

**Heineken**  
Romania S.A.

Raport de Sustenabilitate 2010

# Brewing a Better Future



## Cuprins

01 Introducere

### IMPROVE

05 Green Brewer  
07 Green Commerce

### EMPOWER

09 Engaging Employees  
10 Heineken Cares

### IMPACT

12 Responsible Consumption  
13 Partnerships for Progress

## Profilul companiei

### Heineken Romania S.A.

Heineken România face parte din grupul Heineken, care are o tradiție de peste 145 de ani în industria fabricării berii. Heineken este cel mai mare producător de bere din Europa și al treilea din lume, după volum. Peste tot în lume, grupul Heineken și-a construit un portofoliu puternic, format din mărci naționale și internaționale, cu scopul de a le oferi clienților săi produse de calitate și experiențe memorabile.

Heineken România oferă cel mai diversificat portofoliu de mărci, acoperind toate segmentele pieței: Heineken, Silva, Silva Dark, Ciuc Premium, Golden Brau, Neumarkt, Bucegi, Edelweiss (import), Zipfer (import), Amstel (import), Birra Moretti (import), Krusovice (import), Foster's (import), Strongbow (import), Sol (import), Desperados (import), Gösser, Schlossgold, Gambrinus, Harghita și Hațegana.

În prezent, Heineken România deține 4 fabrici de bere situate în: Miercurea Ciuc, Constanța, Craiova și Târgu Mureș.

## Introducere

### Împreună putem face diferența



**Pentru Heineken România, Sustenabilitatea reprezintă un mod de a gândi, de a lucra și de a interacționa cu cei din jurul nostru. Sustenabilitatea face parte din cultura companiei noastre și se referă la acțiuni concrete, prin care putem aduce o contribuție pozitivă asupra societății, mediului înconjurător și comunităților în care ne desfășurăm activitatea.**

Pentru că Sustenabilitatea este una dintre prioritățile noastre, în 2010 am lansat componenta locală a agendei globale de Sustenabilitate, „*Brewing a Better Future*”. Aceasta este o abordare integrată, care acoperă toate ariile de activitate ale companiei și are obiective clare atât la nivel global, cât și la nivel local. „*Brewing a Better Future*” completează inițiativele locale de sustenabilitate deja existente.

Aceasta este cea de-a doua ediție a Raportului de Sustenabilitate Heineken România, menit să vă ofere o prezentare generală a rezultatelor pe care le-am înregistrat în 2010 în domeniul Sustenabilității.

În ceea ce privește modul în care am contribuit la **protejarea mediului înconjurător**, în 2010 am redus **consumul specific total de energie** (de la 176,6 MJ/hl în 2009 la 152,9 MJ/hl în 2010), **consumul specific de energie termică** (de la 103,2 MJ/hl în 2009 la 85,8 MJ/hl în 2010) și **consumul specific de energie electrică** (de la 8,2 kWh/hl în 2009 la 7,5 kWh/hl în 2010). Pentru toți cei trei indicatori am atins obiectivele stabilite pentru anul 2010.

În 2010 am **reduc** nivelul **consumului specific de apă**, de la 4,22 hl/hl în 2009 la 4,08 hl/hl în 2010.

**Emisiile specifice directe și indirecte de CO<sub>2</sub>** ale Heineken România au scăzut de la 9,2 kg CO<sub>2</sub>/hl în 2009 la 7,9 kgCO<sub>2</sub>/hl în 2010.

