România, sub coordonarea: Irina Filiuță, Sustainability Manager HEINEKEN România. Pentru adresarea întrebărilor, sugestiilor sau altor solicitări, vă rugăm să ne contactați la adresa office.romania@heineken.com

Raport de sustenabilitate HEINEKEN România **2023**

HEINEKEN
**BREW A
BETTER
WORLD**
RAISE THE BAR 2030



Analiza de materialitate

Analiza simplei materialități, una dintre etapele realizării unui raport conform standardului de raportare **Global Reporting Initiative**, s-a bazat atât pe identificarea și evaluarea părților interesate (stakeholderilor), cât și pe definirea și evaluarea „aspectelor materiale” (subiectele legate de sustenabilitate de interes pentru companie și pentru stakeholderi).

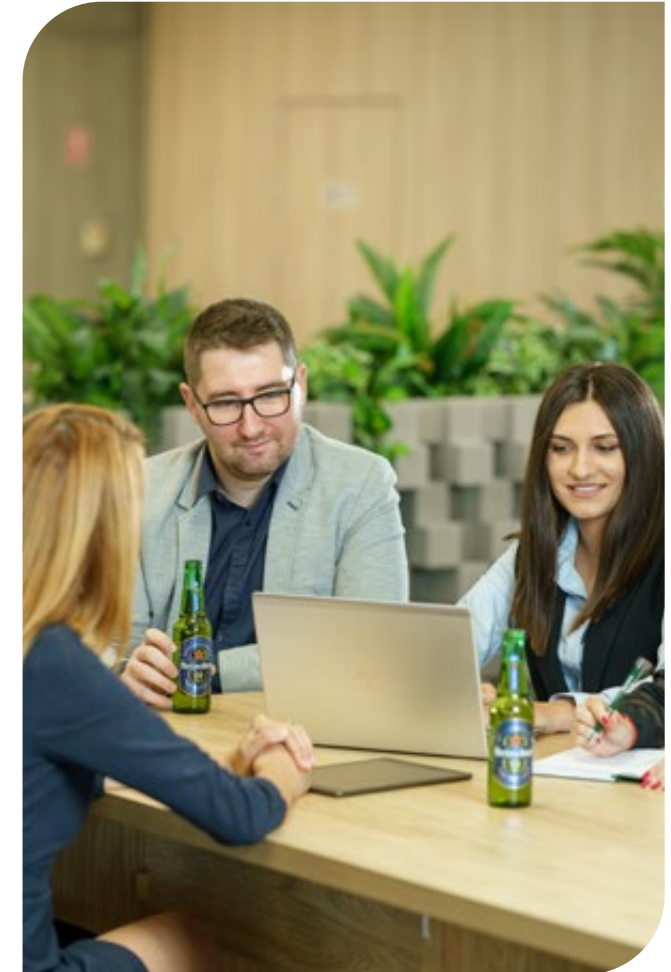
Pentru a avea o imagine de ansamblu cât mai clară asupra tuturor stakeholderilor cu care interacționăm, ne-am consultat cu colegi din toate departamentele organizației și am identificat următoarele 12 grupuri:



Canalele prin care comunicăm și ne consultăm cu aceste grupuri de stakeholderi, precum și frecvența cu care o facem, diferă în funcție de specificul fiecărui stakeholder:

- Organizăm evenimente dedicate angajaților (conferințe anuale, întâlniri trimestriale și lunare) și colectăm feedback din organizație în mod regulat
- Avem întâlniri recurente în care discutăm statusul inițiativelor, obținem feedback și ne consultăm cu privire la riscurile și oportunitățile care apar pe parcursul colaborării cu furnizorii, clienții, distribuitorii, partenerii logistici și ONG-urile cu care colaborăm
- Menținem un dialog constant cu stakeholderii, bazat pe transparență, prin care contribuim cu perspectiva noastră atunci când este nevoie (ex: în cadrul asociațiilor profesionale din care facem parte sau în timpul consultărilor cu autoritățile)
- Avem canale prin care oricine poate sesiza dacă apar situații care nu respectă standardele HEINEKEN (Speak-up), iar partenerii noștri de afaceri au o linie dedicată pe care o pot apela pentru reclamații sau sesizări. De asemenea, consumatorii pot apela numărul +40 21 203 11 11, care este trecut pe toate ambalajele băuturilor noastre.

După identificarea stakeholderilor, au urmat definirea și evaluarea subiectelor legate de sustenabilitate și realizarea "matricei de simplă materialitate".



Pentru realizarea matricei, am analizat principalele subiecte ale sectorului în care activăm și tendințele globale, am aliniat subiectele locale cu cele globale incluse în strategia noastră de sustenabilitate Brew a Better World și le-am evaluat în cadrul unui workshop alături de colegii noștri.



Analiza de materialitate

Subiectele pe care le-am inclus în procesul de evaluare sunt cele de mai jos:

- Model de business responsabil
- Respectarea drepturilor omului
- Performanța economică
- Managementul resurselor de apă
- Reducerea emisiilor de CO2
- Economie circulară (circularitatea ambalajelor)
- Ingrediente de calitate din surse sustenabile
- Formarea angajaților
- Sănătatea și siguranța angajaților
- Diversitate, echitate și incluziune
- Angajamentul față de comunități
- Marketing responsabil
- Promovarea consumului responsabil de alcool

Pentru evaluare, am avut în vedere, pentru fiecare subiect, relevanța impactului de mediu și social și influența asupra stakeholderilor. Relevanța impactului de mediu și social evaluează potențialul impact pe care compania noastră, prin natura activităților pe care le desfășoară, îl poate avea asupra mediului și societății. Influența asupra părților interesate evaluează nivelul influenței pe care fiecare subiect îl poate avea asupra stakeholderilor.

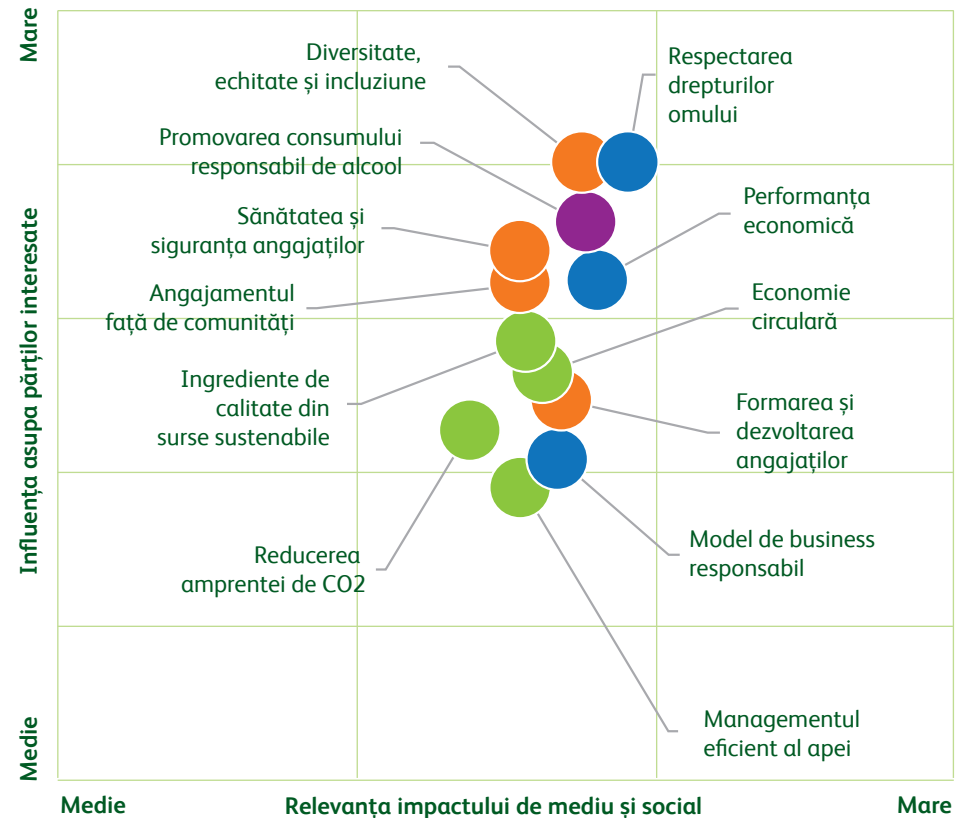
După evaluarea internă, a avut loc și o consultare a stakeholderilor identificați mai sus. Aceștia au primit un chestionar de evaluare a fiecărui subiect și au acordat un scor de importanță, având în vedere relația profesională pe care o au cu HEINEKEN România. Evaluarea s-a făcut tot în funcție de relevanța impactului de mediu și social și influența asupra stakeholderilor.

Am primit răspunsuri din partea tuturor categoriilor de stakeholderi, peste 100 de chestionare, un procent de 27% fiind reprezentat de colegi, restul de 73% fiind răspunsuri primite din exteriorul companiei.

După această evaluare și interpretarea rezultatelor împreună cu echipa internă a rezultat matricea de simplitate materialitate (foto dreapta), în cadrul căreia putem să vedem o expunere grafică a celor mai importante subiecte pentru compania noastră.

Toate aceste subiecte urmează să fie descrise în paginile următoare ale raportului.

Matricea simplitate materialitate





Despre HEINEKEN

HEINEKEN România face parte din Grupul HEINEKEN, compania producătoare de bere cu cea mai extinsă prezență din lume. Recunoscut pentru brandul Heineken®, Grupul HEINEKEN are un portofoliu de peste 300 de mărci de bere și cidru internaționale, regionale, locale și de specialitate.

Prezență globală

Peste

70 de țări

Peste

90.000 de colegi

crează bucuria autentică de a fi împreună pentru a inspira o lume mai bună

Valorile noastre

- *Pasiunea pentru consumatori și clienți*
- *Curajul de a visa și a fi pionieri*
- *Grija pentru oameni și planetă*
- *Bucuria de a trăi*

În România, HEINEKEN a operat, în anul 2023, patru fabrici situate în Miercurea Ciuc (jud. Harghita), Craiova (jud. Dolj), Constanța (jud. Constanța) și Ungheni (jud. Mureș). Fabrica de bere din Constanța și-a oprit activitatea de producție anul trecut, în luna mai.

În fabricile din România producem bere și cidru. Peste 98% din volumele produse în 2023 au fost realizate pe plan local, pentru piața din România. În total, am produs peste 4,3 mil hectolitri de bere și cidru: 4,2 mil hectolitri de bere și 0,1 mil hectolitri de cidru.





Despre HEINEKEN

Am avut un număr de 1.077 angajați, pe perioade determinate și nedeterminate, conform tabelului de mai jos:

Indicator GRI	Femei	Bărbăți	Total
Număr de angajați full-time	295	781	1.076
Număr de angajați part-time	1	0	1
Total număr de angajați	296	781	1.077
Tipul de contract	Femei	Bărbăți	Total
Contract pe perioada nedeterminată	279	736	1.015
Contract pe perioada determinată	17	45	62
Total contracte pe perioadă determinată și nedeterminată	296	781	1.077
Categoriile de vârstă	Femei	Bărbăți	Total
Angajați < 30 ani	14	41	55
Angajați > 50 ani	6	9	15
Angajați 30 - 50 ani	22	73	95
Total	42	123	165
Echipa de management	Femei	Bărbăți	Total
Angajați < 30 ani	0	0	0
Angajați > 50 ani	1	2	3
Angajați 30 - 50 ani	2	4	6
Total	3	6	9



Lanțul de valoare

AGRICULTURĂ

În România și la nivel global, producem berea și cidrul din ingrediente naturale. Aprovizionarea din surse locale reprezintă un pilon important pentru noi și are efecte pozitive pe mai multe niveluri: ne ajută să reducem emisiile de CO₂ și costurile de transport și susținem furnizorii locali. În România, am achiziționat peste 70% din materiile prime principale (malț, hamei, mălai) de la furnizori locali. Până în 2030, ne-am propus, la nivel global, ca 100% din ingredientele noastre principale (orzul și hameiul) să provină din surse sustenabile, conform standardelor Sustainable Agriculture Initiative.