\*FTE – Full Time Equivalent – echivalent angajat cu program normal

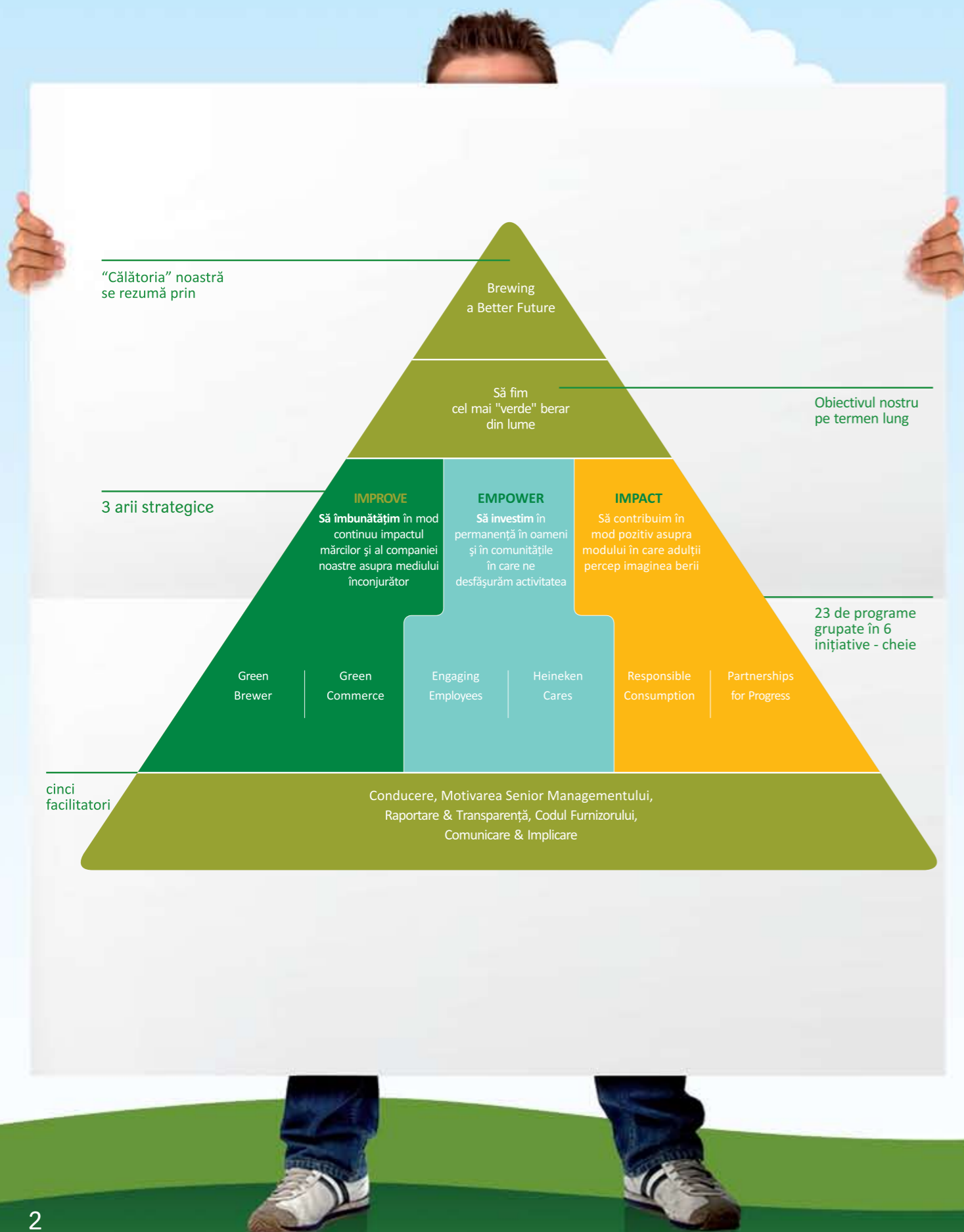
Din anul 2010, am început să investim în **frigidere** care folosesc tehnologii de **reducere a consumului de energie**, contribuind astfel la protejarea mediului înconjurător. Noile frigidere asigură un consum de energie redus cu până la 35% față de frigiderele obișnuite. Astfel, le oferim clienților noștri o bere rece, de calitate, cu un impact minim asupra mediului înconjurător. Tot în anul 2010, am sporit în mod continuu **eficiența sistemului de distribuție**.

**Angajații noștri** sunt deosebit de importanți pentru noi. În permanență luăm toate măsurile necesare pentru a reduce cât mai mult frecvența unor potențiale accidente. În 2010, **frecvența accidentelor** a scăzut la 0,1 cazuri/100 FTE\*, față de 0,3 cazuri/100 FTE, în 2009.

În ceea ce privește **societatea**, în anul 2010 am menținut și am dezvoltat parteneriatul cu **ALIAT**, principala organizație non-guvernamentală din România, care oferă servicii în domeniul dependenței de substanțe. Rezultatele din primul an de colaborare ne-au întărit convingerea că am răspuns unei nevoie reale a celor care se confruntă cu un consum abuziv de alcool.

În ciuda contextului economic din România anulii 2010, care nu a fost unul facil, am continuat să investim în programe de sustenabilitate și vom face acest lucru și în viitor. Față de anul 2009, am făcut progrese, însă suntem conștienți de faptul că mai avem multe lucruri de îmbunătățit. Compania noastră a pornit la drum către un viitor sustenabil, însă aceasta este o călătorie care solicită multă energie și angajament, voință și colaborare din partea tuturor partenerilor noștri. Numai împreună putem clădi o lume mai bună!

**Jan Derck van Karnebeek,**  
Managing Director Heineken România



„Brewing a Better Future” este strategia integrată a grupului Heineken, al cărei scop este transformarea companiei în cel mai „verde” berar din lume. Parte a grupului Heineken, în 2010, Heineken România a lansat componenta locală a agendei de Sustenabilitate, „Brewing a Better Future”. Aceasta se caracterizează printr-o viziune integrată, care cuprinde toate ariile de activitate ale companiei.

„Brewing a Better Future” este o călătorie care abia a început. Pentru a ne atinge obiectivul, vom investi pe termen lung în **mediu, comunități, oameni și parteneriate**. Acțiunile noastre sunt concentrate în jurul a trei direcții strategice:

- **IMPROVE:** Să îmbunătățim în mod continuu impactul mărcilor și al companiei noastre asupra mediului înconjurător
- **EMPOWER:** Să investim în permanență în oameni și în comunitățile în care ne desfășurăm activitatea
- **IMPACT:** Să contribuim în mod pozitiv asupra modului în care adulții percep imaginea berii

Am grupat 23 de programe specifice în 6 inițiative. Astfel, **Green Brewer și Green Commerce** descriu modul în care

contribuim în mod pozitiv asupra mediului în care ne desfășurăm activitatea, în timp ce **Engaging Employees și Heineken Cares** arată determinarea de a investi în angajații noștri și în comunitățile în care ne desfășurăm activitatea. Inițiativele **Responsible consumption și Partnership for progress** reprezintă acțiuni concrete prin care promovăm consumul responsabil și adresăm consumul abuziv de alcool.

„Brewing a Better Future” este condus de un Comitet Director format din reprezentanți ai departamentelor Supply Chain, Resurse Umane, Marketing, Legal & Public Affairs, Trade Marketing, Corporate Relations, coordonați de Managing Director.

Evoluția programelor din agenda de Sustenabilitate, „Brewing a Better Future”, este un subiect care se află în mod constant pe agenda Comitetului Director și este discutat în ședințele Echipei de Management ale companiei noastre.





# Improve



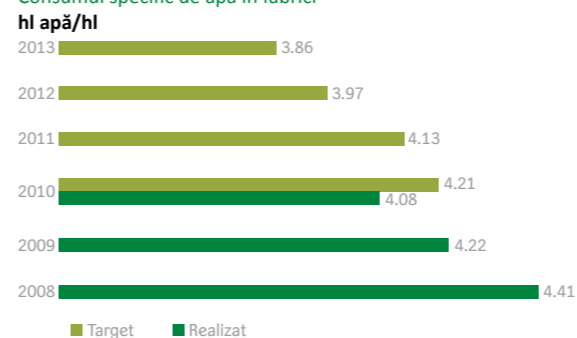
Heineken România a fost întotdeauna preocupată de protejarea mediului în care își desfășoară activitatea. De aceea am creat programul **Green Brewer**, care constă într-o serie de măsuri care au ca scop diminuarea consumului de apă, energie și energie electrică în fabrici, depozite și birouri și reducerea nivelului emisiilor de dioxid de carbon.

În anul 2010 am atins toate obiectivele stabilite pentru acești indicatori. Mai mult chiar, am înregistrat niveluri mai scăzute decât cele pe care ni le-am propus înainte de începerea anului pentru consumul specific de energie termică, consumul specific de energie electrică, consumul specific de apă și emisiile directe și indirecte de CO<sub>2</sub>.

## Green Brewer

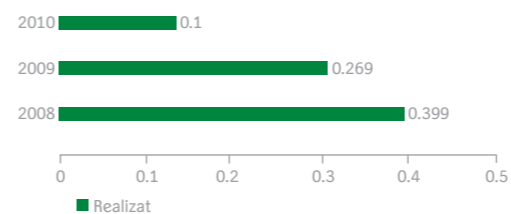
Apa are un rol esențial în activitatea pe care o derulăm, iar unul dintre obiectivele noastre este de a reduce cât mai mult cantitatea de apă pe care o consumăm în procesul de producție. **Consumul specific de apă** (cantitatea de apă pe care o utilizăm pentru a produce un hectolitru de bere) a scăzut de la 4,22 hl/hl în 2009 la 4,08 hl/hl în 2010, față de 4,21 hl/hl, valoarea obiectivului pentru anul trecut. Am obținut acest rezultat datorită echipelor care s-au ocupat de reducerea consumului de apă în fabricile Heineken România din Constanța, Craiova și Miercurea Ciuc.