01



02

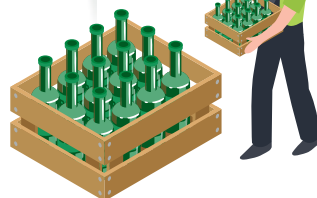
PRODUȚIE

Procesul de producție presupune consum de apă, gaz, energie, dar și generarea de deșeuri și emisii de CO₂. Ambiția noastră este să reducem acest impact, să atingem obiectivul Net Zero în producție până în 2030 și să ajungem la un consum de apă de 2.9 hl/hl până în 2030. Pentru aceasta, ne-am dezvoltat o strategie locală și implementăm proiecte în toate fabricile noastre care presupun reducerea consumurilor, reutilizarea resurselor și înlocuirea echipamentelor.

AMBALARE

Etapa de producție a ambalajelor include utilizarea de materiale precum aluminiu, plastic sau sticlă pentru fabricarea dozelor, a sticlelor din PET și sticlă sau a butoaielor. În anul 2023, am dezvoltat, la nivel global, o strategie de circularitate prin care ne-am propus să creștem procentul volumelor ambalate în formate reutilizabile, să creștem cantitatea de material reciclat și să avem ambalaje reciclabile în proporție de 99% până în 2030.

03



04

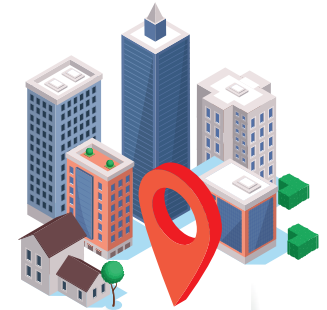
DISTRIBUȚIE

Optimizarea activităților noastre logistice, pentru a reduce consumul de combustibil reprezintă o prioritate pentru a ne reduce amprenta de carbon. Reducerea distanței pe care o parcurg camioanele care transportă produsele noastre și eficientizarea încărcării acestora reduc emisiile de CO₂. Pentru a deveni Net Zero, luăm în considerare atât transportul produselor noastre către consumatori și clienți, cât și transportul de materii prime către fabricile noastre.

CLIEȚI

Berele și cidrul din portofoliul nostru trebuie consumate reci, iar clienții noștri se asigură că le oferă consumatorilor produse care sunt păstrate la temperatura potrivită înainte de servire. Răcirea produselor noastre generează un impact de 8% din amprenta globală de carbon. Pentru a reduce această amprentă pe plan local investim în achiziționarea de frigiderice mai eficiente din punct de vedere energetic, care reduc consumul și, implicit, emisiile.

05



06

CONSUMATORI

În fiecare zi, sute de mii de consumatori din România și milioane din 190 de țări se bucură de una dintre cele peste 300 de mărci ale noastre. Ne asigurăm că aceștia pot alege din portofoliul nostru variat de produse de bere și cidru și că au mereu opțiunea de a alege un produs fără alcool. Produsele cu 0.0% alcool joacă un rol important în portofoliul nostru. Promovăm moderația, consumul responsabil și adresăm consumul nociv.



Lanțul de valoare

Ne-am propus să activăm într-un mediu care reflectă valorile noastre pe tot lanțul de valoare. Pe plan local, am colaborat cu peste 600 de furnizori de bunuri și servicii și am achiziționat peste 70% din materiile prime principale (malț, hamei, mălai) de la furnizori locali, contribuind astfel la susținerea economiei locale.

Prin politicile noastre și condițiile contractuale, am stabilit standardele pe care trebuie să le respecte toți furnizorii noștri de bunuri și servicii. În plus, efectuăm audituri înainte de a începe colaborarea cu furnizorii noi, asigurându-ne că aceștia îndeplinesc criteriile noastre.

Criteriile specifice legate de mediul înconjurător pe care le cerem furnizorilor sunt detaliate în Codul Furnizorului. Acestea includ aspecte precum utilizarea apei, practicile agricole, emisiile de gaze cu efect de seră și utilizarea pesticidelor pentru a reduce impactul negativ asupra mediului în lanțul de aprovizionare. Furnizorii noștri sunt informați în legătură cu strategia noastră de sustenabilitate Brew a Better World și obiectivele pe care ni le-am propus, având în vedere că e nevoie de un efort comun pentru a atinge obiective precum reducerea emisiilor de CO2 în Scope 3.

Brandurile noastre produse local și canalele de distribuție

Similar modelului mai larg al Grupului HEINEKEN N.V., HEINEKEN România activează în două canale comerciale: on-trade (locații care acoperă ocazii de consum pe loc) și off-trade (locații care acoperă ocazii de consum viitor, de vânzare cu amănuntul). În anul 2023, am fost prezenți cu brandurile noastre în peste 70.000 de locații aprovizionate de către distribuitorii cu care lucrăm sau prin platforma Stockday SRL.

În anul 2023 am avut în portofoliu 12 branduri locale și internaționale de bere, cu și fără alcool, și cidru.

LOCALE



GLOBALE



CIDRU



FĂRĂ ALCOOL



OUR BRANDS



Strategia noastră de afaceri

Strategia HEINEKEN România, EverGreen, este dezvoltată în aceeași direcție cu strategia de afaceri a Grupului HEINEKEN N.V., având ca obiectiv local creșterea sustenabilă pe piața din România.

Urmărim îmbunătățirea constantă a modului de organizare și funcționare și a proceselor tehnologice care să ne permită creșterea cotei de piață, dar și managementul eficient al resurselor. Un alt obiectiv al HEINEKEN România este acela de a atinge poziția de lider de segment cu brandurile deținute sau licențiate, prin care ne adresăm consumatorilor din toate segmentele de piață. Ne-am propus să ne dezvoltăm într-un mod durabil, îmbunătățind constant condițiile de lucru și bunăstarea colegilor noștri.

Governanța și managementul organizației

Echipa de management (denumită și Comitetul Executiv), condusă de Directorul General al HEINEKEN România, este responsabilă de luarea deciziilor și de supravegherea impactului economic, de mediu și social al organizației.

Această echipă este formată din directorii departamentelor de Marketing, Supply Chain, Legal Affairs, Corporate Affairs, People, Finance, Sales și Digital, Technology & Transformation.

Componența echipei de management în anul 2023:

Director General: Dan Robinson, Thibaut Boidin
Director Marketing: Sharon Annette, Cristina Radu
Director Supply Chain: Federico Agressi, Maria Stoica
Director Legal Affairs: Flavius Cimpian
Director Corporate Affairs: Ana-Maria Crivăț
Director People: Sorin Bănulescu, Bogdan Florișteanu
Director Finance: Eric Janssen
Director Sales: Gheorghe Andresz
Director Digital, Technology & Transformation: Vlad Stănilescu

Procesele de nominalizare și selecție ale membrilor echipei de management reflectă principiile companiei noastre și țin cont de experiența și competențele relevante pentru a crește impactul HEINEKEN pe plan local.



Rolul echipei de management include și atingerea obiectivelor strategiei noastre de sustenabilitate **Brew a Better World**, monitorizarea performanței noastre în ceea ce privește impactul business-ului nostru și exercitarea diligenței necesare. În plus, gestionează echipele responsabile de implementarea proiectelor, urmăresc lunar o parte din indicatorii de performanță din aria sustenabilității (ex: reducerea emisiilor de CO2, consum de apă și energie) și evaluează lunar cele mai mari proiecte din aria sustenabilității. Trimestrial, analizează performanța indicatorilor din strategia noastră de sustenabilitate pentru a fi siguri că ne atingem obiectivele.

Politica de remunerare a Comitetului Executiv este aliniată cu strategia de business EverGreen și cu ambițiile strategiei noastre de sustenabilitate **Brew a Better World**. Remunerația este legată și de două obiective de mediu (privind reducerea emisiilor de CO2 și a consumului de apă) și de un obiectiv social (privind echilibrul de gen). Pentru a îmbunătăți governanța și practicile

organizaționale au loc în mod regulat evaluări ale performanțelor Comitetului Executiv, luându-se măsuri ulterioare, dacă sunt necesare. Deciziile și acțiunile luate de echipa de management sunt conforme cu analizele de risc pe care le întreprindem în cadrul HEINEKEN România, dar și cu directivele Grupului HEINEKEN, acolo unde este cazul. Responsabilitatea delegată pentru gestionarea riscurilor este clar structurată, cu un mecanism transparent de raportare către organul de guvernanță.

Codul nostru de Conduită în Afaceri descrie felul în care conflictele de interese dintre Companie și angajați pot fi gestionate. Pentru a facilita raportarea conflictelor de interese și a promova transparența, punem la dispoziție angajaților noștri instrumentul **"HeiDisclosure"**, unde aceștia pot dezvălui printr-un formular potențialele sau actualele conflicte de interese. În 2023, niciun conflict de interese materiale nu a fost înregistrat. Mai multe detalii despre acest subiect pot fi citite la **pag. 39**.

Abordarea fiscală

HEINEKEN România își asumă o poziție fermă în ceea ce privește conformitatea cu legislația națională și a Uniunii Europene, asigurându-se că toate procesele fiscale sunt în deplină aliniere cu politicile interne globale. Politica fiscală a companiei este supusă unei revizuirii periodice, proces care este coordonat de departamentul Global Fiscal Affairs. Acesta este responsabil pentru revizuirea și aprobarea oficială a strategiei fiscale, asigurându-se că toate acțiunile companiei sunt conforme cu cadrul legislativ și cu principiile de bune practici.

Pentru a identifica, gestiona și monitoriza riscurile fiscale, implementăm un proces de monitorizare constantă, evaluând riscurile pe baza probabilității de apariție și a valorii estimate.

În plus, conformitatea cu cadrul de governanță și control fiscal este evaluată anual, prin intermediul **Tax Control Framework**, care se asigură că toate procesele fiscale sunt în concordanță cu politicile companiei.

Încurajăm o cultură deschisă și transparentă în ceea ce privește preocupările legate de conduita în afaceri și integritatea fiscală, oferind angajaților mecanismul "Speak-up" pentru a ridica orice îngrijorări. În plus, auditarea și raportarea situațiilor financiare contribuie la asigurarea transparenței. Ne implicăm activ în dialogul cu părțile

interesate, atât proactiv, cât și reactiv, prin intermediul organizațiilor din care facem parte, cum ar fi Asociația Berării României și Consiliul Investitorilor Străini (FIC), participând la consultări cu autoritățile și alte inițiative relevante.

Luăm în considerare opiniile și preocupările părților interesate, inclusiv ale celor externe, pentru a asigura o abordare echilibrată și responsabilă în ceea ce privește impozitarea. Prin aceste măsuri, HEINEKEN România demonstrează angajamentul său față de o abordare fiscală responsabilă și transparentă.



Privind spre viitor

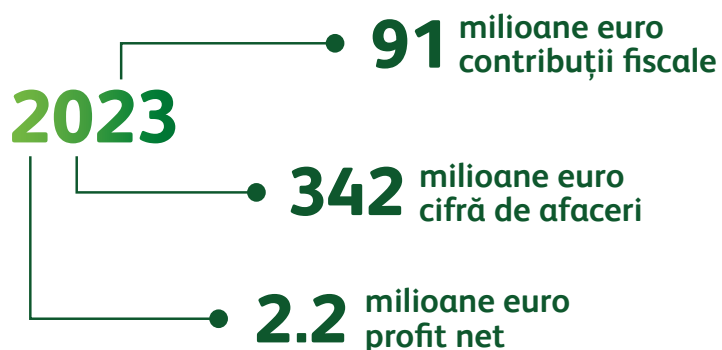
Vom continua să răspundem proactiv la schimbările din cadrul legislativ fiscal adaptându-ne strategia fiscală pentru a reflecta noile realități economice și reglementări. Revizuirea strategiei fiscale va continua să fie un pilon important în asigurarea alinierii la cele mai înalte standarde de governanță și control fiscal. În plus, vom continua să colaborăm strâns cu autoritățile fiscale și să participăm la inițiativele de consultare publică, contribuind astfel la dezvoltarea unui mediu fiscal echitabil și eficient.





Performanță economică

Viabilitatea și eficiența strategiei noastre de sustenabilitate și, în același timp, dezvoltarea companiei HEINEKEN România necesită responsabilitate și reziliență financiară. Acordăm atenție sporită indicatorilor cheie de performanță și procedurilor de analiză a riscurilor și oportunităților de natură financiară, monitorizând astfel aspecte cheie ale performanței economice. Dedicarea noastră vis-a-vis de performanța economică este strâns legată de convingerea că o afacere profitabilă trebuie să sprijine economia locală și angajații și să contribuie la prosperitatea comunităților.