### Consumul specific de apă în fabrici



Pe lângă atenția pe care o acordăm consumului de apă, calitatea **apei uzate**, pe care o returnăm în mediul înconjurător, este de asemenea importantă pentru noi. În acest sens, toate fabricile noastre sunt echipate cu stații de tratare a apei uzate, obiectivul nostru fiind îmbunătățirea permanentă a parametrilor de funcționare a acestora. Cantitatea kgCOD/hl (apa uzată pe care o eliberăm din unitățile noastre de producție fie către terțe stații de tratare a apei uzate sau direct în apa de suprafață), a scăzut în 2010 față de 2009, ajungând la valoarea de 0,1 kgCOD/hl. Aceste valori sunt în limitele legale impuse de legislația din România.

### Cantitatea de apă uzată pe care o eliberăm din unitățile de producție în stații de tratare a apei uzate sau direct în apa de suprafață\*



\*deviază de la raportarea standard Heineken

## Fabrica Heineken Romania din Craiova și-a redus consumul specific de energie termică cu 22% MJ/hl în 2010, față de 2009

Reducerea consumului de energie este o prioritate a companiei noastre. În permanență luăm toate măsurile necesare pentru a folosi energia într-un mod cât mai eficient, având astfel o contribuție pozitivă asupra mediului înconjurător. În 2010, toate fabricile Heineken România și-au redus consumul specific de energie termică față de anul precedent, însă Craiova a obținut cel mai bun rezultat în această privință, cu o scădere de 22% MJ/hl.

O serie de măsuri pe care le-am implementat și care ne-au permis creșterea eficienței și reducerea consumului de energie, ne-au permis să obținem aceste rezultate.

Sistemul de monitorizare și control zilnice pentru sectorul de utilități, adresarea directă a pierderilor de energie, analizele permanente ale anomaliilor și rezolvarea imediată a acestora sunt doar câteva dintre măsurile care ne-au ajutat să scădem consumul specific de energie termică în fabrica Heineken România din Craiova. În plus, am îmbunătățit eficiența centralei de aburi, ceea ce ne-a permis să reducem pierderile în producția de aburi. Pe lângă toate acestea, am izolat conductele de transport al aburului.

Respectarea mediului înconjurător în care ne desfășurăm activitatea și influențarea lui în mod pozitiv sunt priorități ale agendei noastre de sustenabilitate, pentru realizarea căreia ne concentrăm toate eforturile.

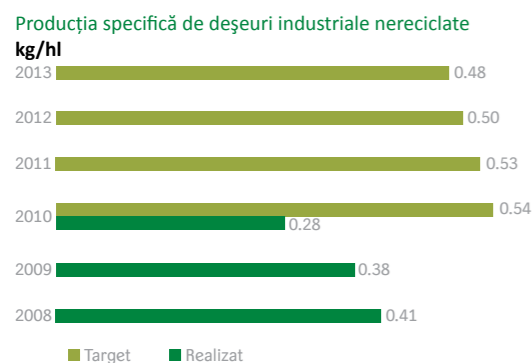


Heineken România acordă o atenție sporită **deșeurilor industriale** pe care le produce și luăm măsuri pentru a reduce cantitatea lor. Astfel, vindem co-produsele, în proporție de 100%, unei companii specializate, denumite BONDA.

În 2010, gradul de utilizare a deșeurilor atins de companie pentru ambalajele returnabile (de ex. navete, sticle de 0,5 litri, KEG-uri) a fost de 95% și de 81,78% pentru ambalajele nereturnabile (ex. folii de plastic, PET-uri).

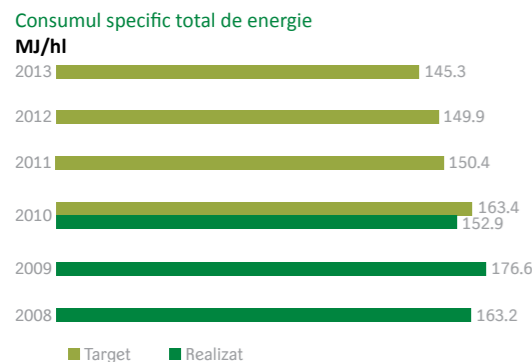
În 2010, ECOROM a asigurat un procent de reciclare de 49,68% din totalul de ambalaje puse pe piață de către compania noastră. ECOROM este o companie specializată în reciclare, iar Heineken România este membru fondator.

În ceea ce privește deșeurile industriale specifice nereciclate, nivelul de 0,28 kg/hl atins în 2010 este considerabil mai mic față de obiectivul stabilit pentru anul trecut: 0,54 kg/hl. Pentru 2011, Heineken România a stabilit o limită de 0,53 kg/hl.

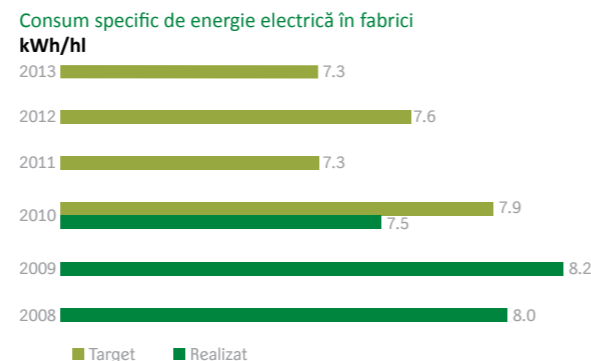


În 2010, Heineken România nu a înregistrat nicio reclamație și nu a avut accidente legate de mediul înconjurător sau de siguranță, care să aibă efecte în afara unităților de producție.

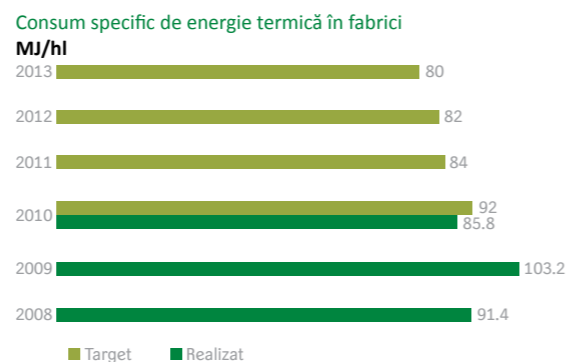
În 2010, am redus **cantitatea totală de energie** utilizată. Astfel, consumul specific total de energie a scăzut de la 176,6 MJ/hl în 2009 la 152,9 MJ/hl în 2010. Am atins acest nivel de eficiență în mare parte datorită performanțelor obținute la fabricile noastre din Constanța, Craiova și Miercurea Ciuc, unde am implementat o serie de programe menite să scadă consumul de energie.



**Consumul specific de energie electrică** a scăzut în 2010 la 7,5 kWh/hl, față de 8,2 kWh/hl în 2009. Scăderea vine ca o consecință directă a programelor dedicate reducerii consumului de energie electrică. Astfel, am modernizat turnul de răcire, am optimizat distribuția apei și a dioxidului de carbon, am îmbunătățit sistemul de transport al borhotului și am investit în modernizarea distribuției de glicol. Toate aceste măsuri ne-au permis să atingem obiectivul de 7,9 kWh/hl, impus pentru consumul specific de energie electrică în 2010.



O altă prioritate a Heineken România este **scăderea consumului specific de energie termică**, pe care l-am redus la 85,8 MJ/hl în 2010, de la 103,2 MJ/hl în 2009. Acest lucru a fost posibil prin implementarea unei serii de programe menite să reducă nivelul de energie termică folosită la fabricile din Constanța, Craiova și Miercurea Ciuc. Măsurile luate includ izolarea conductelor de transport al aburului precum și reducerea cantității de abur consumat. În plus, angajații din fabrici au avut sesiuni speciale de instruire pe acest subiect.



La Heineken România, acordăm o atenție deosebită și **reducerii emisiilor directe și indirecte de CO<sub>2</sub>** rezultate din activitatea companiei. Emisiile totale directe și indirecte de dioxid de carbon au scăzut de la 9,2 kgCO<sub>2</sub>/hl în 2009, la 7,9 kgCO<sub>2</sub>/hl în 2010.