HEINEKEN România este membră în:

- Asociația Berarii României (membru fondator)
- Asociația Berarii României pentru Mediu (acționar RetuRO Sistem Garanție Returnare S.A.)
- Asociația Patronală Berarii României
- Consiliul Investitorilor Străini în România (FIC)
- Camera de Comerț Româno - Olandeză (NRCC)
- HORA (Organizația industriei HoReCa)
- IAA (Asociația Internațională de Publicitate)



Premiile obținute de HEINEKEN România în 2023:

- **Premiul 3** la CSR Awards 2023, categoria „Sănătate”, pentru "Caravana Alcohelpe Constanța", dezvoltată în parteneriat cu ONG-ul ALIAT
- **Mențiune de onoare** la CSR Awards 2023, categoria „Mediu”, pentru proiectul "Capcana de deșeurii", realizată din plastic reciclat și amplasată pe râul Crișul Repede, proiect dezvoltat în parteneriat cu Green Group
- **Premiul de Platină** la Concursul Internațional Eventex 2023, categoria "Corporate Events", pentru „START 2023 - powered by EverGreen Annual Conference"
- **Premiul 3** la Concursul Internațional Eventex 2023, categoria „Evenimente hibride”, pentru „Conferința de vânzări EverGreen Fest 2021"
- **Premiul 3** la Employer Branding Awards 2023, categoria "Best Use of Technology" for Internal Communication pentru „START 2023 - powered by EverGreen Annual Conference"
- **Premiul 2** la Employer Branding Awards 2023, categoria „Best Diversity & Inclusion Employer Branding Campaign”, pentru HEINEKEN Makers: "Pasiune pentru diversitate"
- **Premiul 3** la Employer Branding Awards 2023, categoria „Best People Development Strategy” pentru „ONE Boarding Program"



Strategia noastră de sustenabilitate

Prezența noastră globală vine cu responsabilități importante, care se extind dincolo de obținerea profitului. Știm că nu putem prospera decât dacă oamenii, planeta și comunitățile din jurul nostru prosperă.

Strategia noastră de sustenabilitate Brew a Better World așază sustenabilitatea și responsabilitatea în centrul dezvoltării afacerii noastre, fiind una dintre prioritățile strategiei noastre de business EverGreen.

Implementarea strategiei noastre și realizarea unei schimbări reale și durabile este posibilă numai prin eforturile colective ale tuturor celor care lucrează pentru HEINEKEN, ale partenerilor și furnizorilor noștri, ale ONG-urilor, guvernelor, comunităților locale și ale altor părți interesate. Suntem conștienți că sustenabilitatea este o călătorie continuă și credem că suntem pe drumul cel bun pentru a ne îndeplini obiectivele propuse.

Prioritățile noastre

Am identificat trei direcții cheie din întreaga noastră activitate în care avem un impact și le-am așezat în centrul strategiei noastre: 1. Mediu, 2. Social și 3. Consum responsabil. Pentru fiecare direcție, ne-am setat obiective ambițioase prin care să facem o diferență semnificativă în modul în care ne desfășurăm activitatea.

Ne-am propus să construim și identificăm oportunități care ne ghidează pe calea către un impact redus asupra mediului și către o societate mai incluzivă, corectă și echitabilă, care adresează consumul nociv și moderația. Avem definite nouă zone de acțiune și mai multe angajamente care vor fi prezentate în paginile următoare.



Brew A Better World



Mediu

Net Zero emisii de CO2
Maximizarea circularității ambalajelor
Gestionarea responsabilă a apei



Social

Diversitate, echitate și incluziune
Mediu de lucru corect și sigur
Angajamentul față de comunități



Consum responsabil

Alegeri responsabile: branduri cu 0.0% alcool
Adresarea consumului nociv de alcool
Promovarea consumului moderat de alcool

Mediu

▪ Net Zero emisii de CO2 ▪ Circularitatea ambalajelor ▪ Apă





Net Zero emisii de CO2

Schimbările climatice cu care ne confruntăm afectează și industria din care facem parte. În același timp, suntem conștienți de faptul că industria berii contribuie la schimbările climatice și ne-am propus să ne reducem impactul pe care îl avem prin operațiunile noastre.



Abordarea noastră

La nivel global, ambiția Grupului HEINEKEN este de a ajunge la Net Zero* emisii de carbon până în 2040 în întregul lanț valoric. Ca obiectiv intermediar, Grupul și-a propus ca până în 2030 să ajungă la Net Zero emisii de carbon în Scope** 1 și 2 (operațiuni), să reducă emisiile FLAG (păduri, terenuri și agricultură) din Scope 3 cu 30% și emisiile non-FLAG cu 25% și ca energia folosită să provină din 100% surse regenerabile.

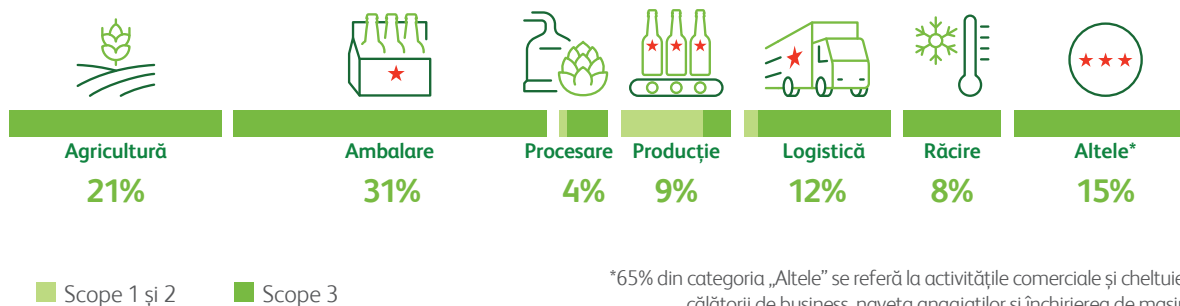
Strategia Net Zero este construită în jurul celor patru „R”: Reduce (reducere), Replace (înlocuire), Remove (eliminare) și Report (raportare). În fiecare categorie, focusul este pe reducerea consumurilor și

eficientizarea proceselor, pe înlocuirea echipamentelor și pe monitorizarea și raportarea emisiilor și progreselor obținute. Grupul HEINEKEN s-a alăturat în 2019 inițiativei „The Science Based Targets” (SBTi) care prezintă și validează cele mai bune practici științifice pentru reducerea emisiilor și a contribuit la elaborarea a două standarde în calitate de consilier tehnic: Standardul Net Zero și Standardul pentru păduri, terenuri și agricultură („FLAG” - Forest, Land and Agriculture). În aprilie 2023, SBTi a aprobat țintele Grupului HEINEKEN Net Zero pe termen scurt și pe termen lung. În plus, a aprobat și un nou obiectiv “FLAG” pentru reducerea emisiilor din sectorul agricol. Grupul HEINEKEN este primul producător de bere care are atât obiective legate de emisiile de carbon, cât și obiective FLAG aprobate de către SBTi.

Progresul Grupului HEINEKEN

La nivelul grupului HEINEKEN, în anul 2023, amprenta totală de CO2 a fost de 15,3 mil tone emisii de CO2, provenită din:

Total 2023 15,3 milioane tone CO₂e	Scope 1: 1,0 milioane tone CO₂e	Scope 2: 0,2 milioane tone CO₂e	Scope 3: 14,1 milioane tone CO₂e
--	---	---	--



Pe plan local, pentru a sprijini ambiția Grupului HEINEKEN de a deveni Net Zero, în anul 2023 am luat o serie de măsuri precum:

- Am investit în înlocuirea echipamentelor (ex: înlocuirea stivuitoarelor cu GPL cu modele electrice)
- Am eficientizat transportul produselor noastre (ex: rata de utilizare a camioanelor noastre a crescut de la 83% la 90,4%)
- Am înlocuit frigidera mai vechi cu unele din clasă energetică C, conform Energy Efficiency Index (în ultimii 3 ani am înlocuit peste 3.000 de frigidera)
- Am început să înlocuim mașinile diesel și să facem, treptat, trecerea la ”mild hybrid”. La finalul anului 2023 mai aveam 15% din mașini cu o motorizare Diesel și aveam achiziționate 28 de mașini ”mild hybrid”.

Mai multe detalii despre toate măsurile luate de Grupul HEINEKEN pentru atingerea obiectivelor Net Zero puteți citi în raportul de sustenabilitate al grupului disponibil [aici](#).

*Net Zero: Reducerea emisiilor din Scope 1, 2 și 3 în conformitate cu o traiectorie care să limiteze creșterea temperaturii globale la 1,5° Celsius. Net Zero este definit de SBTi ca o reducere de minimum 90% a emisiilor în Scope 1, 2 și 3. Un maxim de 10% din emisiile reziduale care nu pot fi eliminate trebuie să fie acoperite cu soluții permanente de eliminare și stocare a carbonului.

Conform standardului **Protocolului GHG, emisiile de gaze cu efect de seră ale unei companii sunt clasificate în trei domenii: Scope 1, 2 și 3. Domeniile de aplicare 1 și 2 sunt cele asupra cărora o companie are un control direct (ex: propriile operațiuni), iar domeniul de aplicare 3 calculează emisiile generate de-a lungul lanțului de valoare, dincolo de propriile operațiuni.



Net Zero emisii de CO2

Eficiență energetică

În anul 2023 am continuat să reducem consumul de energie și am eficientizat o parte din procesele de fabricare a băuturilor noastre.

Consumuri	Unitate de măsură	2022	2023	Variație
Gaze naturale	GJ	255.074	220.064	-13,54%
Energie electrică	MWh	35.478	33.538	-5,47%
Energie termică	MWh	70.854	61.129	-14%

Printre inițiativele de eficiență energetică pe care le-am luat se numără:

- ✓ Am investit în cadrul tuturor fabricilor noastre în echipamentele pe care le utilizăm (înlocuirea sau îmbunătățirea lor):
 - Am introdus un nou dispozitiv de spălare care reduce consumul anual de energie termică cu 6.17 MJ/hl și 0.19 kWh/hl de energie electrică
 - Am înlocuit răcitorul de must, care înseamnă o reducere a energiei termice de 2.8 MJ/hl
 - Am optimizat rețetele pentru a reduce energia termică în procesele de fierbere, care înseamnă o reducere a energiei termice folosită cu 7 MJ/h
- ✓ Am început demersurile necesare instalării pompelor de căldură
- ✓ Am produs biogaz în cadrul stațiilor de epurare de la Craiova și Miercurea Ciuc și l-am transferat în anumite procese din producție.



Privind spre viitor

În perioada următoare, ne propunem să continuăm să reducem consumurile, să investim în echipamente noi (ex: înlocuirea stivuitoarelor GPL cu unele electrice, înlocuirea frigiderelor vechi), să optimizăm traseele camioanelor și să renunțăm la mașinile Diesel. În plus, vom continua și în anul 2024 măsurile de eficiență

Angajamentul față de ingrediente de calitate provenite din surse sustenabile

La nivel global, 21% din amprenta totală de carbon a anului 2023 a provenit din emisii generate de cultivarea materiilor prime. Pentru a reduce aceste emisii, obiectivul este ca, până în 2030, 100% din orzul și hameiul utilizat să provină din surse sustenabile, conform standardelor **Sustainable Agriculture Initiative**, o inițiativă recunoscută la nivel global pentru promovarea agriculturii sustenabile (SAI).

În anul 2023, 98% din hameiul achiziționat de către grupul HEINEKEN și 77% din orzul achiziționat au provenit din surse sustenabile, rezultând un total de 77% din cantitățile de hamei și orz.

Pe plan local, am achiziționat peste 70% din materiile prime principale (malț, hamei, mălai) de la furnizori locali și am respectat toate standardele pentru a asigura calitatea ingredientelor folosite în procesul de producție (ISO 9001: 2015).

Prin intermediul Asociației Berării României am susținut promovarea unei agriculturi sustenabile prin organizarea unor seminarii de specialitate pentru principalii furnizori de materii prime.

Pentru a ne atinge obiectivul Net Zero, credem că utilizarea atentă a resurselor și reducerea impactului asupra mediului reprezintă atât responsabilitatea noastră, cât și responsabilitatea furnizorilor noștri. Le-am solicitat acestora să respecte legile locale aplicabile privind utilizarea energiei, gestionarea atentă a apei și managementul deșeurilor. În Codul nostru de conduită, dar și în Codul furnizorului avem atât clauze legate de derularea activității cu integritate și corectitudine, respectarea demnității și a drepturilor omului, punerea siguranței pe primul loc, dar și despre **Brew a Better World** și ambițiile noastre.

energetică împreună cu partenerii noștri (ex: etapa de proiectare a pompelor de căldură, implementarea unei soluții la sistemul de fierbere care va reduce consumul de energie, folosirea apei de adaos în cazanele de abur, care va reduce consumul de energie termică, și optimizarea stațiilor de spălare).





Circularitatea ambalajelor și gestionarea deșeurilor

Economia circulară reprezintă o componentă strategică importantă în eforturile noastre de a ne îmbunătăți performanța în domeniul sustenabilității și unul dintre pilonii strategiei noastre Brew a Better World. Direcțiile pe care ne concentrăm sunt dezvoltarea unei strategii de circularitate a ambalajelor pe care le introducem pe piață și reducerea cantităților care ajung la gropile de gunoi.



Abordarea noastră

Grupul HEINEKEN s-a angajat în dezvoltarea unei strategii de circularitate în linie cu principiile Fundației Ellen MacArthur, din care Grupul face parte, iar cele trei direcții strategice cheie sunt:

- Reutilizare: creșterea procentului de ambalaje reutilizabile utilizate până în 2030
- Conținut Reciclat: creșterea proporției de conținut reciclat în ambalaje
- Reciclabil prin Design: dezvoltarea ambalajelor reciclabile, simplificând astfel procesul de reciclare.

Pe plan local, suntem conștienți că ambalajele pe care le introducem pe piața națională au un impact asupra mediului înconjurător și a societății prin intermediul generării de deșeuri și a consumului de resurse necesar pentru realizarea lor. În acest sens, implementăm două direcții principale pentru gestionarea corectă a acestora: reducerea cantității de ambalaje/greutății ambalajelor puse pe piață și asigurarea unei rate de reciclare și valorificare a ambalajelor rezultate conform legislației în vigoare.

Tipul de ambalaj introdus în piață în anul 2023	Cantitate (tone)
Ambalaje de sticlă	44,385
Ambalaje de PET	6,240
Ambalaje din alte plastice	1,881
Ambalaje de carton	4,598
Ambalaje de metal	675
Ambalaje de aluminiu	2,655
Ambalaje de lemn	651
Total	61,085



Progresul nostru

Totalul ambalajelor introduse în piață în 2023 a fost de 61,085 de tone, din care 40,111 tone de deșeuri au fost valorificate prin organizații de transfer de responsabilitate și în mod individual, ajungând la o țintă de valorificare de 65.66% pentru deșeurile de ambalaje puse pe piață, conform OUG nr. 106/2005 cu toate amendamentele și modificările ulterioare.

Am asigurat atingerea țintelor de valorificare în mod individual pentru acele cantități de ambalaje pe care le-am putut recupera odată ce au devenit deșeuri prin colaborarea directă cu operatori economici autorizați pentru colectarea și reciclarea deșeurilor.



Circularitatea ambalajelor și gestionarea deșeurilor

Reducerea greutății ambalajelor

În anul 2023, am continuat să lucrăm la implementarea de măsuri pentru reducerea și reutilizarea ambalajelor, dar și pentru creșterea cantității de material reciclat din produsele noastre, în conformitate cu strategia noastră de sustenabilitate și cu legislația în vigoare (ex: HG 1074/2021, Directiva SUP – Single Use Plastics).

Alegem folosirea ambalajelor primare cu greutate redusă numai după ce au fost realizate teste de siguranță care arată că noile ambalaje asigură același nivel de protecție a produselor, dar cu un consum mai mic de resurse. Inițiativele pe care le-am implementat în anul 2023 sunt:

- Am redus cu 18% greutatea ambalajelor din sticlă pentru unul dintre SKU-urile noastre. Prin acest proiect, 577 de tone de ambalaje de sticlă nu au mai fost produse și puse pe piață în 2023.
- Am redus greutatea capselor metalice utilizate la toate produsele ambalate în sticlă, sporind eficiența și reducând cantitatea de metal necesară. Prin acest proiect, aproximativ 16 tone de ambalaje metalice nu au mai fost puse pe piață în 2023.
- Am înlocuit multi-pack-urile din carton cu o variantă de tip neck-through, care utilizează mai puțin material.
- Am eliminat eticheta din spatele sticlelor pentru brandurile noastre locale, acest demers prezentând un dublu beneficiu: reducerea consumului de hârtie și simplificarea procesului de reciclare a sticlei.



În plus, punem un accent deosebit pe repararea și reutilizarea tuturor keg-urilor (butoaie din metal destinate transportului și servirii berii). Prin această practică, nu doar că prelungim ciclul de viață al butoaielor, dar contribuim și la prevenirea generării deșeurilor.

Un alt pas important spre atingerea obiectivelor de circularitate este utilizarea preformelor din rPET, un material care conține rășină reciclată, pentru producția de noi ambalaje plastice, proiect la care am început să lucrăm în anul 2023, în conformitate cu directiva SUP. Primele ambalaje cu conținut reciclat vor intra în producție în anul 2024. În plus, am început implementarea capacelor atașate pentru sticlele PET (“tethered caps”), conform legislației. Capacele tethered, care rămân atașate de sticlă după deschidere, pot ajuta la colectarea și reciclarea ulterioară a acestora.

Un alt proiect de amploare implementat în 2023 a fost pregătirea pentru lansarea Sistemului Garanție Returnare (SGR) în România, cea mai mare inițiativă de economie circulară din țară.

Am luat toate măsurile necesare în cadrul operațiunilor noastre pentru a putea fi gata la data lansării (ex: producția etichetelor cu simbolul “garanție-returnare”, planificarea stocurilor, înregistrarea garanției în contabilitate, colaborarea permanentă cu partenerii și distribuitorii noștri etc). În plus, am susținut tot procesul de lansare a SGR prin intermediul Asociației Berării României pentru Mediu, care este unul dintre acționarii companiei RetuRO Sistem Garanție Returnare S.A.

Circularitatea ambalajelor și gestionarea deșeurilor

Gestionarea deșeurilor

La nivelul fiecărei unități de producție, deșeurile generate sunt organizate și stocate cu grijă pe platforme betonate și acoperite, folosindu-se containere adecvate pentru fiecare tip de deșeu, de la europubele la tancuri specializate. Deșeurile de sticlă sunt depozitate separat în zone special amenajate pentru a facilita colectarea eficientă, iar materiale precum lemnul sau HDPE-ul sunt depozitate pe platforme dedicate.

Transportul deșeurilor spre locațiile de valorificare sau eliminare se face cu strictețe și atenție și este coordonat în deplină conformitate cu legislația națională și europeană.

Fiecare etapă a procesului de gestionare a deșeurilor, de la colectare până la depozitarea temporară și segregarea pe tipuri și categorii, este executată cu respectarea strictă a prevederilor Legii nr. 211/2010 privind regimul deșeurilor. Deșeurile industriale recuperabile (ex: hârtie, ambalaje PET, metale, uleiuri uzate, deșeurile electronice, becuri și baterii uzate), precum și deșeurile de tip POSM pentru promovarea produselor sunt colectate separat și valorificate sau neutralizate în concordanță cu legislația în vigoare.

>96% din deșeurile generate au fost trimise către reciclare

Peste 96% din deșeurile generate au fost trimise către reciclare sau valorificate, 0,6% au fost trimise către gropi de gunoi, iar restul de deșeurile au fost eliminate prin co-incinerare sau alte metode. Din totalul de deșeurile generate, 0,27% au fost deșeurile periculoase și 99,73% au fost deșeurile nepericuloase.

Co-produsele biodegradabile rezultate în urma procesului de producție (ex: drojdia excedentară, noroiul din apele uzate și alcoolul rămas neutilizat) au fost reintroduse în lanțul animal, iar atunci când acest lucru nu a fost posibil, au fost valorificate ca îngrășăminte organice pentru sol.

Frigiderele care nu mai pot fi reparate sau care nu îndeplinesc standardele noastre sunt casate responsabil. Colaborăm cu un reciclator care dispune de o stație de recuperare a freonului, asigurându-ne că impactul nostru asupra mediului este redus prin reciclarea corespunzătoare a echipamentelor vechi.





Managementul apei

Apa este o resursă esențială pentru noi, fiind ingredientul de bază al produselor noastre, ceea ce poate reprezenta și un potențial factor de risc pentru continuitatea producției în regiunile cu deficit de apă. În plus, calitatea apei sau lipsa acesteia pot afecta în mod direct și bunăstarea comunităților din jurul operațiunilor noastre, care se bazează pe aceleași resurse, dar și sănătatea ecosistemelor locale.

Având în vedere importanța apei atât pentru oameni, cât și pentru ecosistemele locale și continuitatea afacerii noastre, managementul eficient al cantității de apă folosită este un pilon important al strategiei noastre de sustenabilitate Brew a Better World. Ne-am propus să atingem un consum mediu de apă de 2.9 hl/hl până în 2030. Un alt obiectiv global este cel de tratare a apelor uzate în toate țările, până la finalul anului 2023.



Abordarea noastră

Tratăm apele uzate în toate fabricile noastre, evaluăm riscurile legate de alimentarea cu apă și folosim tehnologii care să ne ajute să reducem cantitatea de apă folosită.

În cadrul sistemului de management al apei din cadrul fabricilor noastre am implementat o serie de măsuri care au în vedere urmărirea consumului de apă și eficientizarea acestuia. Dintre acestea, menționăm un sistem care monitorizează consumurile zilnice de apă și creează alerte în momentul în care au loc consumuri excesive sau care depășesc indicatorii setați de colegii noștri. De asemenea, am introdus și un sistem electronic care ne ajută să identificăm și să gestionăm eficient scurgerile accidentale de apă.

Monitorizăm apele uzate evacuate în sistemul de canalizare municipal, provenite din activitățile noastre, conform autorizațiilor de mediu și urmărim mai mulți indicatori de calitate, prin probe colectate din diverse puncte, pentru a ne asigura că apa se încadrează în limitele impuse de legislația în vigoare.

Ne aprovizionăm în mod responsabil cu apă din surse municipale și din puțurile proprii.





Managementul apei



Progresul nostru

În 2023, am reușit să reducem cu 11,58% consumul de apă, de la 3.54 la 3.13 hl/hl. Consumul total de apă înregistrat a fost de 1 326 ML. Mai jos vă prezentăm o serie de inițiative care au dus la scăderea cantității de apă folosită în producție.

Craiova: - 0,45 hl/hl



Reutilizarea apei rezultate din procesul de fierbere pentru igienizare în alte etape ale producției, proces care a dus la o reducere a consumului de apă de peste 0.05 hl/hl



Reducerea consumului de apă din procesul de clătire în cadrul igienizării cu peste 0.05 hl/hl



Reducerea consumului de apă cu peste 0.05 hl/hl prin implementarea unui sistem de spumare și igienizare automatizat în secțiunea de îmbuteliere

Ungheni: - 0,25 hl/hl



Reducerea consumului de apă cu peste 0.03 hl/hl prin optimizarea proceselor de fermentare și filtrare



Reutilizarea apei prin implementarea unui sistem de recuperare a apei din pasteurizatorul tunel linia doze, proces care a dus la o economie de apă de peste 0.05 hl/hl, asigurând un proces de producție mai eficient

Miercurea Ciuc: - 0,72 hl/hl



Reducerea consumului de apă cu peste 0.125 hl/hl prin instalarea unui nou sistem de spălare la linia de îmbuteliere



Reducerea și reutilizarea apei prin optimizarea transferului mustului în cadrul procesului de fierbere, proces care a contribuit la o scădere considerabilă de peste 0.28 hl/hl



Privind spre viitor

Vom continua să monitorizăm atent procesele noastre de producție, utilizând programe software care ne oferă o vizibilitate sporită și detaliată a utilizării apei în combinație cu temperatura, durata, debitul și concentrația soluțiilor de spălare pe care le folosim în procesele de producție a berii.

Vom continua să implementăm inițiative în procesele de fierbere, filtrare și îmbuteliere a berii noastre, pentru a ne atinge obiectivul de 2.9 hl/hl până în 2030. Direcțiile pe care ne vom concentra în acest sens sunt reducerea consumului și îmbunătățirea sau înlocuirea echipamentelor pe care le avem la dispoziție (ex: optimizarea folosirii instalației de osmoză inversă, reducerea cantității de apă folosită pentru clătire în mașinile de spălat).



Social

▪ Diversitate ▪ Corectitudine și siguranță ▪ Comunități

 HEINEKEN

**BREW A
BETTER
WORLD**

RAISE THE BAR 2030





Diversitate, echitate și incluziune

Diversitatea, Echitatea și Incluziunea (DEI) reprezintă un pilon important al strategiei noastre de sustenabilitate Brew a Better World. Credem că îmbrățișarea diversității în diferitele sale forme, inclusiv, dar fără a se limita la gen, rasă, etnie, vârstă și orientare sexuală, stimulează creativitatea și dezvoltarea companiei. Crearea unui mediu de lucru incluziv poate duce, de asemenea, la o performanță îmbunătățită la locul de muncă dacă fiecare angajat se simte apreciat și implicat.



Abordarea noastră

Obiectivele pe care ni le-am propus pentru acest pilon în cadrul strategiei noastre sunt atingerea unui procent de 30% femei în echipa de senior management până în 2025 și 40% până în 2030 și instruirea tuturor managerilor în abordarea unui stil de management incluziv până la finalul anului 2023.

În plus, ne-am propus să promovăm diversitatea și să protejăm drepturile și libertățile angajaților la locul de muncă, în așa fel încât să creăm un spațiu sigur și din punct de vedere psihologic, nu doar fizic. În mod deosebit, urmărim egalitatea de șanse.



Progresul nostru

Ne-am propus balansarea structurii de gen a pozițiilor de senior management și ne-am atins deja pe plan local, înainte de 2025, obiectivul de a avea femei în aceste poziții în proporție de 30%. **În anul financiar 2023, 33% dintre pozițiile de senior management au fost ocupate de femei.** De asemenea și obiectivul de a avea 100% din

manageri instruiți în tema managementului incluziv a fost îndeplinit.

Din punct de vedere al diversității culturale a echipei, în HEINEKEN România am avut colegi cu naționalități și etnii diferite. Diversitatea s-a menținut și în ceea ce privește vârsta, deoarece am avut în echipă patru generații prezente (generațiile Z, Y, X și Baby Boomers) și o medie de vârstă a angajaților de 42 de ani.



**HEINEKEN
MAKERS**

**Pasiune pentru
diversitate**
SUNTEM MÂNDRI
DE COLEGELE NOĂSTRE



DIVERSITY, EQUITY & INCLUSION
#DiverseViewsAndBrews



Credem că orice persoană are dreptul să fie tratată cu integritate. Condamnăm rasismul și prejudecățile și avem o politică de zero toleranță față de orice astfel de comportament. Susținem drepturile tuturor colegilor de a fi ei înșiși, indiferent de etnie, origini, orientări sau gen și ne-am angajat să creăm locuri de muncă unde colegii LGBTQ+ să se simtă acceptați, în siguranță și auziți.



Diversitate, echitate și incluziune

Cei trei piloni principali ce stau la baza strategiei noastre sunt:

- Oferirea de șanse egale
- Leadership curajos
- Crearea unui mediu favorabil incluziunii

Principalele activități pe care le-am implementat în aceste trei direcții sunt următoarele:

1. Oferirea de șanse egale:

Campanii de comunicare internă

- Organizarea a cinci campanii de comunicare internă pentru creșterea vizibilității și conștientizării acestui subiect: Ziua Internațională a Femeii, Ziua Diversității, Ziua Tinerilor, Ziua părinților care muncesc, Ziua internațională a bărbaților

Politici de angajare

- Implementarea unui proces de recrutare care promovează diversitatea. Am creat un manual de recrutare menit să îi ajute pe manageri în procesul de selecție a candidaților, precum și în crearea de anunțuri de recrutare incluzive, neutre din punct de vedere al genului, care nu impun limitări cauzate de vârstă, religie sau naționalitate și care promovează DEI
- Organizarea unor sesiuni cu companiile de recrutare pentru a sublinia importanța DEI și a conștientizării faptului că fiecare avem preconcepții care ne pot impacta deciziile

Politici de remunerare

- Asigurarea unei structuri de salarizare echitabilă pentru toți angajații, fără discriminare legată de gen sau alte criterii
- Monitorizarea salariilor, astfel încât să nu existe discrepanțe între femei și bărbați în ceea ce privește remunerarea la sfârșitul fiecărui an

- În anul 2023 raportul dintre salariul de bază și remunerația femeilor comparativ cu cel al bărbaților a fost de sub 1%

2. Leadership curajos:

- Întâlniri trimestriale ale consiliului dedicat temelor de DEI cu participarea echipei de management și a ambasadiorilor voluntari în care se prezintă rezultatele pentru fiecare arie și se stabilesc prioritățile
- Organizarea unor workshop-uri pentru manageri privind DEI
- Organizarea de evenimente cu anumiți invitați externi pe teme legate de DEI

3. Crearea unui mediu favorabil incluziunii:

- Organizarea a patru grupuri de lucru care au implementat diferite proiecte: Femei în Vânzări, Femei în Logistică, Părinți care muncesc, Diferențe generaționale
- Dezvoltarea unui program de integrare (onboarding) care să sprijine noii angajați și să le faciliteze adaptarea în organizație, integrând valorile legate de DEI
- Crearea și promovarea unor mesaje și materiale care reflectă angajamentul organizației față de DEI
- Colaborarea cu organizații și instituții care promovează diversitatea și incluziunea
- Participarea la evenimente și conferințe care au ca temă DEI pentru a împărtăși bune practici și a învăța din experiențele altora
- Promovarea portalului global pentru DEI care oferă o serie de informații și exemple utile

În plus, ne-am asigurat că angajările și promovările s-au bazat pe meritul fiecărui coleg, inclusiv pentru pozițiile de management în care au fost promovați colegi din companie.

Ne-am susținut și colegii care au ales să intre în concediul de creștere a copilului, atât înainte, cât și după revenirea la birou.

De-a lungul anului 2023, am avut 37 de solicitări pentru concediul de creștere a copilului, atât bărbați, cât și femei. Am avut 18 colegi care au revenit din concediu și 15 dintre ei se aflau încă în companie la finalul anului.



81%

Procentul de diversitate, echitate și incluziune perceput de colegii noștri în anul 2022, în creștere cu 5% față de 2021



Privind spre viitor

Vom fi dedicați în continuare angajamentului nostru față de diversitate, echitate și incluziune. Printre obiectivele noastre viitoare amintim extinderea diversității în cadrul echipelor noastre de management.

Plănuim să implementăm programe de dezvoltare a talentelor pentru a pregăti o gamă mai largă de angajați pentru funcții de conducere, asigurându-ne că liderii noștri, actuali și viitori, reflectă spectrul diversității care se regăsește la toate nivelurile organizației noastre.

Mediu de lucru corect și sigur

Sănătatea și siguranța angajaților

Crearea unui mediu de lucru sigur este una dintre direcțiile strategiei noastre de sustenabilitate cu focus pe crearea de abilități de leadership pentru a elimina riscul de accidente fatale și răniri grave la locul de muncă.



Abordarea noastră

Prin programe de sănătate și siguranță la locul de muncă, programe de training și o abordare proactivă a managementului riscurilor, ne-am propus să creăm un loc de muncă unde fiecare coleg se simte în siguranță.



Progresul nostru

Printre acțiunile din anul 2023 se numără implementarea și îmbunătățirea proceselor sistemului de management integrat, consolidarea culturii securității și sănătății în muncă prin sesiuni de instruire și asigurarea conformității cu legislația locală și europeană specifică, precum și cu standardele interne ale companiei. Sistemul de management al sănătății și securității în muncă ne ajută să menținem sub control riscurile și să ne îmbunătățim performanța.

Identificarea și evaluarea riscurilor sunt prioritare pentru prevenirea accidentelor. Echipele noastre au efectuat evaluări la nivelul tuturor departamentelor pentru a avea o acoperire cât mai largă a tuturor scenariilor posibile. Principalele tipuri de riscuri în materie de securitate și sănătate în muncă identificate sunt cele referitoare la potențiale defecte ale echipamentelor tehnice, suprafețe

fierbinți, abur și lichide fierbinți, riscuri de natură electrică și mecanică, produse chimice periculoase sau inflamabile, precum și riscuri legate de logistică, depozitare și transport.

Identificarea și evaluarea riscurilor sunt definite în stantardul global al companiei pentru securitate și sănătate în muncă și respectă legislația în vigoare. Aplicabilitatea standardului este asigurată de managementul companiei prin definirea echipelor de evaluare a riscurilor compuse din colegi instruiți în acest sens, rezultatul final fiind validat de evaluatori de risc autorizați.

Unul dintre pilonii sistemului de management îl reprezintă instruirea și formarea angajaților. Avem un sistem de instruire SSM implementat conform legislației în vigoare și, în plus, avem un sistem intern de instruire stabilit și aprobat la nivelul companiei. În funcție de activitatea desfășurată, fiecărui angajat îi revin responsabilități legate de securitatea și sănătatea în muncă. Conceptul “Safety first/ Siguranță înainte de toate” este prioritar în toate activitățile de zi cu zi, iar prevenția este elementul de bază.

Folosim un sistem de raportare a tuturor neconformităților și pericolelor identificate de angajații noștri, realizat prin 3 pași: identificare – raportare – rezolvare. În plus, ne concentrăm pe programe precum BBS (behavior based safety) pentru schimbarea comportamentelor în materie de siguranță ale angajaților și am implementat regula de oprire a lucrului în cazul identificării unei situații de pericol, regulă care poate fi folosită de absolut toți angajații companiei atunci când aceștia consideră că este necesar, fără a fi influențați și fiind protejați de orice represalii.





Mediu de lucru corect și sigur

Procentul de angajați acoperiți de un sistem SSM	100%
Completare training dedicat sănătății și securității în muncă	99%
Grad de implementare al standardului SSM	96%

Indicator GRI	Număr
Decese ca urmare a accidentelor de muncă	0
Accidente de muncă cu consecințe mari (excluzând decesele)	0
Accidente de muncă care pot fi înregistrare, conform legislației în vigoare	1
Rata deceselor ca urmare a accidentelor de muncă	0
Rata accidentelor de muncă cu consecințe mari (excluzând decesele)	0
Rata accidentelor de muncă care pot fi înregistrate	0,1
Decese ca urmare a stării de sănătate cauzate de muncă - Pentru toți angajații	0
Cazuri de îmbolnăvire de sănătate care pot fi înregistrate legate de muncă - Pentru toți angajații	0
Decese ca urmare a stării de sănătate cauzate de muncă - Pentru toți lucrătorii care nu sunt angajați, dar al căror loc de muncă și/sau loc de muncă este controlat de către organizație	0
Cazuri de îmbolnăvire de sănătate care pot fi înregistrate legate de muncă - Pentru toți lucrătorii care nu sunt angajați, dar al căror loc de muncă și/sau loc de muncă este controlat de către organizație	0



Mediu de lucru corect și sigur

O mare parte a atenției dedicată angajaților din cadrul HEINEKEN România este îndreptată și către bunăstarea acestora. Astfel, am dezvoltat pentru toți angajații programul #StareaNoastrăDeBine, în cadrul căruia am creat inițiative pentru cei trei piloni care stau la baza stării de bine: sănătatea fizică, sănătatea mentală și sănătatea emoțională.

În cadrul programului, angajații au avut acces la articole pe teme diverse (nutriție, somn, educație financiară etc), webinarii care au acoperit o gamă largă de subiecte (mindfulness, educație financiară, sănătate, coaching etc), sesiuni de masaj în fabrici și în sediul central, mini sesiuni de terapie susținute de un psihoterapeut acreditat și la clase de sport live, pentru o mai bună sănătate fizică.



În plus față de crearea unui mediu de lucru sigur, ne-am propus și crearea unui mediu de lucru corect. Pentru aceasta, ne-am setat următoarele obiective în cadrul strategiei noastre de sustenabilitate:

- Oferirea de salarii corecte pentru angajați: eliminarea oricăror diferențe până la finalul anului 2023
- Oferirea unui salariu corect pentru o muncă eficientă: evaluări și acțiuni până la finalul anului 2023
- Asigurarea unor condiții de muncă corecte pentru angajații subcontractorilor și promoterii

În perioada de raportare am analizat toate salariile și ne-am asigurat că nu există discrepanțe și că fiecare coleg este evaluat și recompensat pentru rezultatele obținute. De asemenea, le cerem subcontractorilor să respecte codul nostru de conduită și codul furnizorului astfel încât angajații lor și promoterii să aibă acces la condiții de muncă care respectă legislația în vigoare și drepturile omului.





Mediu de lucru corect și sigur

Dezvoltarea angajaților

Înțelegem că dezvoltarea colegilor noștri este vitală pentru succesul pe termen lung al companiei. Prin programe de formare profesională, oportunități de avansare și un mediu de lucru în care colegii se simt în siguranță, ne propunem ca fiecare angajat să își poată atinge potențialul și obiectivele de dezvoltare profesională. Ne angajăm ca mediul de lucru să fie mai mult decât un loc unde colegii cresc profesional, prin cultivarea unei culturi organizaționale pozitive și incluzive. Investind în dezvoltarea colegilor noștri, ne asigurăm că avem echipe talentate și motivate, care contribuie la reziliența și performanța organizației noastre.

Politica de Management a Performanței cuprinde atât partea de evaluare a performanței anuale a fiecărui angajat, cât și planurile viitoare de carieră. Anual, fiecare manager poartă discuții cu membrii echipei privind aspirațiile viitoare în carieră. Astfel, în funcție de potențialul și ambiția fiecărui membru din echipă, se construiește un Plan de Dezvoltare Personală (PDP) unde se definesc obiectivele de dezvoltare și cum pot fi atinse. În anul fiscal 2023, am efectuat evaluări de performanță pentru 100% dintre angajații noștri.

Măsurăm eficiența acțiunilor noastre printr-un sistem care evaluează progresul în raport cu obiectivele și țintele predefinite. Indicatorii pe care îi urmărim includ ratele de retenție ale angajaților, ratele de finalizare a programelor de formare și aplicarea noilor competențe la locul de muncă. Evaluările periodice ne asigură că rămânem pe drumul cel bun pentru a ne îndeplini angajamentele.

În plus, ne asigurăm că anumite cunoștințe tehnice sunt predate mai departe în cadrul echipelor, mai ales în cazul colegilor care părăsesc organizația în urma pensionării.

Ore de formare	Valoare
Numărul total de ore de formare privind politicile în domeniul drepturilor omului, per angajat	0.75
Numărul total de ore de formare pentru angajații din management	95.7
Numărul total de ore de formare profesională pentru angajați	35037
Ore medii de formare	
Angajați de sex feminin	
< 30 de ani	19,8
>50 de ani	30,4
30 - 50 de ani	25,8
Angajați de sex masculin	
< 30 de ani	33,1
>50 de ani	33,2
30 - 50 de ani	35,1



Angajamentul față de comunități

Sustenabilitatea în cadrul companiei noastre este legată și de relația pe care o avem cu comunitățile în care activăm. Pentru că operațiunile noastre au un impact asupra comunităților locale, căutăm oportunități de a susține organizațiile locale.



Abordarea noastră

Considerăm că cea mai relevantă contribuție a noastră la bunăstarea socio-economică a comunităților din care facem parte este prin locurile de muncă pe care le creăm, prin afacerile pe care le susținem și prin taxele și impozitele pe care le plătim. Facem acest lucru prin oferirea unor salarii echitabile pentru angajații noștri din comunitățile locale și prin susținerea indirectă a angajaților colaboratorilor noștri.



Progresul nostru

Demonstrăm un angajament ferm față de susținerea furnizorilor locali, având un număr de peste 600 de furnizori locali și achiziționând peste 70% din materiile prime folosite de la furnizori locali. Această politică nu numai că susține economia locală și comunitățile, dar contribuie și la reducerea distanței parcurse pentru transportul materiilor prime.

În plus, prin parteneriate cu organizațiile non-guvernamentale, contribuim la susținerea diferitelor proiecte și inițiative civice. În anul 2023 am susținut o serie de organizații non-guvernamentale cu peste 2 milioane de lei.

Am colaborat cu o serie de organizații non-guvernamentale care implementează proiecte în județele în care suntem prezenți. Printre acestea se numără Asociația Caritas Alba Iulia - Asistență Medicală și Socială, Asociația Club Sportiv Sículus Cycling Club, Asociația Comunitară Aktiv Kozelet Egyesulet, Asociația Serviciul de ajutor maltez în România.

În plus, am susținut echipe sportive de tradiție din cele trei comunități în care avem fabrici în domenii precum fotbal, hochei pe gheață, ciclism și am contribuit la organizarea principalelor evenimente locale.



Consum responsabil

- Branduri 0.0%
- Adresarea consumului dăunător
- Moderație





Alegeri responsabile: branduri cu 0.0% alcool

Pe măsură ce preferințele de consum ale consumatorilor se schimbă, există o tendință globală în creștere pentru consumul moderat de alcool. Studiile¹ indică faptul că 67% dintre consumatori preferă variantele cu conținut scăzut de alcool sau non-alcoolice.



Abordarea noastră

În cadrul strategiei noastre de sustenabilitate, la nivel global, ne-am propus să avem o opțiune cu zero alcool pentru două branduri strategice în majoritatea piețelor (ce reprezintă minim 90% din business-ul nostru la nivel global), furnizând astfel o alternativă pentru toți consumatorii noștri. Ne-am luat astfel angajamentul să dezvoltăm această categorie și să investim în crearea unor băuturi cu 0.0% alcool de înaltă calitate, astfel încât să oferim o opțiune non-alcoolică oricând și oriunde.



Progresul nostru

În portofoliul nostru, oferim opțiuni variate pentru consumatori, cu accent pe portofoliul nostru de produse cu 0.0% alcool.

Pe plan local, încurajăm consumul responsabil prin oferirea a șapte opțiuni cu 0.0% alcool: Heineken 0.0, Birra Moretti 0.0, Ciuc Radler 0.0 cu patru variante și Golden Brau 0.0. Aceste opțiuni non-alcoolice răspund preferințelor diverse ale consumatorilor și subliniază angajamentul nostru prin care le oferim acestora posibilitatea de a alege.



¹Global Data, Moderation & Avoidance 2023



Alegeri responsabile: etichetare și marketing

O altă direcție a strategiei noastre de sustenabilitate este legată de etichetarea produselor noastre, obiectivul fiind să avem până la finalul anului 2023 informații clare și transparente pe 100% din produsele noastre prin implementarea Politicii Globale de Etichetare.

În anul 2023, ne-am asigurat că toate produsele noastre au fost etichetate clar și corect pentru a ajuta consumatorii să ia decizii informate și să poată alege produse adecvate pentru fiecare ocazie, cu alcool sau fără. Conform cerințelor Politicii Globale de Etichetare, informațiile obligatorii trebuie să fie prezentate pe etichete într-un mod ușor de înțeles, clar, lizibil, plasate astfel încât să fie ușor de citit pentru consumatori. Aceste informații includ descrierea produsului, adresa de contact, lista ingredientelor, alergenii, informațiile nutriționale, cantitatea netă, conținutul de alcool (ABV), simbolurile de avertizare privind alcoolul, codul QR, site-ul mărcii, codul de bare și indicația lotului, simbolurile de reciclare a ambalajului și data optimă de consum. Subliniem importanța transparenței și a accesului la informații clare despre consumul de alcool prin includerea unui cod QR pe ambalajele produselor alcoolice și non-alcoolice (exemplu foto dreapta),

care direcționează consumatorii către o pagină web cu informații suplimentare despre alcool și sănătate. Această inițiativă face parte din eforturile noastre de a oferi consumatorilor resursele necesare pentru a lua decizii informate legate de consumul de alcool. Ne angajăm întotdeauna să protejăm confidențialitatea consumatorilor noștri, conform legislației europene și naționale, gestionând cu grijă datele personale și respectând dreptul la intimitate. În anul 2023 nu am primit reclamații fondate cu privire la încălcări ale clauzelor privind protecția datelor cu caracter personal și la pierderi de date cu caracter personal.

Marketing responsabil

Acordăm o atenție deosebită și principiilor de marketing responsabil, recunoscând rolul important pe care îl avem în a contura perspective și comportamente responsabile. Am implementat Codul privind marketingul responsabil care se adresează gamei de produse cu alcool redus și fără alcool (Low & Non alcohol), dar și inițiativelor noastre de comunicare și sponsorizărilor pe care le facem. Fiecare dintre cei implicați în comercializarea și vânzarea mărcilor noastre este responsabil pentru implementarea **Codului**.



Toate ambalajele noastre primare și secundare includ sigla Enjoy Responsibly.



Adresarea consumului dăunător de alcool



Abordarea noastră

Suntem conștienți că un consum de alcool ridicat poate avea efecte nocive și ne-am propus să susținem acele inițiative care adresează consumul dăunător de alcool. La nivel global, ne-am propus ca obiectiv al strategiei noastre de sustenabilitate Brew a Better World ca în fiecare țară în care HEINEKEN operează să existe câte un parteneriat în această direcție.



Progresul nostru

Pe plan local, am dezvoltat parteneriatul cu organizația non-guvernamentală Aliat pentru Sănătatea Mintală (ALIAT) pentru susținerea programului de prevenție și tratare a abuzului și a dependenței de alcool din România, parteneriat început în 2009. Am continuat să susținem misiunea ALIAT și programul **Alcoholp** și în anul 2023. Printre cele mai importante inițiative de care au beneficiat peste 17.000 de persoane în perioada de raportare se numără:

- **Alcoline 9335** - linie de suport dedicată persoanelor care se confruntă cu un consum problematic de alcool și familiilor acestora. Un specialist preia apelurile și oferă sprijin și îndrumare celor care se confruntă cu această problemă, în funcție de fiecare caz în parte.
- Înființarea de noi centre ALCOINFO în spitale, prin care se asigură asistență și realizarea de teste AUDIT pentru depistarea consumului problematic de alcool.
- Alcoholp.ro, o platforma on-line care oferă o serie de resurse gratuite pentru identificarea și tratarea consumului nociv.
- Aplicația AlcoHelp pentru monitorizarea consumului de alcool prin care utilizatorii și-au putut evalua impactul pe care îl are consumul asupra sănătății și-au putut seta obiective pentru reducerea acestuia.

Abuzul de
ALCOOL
este
ASOCIIAT cu
60 de tipuri de
BOLI

Un ficat  +
sănătos
metabolizează
aproximativ
10g alcool PUR/ORĂ 

1 Băutură

=

10g ALCOOL PUR 100%

care se regăsesc cu aproximație în

 **1** bere mică (330 ml) *Sau*  **1** pahar de vin (125 ml) *Sau*  **1** shot de țărle (30 ml)

1 unitate CONTINE aproximativ **70 Kcal**

aliat

Alcoholp
www.alcoholp.ro

Esti 
Sănătos?

Sursa: Anderson P, Baumberg B. Alcohol in Europe. A public health perspective Institute of Alcohol Studies



Adresarea consumului dăunător de alcool

În plus, ALIAT a organizat o nouă ediție a testării naționale, desfășurată de această dată pe durata a treizeci de zile și beneficiind de sprijinul Institutului Național de Sănătate Publică. Românii au fost invitați să-și evalueze consumul propriu de alcool și să afle, în funcție de scorul obținut la cele 10 întrebări ale chestionarului **AUDIT**, cât de mare este riscul pentru sănătate asociat consumului lor de alcool.

De asemenea, în anul 2023 a avut loc și Caravana Alcohelp. Caravana este o inițiativă axată pe măsuri de evaluare a consumului personal de alcool și de prevenire a consumului problematic, în cadrul căreia specialiștii ALIAT merg în comunități către cei care ar putea avea nevoie de ajutorul lor.

HEINEKEN România, împreună cu Poliția Locală și voluntarii proiectului, au completat inițiativa cu o acțiune de conștientizare derulată în rândul șoferilor cu privire la pericolele consumului de alcool la volan. Pentru a-i încuraja pe aceștia să aleagă opțiunile fără alcool atunci când sunt la volan, voluntarii le-au oferit șoferilor bere Heineken 0.0 (zero alcool), alături de materiale informative.

Tot pentru adresarea consumului nociv de alcool, în anul 2023, alături de Asociația Berarii României, ne-am reafirmat angajamentul de a promova un

comportament responsabil la volan, prin campania "Nici măcar un pahar". Mesajele s-au axat pe conștientizarea riscurilor pe care le presupune condusul mașinii sub influența alcoolului, în contextul introducerii unor pedepse mult mai dure în cazul accidentelor cu victime provocate de șoferi care au consumat alcool (Legea Anastasia).

Campania a fost vizibilă în presă, digital și social media și a ajuns la o audiență de peste 200.000 de persoane.



Peste
600.000 lei
investiți în programe care
adresează consumul nociv în 2023



Promovarea consumului moderat



Abordarea noastră

Grupul HEINEKEN are o istorie îndelungată în utilizarea mărcilor sale pentru a face consumul moderat și responsabil să fie perceput ca fiind "cool". Prin vizibilitatea brandurilor noastre și a parteneriatelor, ne asigurăm că mesajul nostru este comunicat către consumatori prin campanii care stimulează conștientizarea asupra consumului moderat de alcool. "Enjoy Heineken® Responsibly" este angajamentul nostru de a încuraja consumul de bere în mod responsabil și moderat.

Unul dintre obiectivele strategiei noastre de sustenabilitate este ca, anual, **10% din bugetul media** al Heineken® să fie investit în campanii destinate consumului responsabil, ajungând la 1 miliard de consumatori global.



Progresul nostru

În anul 2023, prin campania "Riding is still driving" implementată în România, brandul Heineken a încurajat consumatorii să nu se urce la volan, pe bicicletă, pe scuter sau trotinetă după ce au consumat alcool. Tot în acest an, piloții de Formula 1 Sergio Perez și Daniel Ricciardo s-au alăturat inițiativei de a consuma Heineken în mod responsabil și au fost protagoniștii unei campanii globale în parteneriat cu aplicația de ridesharing Uber, prin care consumatorii din mediul digital au primit vouchere de discount în încercarea de a preveni condusul sub influența alcoolului.



În România, ne-am angajat să promovăm consumul moderat de alcool prin comunicarea campaniilor globale "When You Drive, Never Drink" și "Riding is still driving", sub umbrela "Enjoy Heineken® Responsibly", cu un mesaj împotriva condusului sub influența alcoolului.



Pe plan local, am alocat 8% din bugetul media al brandului Heineken în anul 2023 pentru promovarea consumului responsabil. Prin campaniile noastre, mesajele au ajuns la peste 4 milioane de utilizatori unici și au generat peste 8 milioane de impresii. Pe lângă recordul de vizualizări și impresii generate, prin parteneriatul cu Uber am reușit să oferim unui număr de peste 15.000 de consumatori posibilitatea de a călători în siguranță prin aplicația de ridesharing Uber, oferindu-le prin mediul online vouchere de discount.



Principiile HEINEKEN

▪ Codul de conduită ▪ Drepturile omului





Standardul de conduită HEINEKEN

Pe parcursul anului 2023, HEINEKEN România a aplicat prevederile **Codului de conduită în Afaceri**, politicile, regulile și procedurile dezvoltate și implementate în cadrul Grupului HEINEKEN. Codul de conduită se aplică tuturor salariaților HEINEKEN, indiferent de senioritate sau departament. Respectăm principiile cheie ale codului acționând întotdeauna cu integritate, în acord cu legislația, tratăm pe toată lumea cu respect și corectitudine, suntem dedicați sustenabilității și responsabilității, purtăm conversații reale și luăm atitudine.

Printre punctele principale incluse în codul de conduită se numără cele trei direcții menționate în capitolele anterioare legate de consumul responsabil, promovarea sănătății și a siguranței la locul de muncă și construirea unui mediu de lucru care țină cont de principiile diversității, echității și incluziunii.

În plus, codul de conduită prevede și o serie de aspecte legate de hărțuire, concurență, toleranță 0 față de darea/luarea de mită și conflictele de interese, dar și aspecte legate de spălarea de bani, comportamentul fraudulos, confidențialitatea informațiilor, datele cu caracter personal și cele cu caracter intelectual și tranzacțiile bazate pe informații privilegiate.

Pe parcursul anului financiar 2023, rata de parcurgere a trainingului dedicat Codului de conduită de către angajați a fost de 100%.

În anul 2023 nu am avut acțiuni în justiție privind comportamentul anticoncurențial și încălcările legislației antitrust și monopolului. Angajații și partenerii sunt încurajați să raporteze orice comportament care nu respectă Codul de conduită prin intermediul serviciului **"Speak up/Luați atitudine!"** care permite raportarea confidențială a informațiilor. În anul 2023 am avut înregistrate 0.5 rapoarte/100 FTE și nu am avut acțiuni în justiție privind comportamentul anticoncurențial și încălcările legislației antitrust și monopolului.

Politica privind mituirea

La HEINEKEN, gestionăm relațiile de afaceri cu integritate, respingând fără excepție orice act de mituire. Această poziție fermă este fundamentul politicii noastre anti-mită, care este implementată pentru a ne asigura că toate activitățile noastre se desfășoară în conformitate cu cele mai înalte standarde etice.

Ne angajăm să lucrăm într-un mod în care nu acceptăm, nu solicităm, nu inițiem, nu acordăm, nu oferim, nu promitem și nu autorizăm mita, indiferent de circumstanțe sau beneficiar. Conștienți de legislația anti-mită adoptată la nivel global, ne asigurăm că toate acțiunile noastre sunt transparente și nu lasă loc de interpretări greșite care ar putea afecta reputația HEINEKEN sau a angajaților noștri.

Monitorizăm constant procesele noastre pentru a detecta și a preveni orice potențială conduită necorespunzătoare. Politica privind mituirea este supusă unei revizuirii periodice pentru a se asigura că rămâne relevantă și eficientă în fața schimbărilor legislative și a celor mai bune practici din industrie.

Pe parcursul anului financiar 2023, rata de parcurgere a trainingului anti-corupție și anti-mită de către angajați a fost de 96%.



În cadrul perioadei de raportare pentru anul 2023, nu am avut cazuri de corupție înregistrate.

Respectarea drepturilor omului

Încă de la procurarea ingredientelor și până când băuturile noastre sunt savurate de consumatori, suntem preocupați ca cei implicați să fie tratați cu respect, egalitate și demnitate, fără discriminare și exploatare. Ne supunem legilor și reglementărilor Uniunii Europene și celor naționale și ne-am aliniat politicile noastre privind drepturile omului conform standardelor internaționale.

Ne informăm partenerii de afaceri cu privire la Codul de conduită în afaceri și la Politica noastră privind drepturile omului și îi încurajăm să respecte standardele prevăzute în aceste documente. Pentru perioada de raportare a anului 2023, nu am înregistrat incidente de discriminare. Continuăm să monitorizăm și să evaluăm politicile noastre pentru a preveni astfel de incidente și în viitor.

Recunoaștem că dreptul la asociere și negociere colectivă este fundamental. În operațiunile noastre cât și la furnizori pe perioada de raportare a anului 2023, nu am identificat riscuri ridicate în acest domeniu. Toți angajații noștri au dreptul de a-și exercita libertatea de asociere și de a participa la negocieri colective. În cadrul companiei noastre, Contractul Colectiv de Muncă este negociat de către Sindicatul Național și Comitetul Executiv.

Nu tolerăm munca minorilor și respectăm și implementăm cu rigurozitate Politica pentru drepturile omului pentru a combate acest risc. În cursul anului, nu am identificat operațiuni sau furnizori cu risc ridicat pentru munca prestată de minori. De asemenea, munca forțată sau obligatorie este contrară valorilor HEINEKEN. În anul 2023 nu am identificat operațiuni sau furnizori unde există un risc ridicat de muncă forțată sau obligatorie.



Susținem dreptul angajaților de a negocia colectiv. În perioada de raportare 100% dintre angajații noștri erau acoperiți de contracte colective de muncă. Menținem și îmbunătățim acest aspect prin dialog continuu cu reprezentanții angajaților.



Raportarea conform Taxonomiei Uniunii Europene

Informații generale

Taxonomia Uniunii Europene reprezintă un set de criterii comune stabilite de către Comisia Europeană cu scopul final de a direcționa fluxurile de capital către activități mai sustenabile și de a facilita realizarea obiectivelor sociale și de mediu ale Pactului Verde European. Regulamentul Taxonomiei (UE) 2020/852 impune companiilor mari să publice informații cu privire la modul și măsura în care fluxurile lor de capital sunt canalizate către activități economice durabile din punctul de vedere al celor șase obiective de mediu:

- a. **atenuarea schimbărilor climatice**
- b. **adaptarea la schimbările climatice**
- c. **utilizarea durabilă și protecția resurselor de apă și a celor marine**
- d. **tranziția către o economie circulară**
- e. **prevenirea și controlul poluării**
- f. **protecția și refacerea biodiversității și a ecosistemelor.**

Pentru fiecare dintre aceste obiective, companiile trebuie să evalueze dacă activitățile lor economice intră în domeniul de aplicare al regulamentului. Pentru activitățile economice aplicabile, este necesar să se raporteze valoarea și proporția din cifra de afaceri, cheltuielile de capital ("CapEx") și cheltuielile de exploatare ("OpEx") care poate fi considerată "eligibilă" și ce pondere a acestora este "alinată" din punctul de vedere al taxonomiei. Pentru ca o activitate economică să fie aliniată, aceasta ar trebui să aducă o contribuție substanțială la unul sau mai multe dintre

obiectivele de mediu, cu condiția să nu aducă prejudicii semnificative celorlalte obiective ("DNSH") și ca întreprinderea, în ansamblul său, să respecte garanțiile minime.

Metodologia de calcul și raportarea

HEINEKEN România se conformează Regulamentul Taxonomiei de la intrarea în vigoare a acestuia. În anul 2023, am continuat procesul de analiză a aplicabilității Taxonomiei UE prin identificarea activităților eligibile și aliniate, cuantificate prin indicatorii cheie de performanță: cifra de afaceri (%), CapEx (%) și OpEx (%).

Procesul de identificare a activităților eligibile și aliniate a fost realizat prin analiza Regulamentului Delegat (UE) 2021/2139, cu modificările și completările ulterioare, și Regulamentului Delegat (UE) 2023/2486, iar calcularea indicatorilor HEINEKEN a fost realizată conform prevederilor prezentate în anexa I la Regulamentul Delegat (UE) 2021/2178. În ceea ce privește noile activități economice referitoare la apă, poluare, biodiversitate și circularitate publicate prin Regulamentului Delegat (UE) 2023/2486, în vigoare din 2023, am evaluat noile cerințe și nu am identificat activități suplimentare eligibile care să influențeze raportarea. De asemenea, luând în considerare criteriile de aliniere, după parcurgerea acestora, nu am identificat activități aliniate. Prin urmare, ponderea cheltuielilor aliniate pentru anul 2023 este 0%. HEINEKEN România a pregătit acest raport în baza informațiilor disponibile. Abordarea privind raportarea va fi ajustată pe măsură ce vor apărea noi modificări legislative.





Cifra de afaceri

HEINEKEN România se ocupă cu fabricarea berii și a cidrului, activitate asociată codului CAEN 1105.

Așadar, cifra de afaceri a companiei, reprezentând **1.705.527.726 RON**, așa cum reiese din raportarea financiară anuală din exercițiul financiar 2023, este bazată pe produsele oferite de compania noastră, în forma diverselor brand-uri aflate sub umbrela HEINEKEN România. Conform regulamentelor delegate anterior menționate, niciuna dintre activitățile economice asociate cifrei noastre de afaceri nu se regăsește în activitățile cuprinse de taxonomie la momentul calculării indicatorilor. Așadar, indicatorul definit de Articolul 8(2) punctul (a) al Regulamentului (UE) 2020/852 referitor la procentul din cifra de afaceri are valoarea 0%.

Cheltuielile de capital

Procesul de calcul al acestui indicator, așa cum este regăsit în Regulamentul (UE) 2021/2178, este bazat pe identificarea acelor activități care au reprezentat cheltuieli de capital legate de achiziționarea de produse provenite din activități economice aliniate la taxonomie și de măsuri individuale de facilitare a activităților-țintă menite să reducă emisiilor de carbon sau să conducă la reduceri ale emisiilor de gaze cu efect de seră (numărător) din totalul cheltuielilor de capital (numitor).

Activitățile identificate ca fiind eligibile din perspectiva cheltuielilor de capital au fost următoarele:

- 4.24. Producerea de energie termică pentru încălzire/răcire din bioenergie
- 5.1. Construirea, extinderea și exploatarea sistemelor de colectare, tratare și furnizare a apei
- 5.6. Digestia anaerobă a nămolurilor de epurare

- 7.1. Construirea de clădiri noi
- 7.2. Renovarea clădirilor existente
- 7.3. Instalarea, întreținerea și repararea echipamentelor pentru eficiență energetică

Numitorul CapEx a reprezentat, pentru anul 2023, **141.323.405 RON**. Acesta acoperă adaosurile la imobilizările corporale și necorporale în cursul exercițiului financiar 2023, înainte de depreciere, amortizare și orice reevaluări. Cheltuielile de capital au fost calculate conform reglementărilor statutare, fiind excluse contractele de leasing conform IFRS 16. Numărătorul CapEx însumează **20.306.974 RON**, adică aproximativ **14,4%** din totalul CapEx au reprezentat cheltuieli eligibile.

Cheltuielile operaționale

Calcularea indicatorului OpEx, definit de Regulamentul (UE) 2021/2178, a constat în identificarea acelor activități care au generat cheltuieli de exploatare legate de achiziționarea de produse provenite din activități economice aliniate la taxonomie și de măsuri individuale de facilitare a activităților-țintă menite să reducă emisiilor de carbon sau să conducă la reduceri ale emisiilor de gaze cu efect de seră (numărător) din totalul cheltuielilor de exploatare (numitor). Activitățile identificate ca fiind eligibile din perspectiva cheltuielilor operaționale au fost următoarele:

- 4.24. Producerea de energie termică pentru încălzire/răcire din bioenergie
- 4.31. Producerea de energie termică pentru încălzire/răcire din combustibili gazeși fosili într-un sistem eficient de termoficare și răcire centralizată
- 5.1. Construirea, extinderea și exploatarea sistemelor de colectare, tratare și furnizare a apei

- 5.3. Construirea, extinderea și exploatarea sistemelor de colectare și tratare a apelor reziduale
- 5.6. Digestia anaerobă a nămolurilor de epurare
- 7.2. Renovarea clădirilor existente
- 7.5. Instalarea, întreținerea și repararea instrumentelor și dispozitivelor pentru măsurarea, reglarea și controlul performanței energetice a clădirilor
- 7.6. Instalarea, întreținerea și repararea tehnologiilor din domeniul energiei din surse regenerabile

Numitorul OpEx 2023 însumează **30.634.850 RON**, reprezentând cheltuielile direct legate de întreținerea curentă, funcționarea continuă și eficace a imobilizărilor corporale, precum și costurile necapitalizate directe legate de întreținere și reparații și costurile aferente contractelor de leasing pe termen scurt. Numărător OpEx calculat conform taxonomiei a fost de **1.155.845 RON**, reprezentând 3,8% din totalul cheltuielilor de exploatare la nivelul companiei.

Activități nucleare și legate de gazele fosile

Regulamentul Delegat (UE) 2022/1214 a fost, de asemenea, inclus în evaluarea eligibilității. În urma acestei analize s-a determinat că activitatea 4.31. Producerea de energie termică pentru încălzire/răcire din combustibili gazeși fosili într-un sistem eficient de termoficare și răcire centralizată este o activitate eligibilă. Pentru anul 2023 au fost înregistrate doar valori OpEx asociate acestei activități, acestea fiind raportate în totalul OpEx prezentat mai sus.

Tabelele aferente taxonomiei sunt disponibile [aici](#).



Indexul de conținut Standarde GRI

Declarație de utilizare

HEINEKEN România a realizat acest raport folosind Standardele de raportare GRI dezvoltate de Organizația Global Reporting Initiative

GRI 1 folosit

GRI 1: Fundament 2021

Standard GRI	Informații	Pagina	Omisiuni		
			Cerințe omise	Motive	Explicație
GRI 2: Informații generale 2021	2-1 Detaliile organizației	5,8			
	2-2 Entități incluse în raportarea de sustenabilitate a organizației	5			
	2-3 Perioada de raportare, frecvența și punctul de contact	5			
	2-6 Activități, lanțul valoric și alte relații de afaceri	10, 11			
	2-7 Angajați	9			
	2-9 Structura și componența guvernării	12			
	2-10 Nominalizarea și selecția celui mai înalt organ de guvernare	12			
	2-11 Președintele celui mai înalt organism de guvernare	12			
	2-12 Rolul celui mai înalt organism de guvernare în supravegherea managementului impactului	12			
	2-13 Delegarea responsabilității pentru gestionarea impactului	12			
	2-14 Rolul celui mai înalt organism de guvernare în raportarea de sustenabilitate	12			
	2-15 Conflicte de interes	12, 39			
	2-16 Comunicarea preocupărilor critice				



Indexul de conținut Standarde GRI

Standard GRI	Informații	Pagina	Omisiuni		
			Cerințe omise	Motive	Explicație
GRI 2: Informații generale 2021	2-17 Cunoștințe colective ale celui mai înalt organ de guvernare	12			
	2-19 Politici de remunerare	26			
	2-20 Procesul de determinare a remunerației			Confidențialitate	Informații cu caracter personal legate de oferta salarială
	2-21 Ratele de compensare anuale	2-21-1, 2, 3, 4, 5		Confidențialitate	Informații cu caracter personal legate de oferta salarială
	2-22 Declarație privind strategia de dezvoltare durabilă	12			
	2-23 Angajamente referitoare la politici	11, 13, 26, 39-40			
	2-24 Încorporarea angajamentelor referitoare la politici	20, 22, 26, 31, 33			
	2-25 Procese de remediere a impacturilor negative	11, 18			
	2-26 Mecanismele de solicitare a consultanței și de exprimare a preocupărilor	5, 6			
	2-27 Respectarea legilor și reglementărilor	13, 23, 39, 40, 41			
	2-28 Asocieri și afilieri	14			
	2-29 Abordarea implicării părților interesate	6, 7, 13			
	2-30 Contracte colective de muncă	40			
Economie					
GRI 3: Aspecte materiale 2021	3-1 Procesul de determinare a subiectelor materiale	6, 7			
	3-2 Lista subiectelor materiale	6, 7			
	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	6, 7			



Indexul de conținut Standarde GRI

Standard GRI	Informații	Pagina	Omisiuni		
			Cerințe omise	Motive	Explicație
GRI 205: Anti corupție 2016	205-1 Operațiuni evaluate pentru identificarea riscurilor asociate prevederilor codului de conduită	39			
	205-2 Comunicare și instruire cu privire la politicile și procedurile anticorupție	39, 40			
	205-3 Incidente confirmate privind corupția și măsuri luate: Numărul de cazuri de corupție confirmate	39			
GRI 207: Fiscalitate 2019	207-1 Abordarea fiscală	13			
	207-2 Guvernanța fiscală, controlul și managementul riscurilor	13			
	207-3 Implicarea părților interesate și gestionarea preocupărilor legate de impozitare	13			
GRI 204: Practici de achiziții 2016	204-1 Numărul total de furnizori locali	31			
Mediu					
GRI 3: Aspecte materiale 2021	3-1 Procesul de determinare a subiectelor materiale	6, 7			
	3-2 Lista subiectelor materiale	6, 7			
	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	6, 7			
GRI 306: Deseuri 2020	306-1 Generarea de deșeuri și impacturi semnificative legate de deșeuri	19, 20, 21			
	306-2 Gestionarea impacturilor semnificative legate de deșeuri	19, 20, 21			
	306-3 Deșeuri generate	21			



Indexul de conținut Standarde GRI

Standard GRI	Informații	Pagina	Omisiuni		
			Cerințe omise	Motive	Explicație
GRI 3: Subiecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	19, 20, 21			
GRI 303: Apă și efluenți 2018	303-1 Administrarea apei ca resursă comună	22, 23			
GRI 302: Energie 2016	302-1 Consumul de energie în cadrul organizației	4, 17, 18			
Social					
GRI 3: Aspecte materiale 2021	3-1 Procesul de determinare a subiectelor materiale	25, 26			
	3-2 Lista subiectelor materiale	25, 27			
	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	25, 28			
GRI 401: Angajarea 2016	401-1 a Angajări noi	9			
	401-3 Concediul pentru creșterea copilului	26			
GRI 404: Instruire și educație 2016	404-1 Orele medii de instruire per angajat, anual	30			
	404-2 Programe pentru îmbunătățirea competențelor angajaților și programe de asistență pentru tranziție	29, 30			
	404-3 Procentul de angajați care primesc o evaluare regulată a performanței și a dezvoltării carierei	30			
GRI 405: Diversitate și egalitate de șanse 2016	405-1 Diversitatea organismelor de conducere și a angajaților	25, 26			
GRI 415 : Politici Publice	405-1 Diversitatea organelor de conducere și a angajaților	25			



Indexul de conținut Standarde GRI

Standard GRI	Informații	Pagina	Omisiuni		
			Cerințe omise	Motive	Explicație
GRI 403: Sănătatea și siguranța în muncă 2018	403-1 Sistem de management al sănătății și securității în muncă	27			
	403-2 Identificarea riscurilor și investigarea incidentelor	27			
	403-6 Promovarea sănătății angajaților	27			
	403-8 Lucrătorii care beneficiază de un sistem de management al sănătății și securității în muncă	27			
	403-9 Accidente de muncă	28			
	403-10 Boli profesionale	28			
GRI 413: Comunități Locale 2016	413-1 Operațiuni cu implicarea comunității locale, evaluări ale impactului și programe de dezvoltare	31			
	Non GRI: Achiziții de materii prime de la furnizori locali	10,11			
	Non GRI: Implicare în comunități	31			
Responsabilitate					
GRI 417: Cerințe pentru etichetarea produselor și incidente de non-conformare	417-1 Cerințe privind etichetarea și informații despre produse și servicii	34			
	Non-GRI: Programe și campanii pentru promovarea consumului moderat de alcool și adresarea consumului nociv	33, 35, 36			
GRI 418: Confidențialitatea datelor cu caracter personal 2016	418-1 Reclamații fondate cu privire la încălcări ale clauzelor privind protecția datelor cu caracter personal și la pierderi de date cu caracter personal	34			



Indexul de conținut Standarde GRI

Standard GRI	Informații	Pagina	Omisiuni		
			Cerințe omise	Motive	Explicație
Principiile HEINEKEN					
GRI 3: Aspecte materiale 2021	3-3 Gestionarea subiectelor materiale	39			
GRI 406: Non-discriminare 2016	406-1 Incidente de discriminare și măsuri corective întreprinse: Numărul de incidente de discriminare înregistrate	40			
GRI 206: Comportament anti competitiv 2015	GRI 206-1 Acțiuni legale legate de practici competitive și antitrust	39			
GRI 205: Anti corupție 2016	205-1 Operațiuni evaluate pentru identificarea riscurilor asociate prevederilor codului de conduită	39			
GRI 406: Non-discriminare 2016	406-1 Incidente de discriminare și măsuri corective întreprinse	40			
GRI 407 : Libertatea de asociere și negocieri colective	407-1 Operațiuni și furnizori unde încălcarea dreptului la asociere și negocieri colectivă are un grad de risc ridicat	40			
GRI 408 : Munca prestată de minori	408-1 Operațiuni și furnizori cu grad ridicat de risc pentru munca prestată de minori	40			
GRI 409 : Munca forțată	409-1 Operațiuni și furnizori cu grad ridicat de risc pentru muncă forțată sau obligatorie	40			



Pentru o serie de indicatori cheie de performanță specifici am obținut o opinie de asigurare externă din partea Forvis Mazars. Concluzia acestui proces, conform raportului de asigurare, se regăsește mai jos. Raportul integral poate fi citit pe website-ul **HEINEKEN România**.

“În baza procedurilor efectuate și a probelor obținute, nimic nu ne-a atras atenția în sensul de a ne face să credem că Indicatorii Cheie de Performanță incluși în Anexa 1 și prezentați în Raportul de Sustenabilitate al Societății pentru anul încheiat la 31.12.2023 nu au fost întocmiți, în toate aspectele semnificative, în conformitate cu Criteriile.”



**Raport de sustenabilitate
HEINEKEN România
2023**