Pentru generarea energiei termice, folosim cu precădere gazele naturale (99,6%), biogaz, provenit de la stațiile de tratare a apelor uzate (0,3%) și combustibil lichid (0,1%).

Tipuri de combustibil utilizate  
Calcularea MJ per tipuri de combustibil



### Green Commerce

Reducerea impactului asupra mediului înconjurător îl realizăm și prin luarea unor măsuri legate de modul în care ne **distribuim** și ne plasăm produsele în piață.

Pentru a **optimiza sistemul de distribuție** a produselor noastre, am luat măsuri pentru eficientizarea consumului de combustibil al flotei și am recurs la monitorizarea acestui consum. Mai mult decât atât, verificăm și reglăm periodic presiunea pneurilor, această măsură contribuind și ea la reducerea consumului de combustibil.

Din 2010, Heineken România achiziționează și plasează pe piață numai **frigidere „verzi”**, a căror eficiență tehnică a fost testată și demonstrată. Acestea asigură un **consum de energie redus cu până la 35%** față de un frigider obișnuit. Astfel, produsele noastre sunt servite la aceeași temperatură, însă consumul de energie al frigiderelor folosite este mai mic.

## Investiții în „Frigidere Verzi”

Heineken România dorește să aibă o contribuție pozitivă asupra mediului în care își desfășoară activitatea. Începând din 2010, investim în frigidere care au o amprentă de carbon mai mică, asigurând un consum de energie redus cu până la 35%, comparativ cu frigiderul obișnuit. De asemenea, acestea au o durată de viață mai mare și necesită mai puțină întreținere.



Frigiderul „verzi” se bazează pe o tehnologie care folosește un **sistem de management al energiei (EMS)**. Sistemul cuprinde un termostat inteligent ce economisește energie, permițând frigiderului să se oprească atunci când temperatura optimă de răcire s-a atins și să repornească atunci când temperatura din interior începe să crească, ceea ce, din nou, contribuie la reducerea consumului de energie. În plus, aceste frigidere folosesc **hidrocarbonul** ca agent de răcire; acesta reduce consumul de energie, având astfel un impact mai mic asupra mediului înconjurător, în comparație cu un agent de răcire tradițional. Consumul de energie este redus și datorită **sistemului de iluminare LED** care înlocuiește tuburile de neon. Acest sistem are o eficiență energetică mai ridicată și o perioadă de funcționare mai îndelungată.

Eficiența tehnologică a acestor frigidere, testată și dovedită, ne-a determinat să achiziționăm și să plasăm în piață numai astfel de frigidere. Deși sunt puțin mai scumpe față de frigiderul tradițional, ele sunt cele mai potrivite pentru locații și pentru mediul înconjurător, deoarece berea rămâne rece și proaspătă, în timp ce frigiderul consumă mai puțină energie.

Inițiativa de a cumpăra și a plasa în piață astfel de frigidere face parte din agenda noastră de Sustenabilitate, *„Brewing a Better Future”*. Acest lucru demonstrează determinarea noastră de a ne desfășura activitatea în România pe termen lung, în mod eficient și responsabil, având o contribuție pozitivă asupra mediului înconjurător, societății și comunităților în care ne desfășurăm activitatea.

## Empower



**Angajații noștri și comunitățile** în care ne desfășurăm activitatea joacă un rol esențial în cadrul companiei. **Angajații** noștri sunt foarte importanți pentru noi, așadar este prioritar să continuăm să creștem, să apreciem și să dezvoltăm potențialul acestora, în același timp punându-le la dispoziție un mediu de lucru cât mai sigur și mai competitiv. În ceea ce privește **comunitățile** în care ne implicăm, dorința fermă care stă la baza acțiunilor noastre este aceea de a implementa o strategie sustenabilă, prin care să investim în acele activități care răspund unor nevoi reale ale comunităților în care operăm.

### Engaging Employees

„*Brewing a Better Future*” face parte din felul în care gândim și acționăm. Acest lucru înseamnă că avem nevoie de întreg sprijinul angajaților noștri. Ei sunt cei care, în final, vor realiza promisiunile și obiectivele noastre. Pentru aceasta, trebuie să le asigurăm un *mediu corect, sigur și competitiv*, un mediu în care toți angajații noștri să poată obține performanțe.

**Siguranța** la locul de muncă este una dintre prioritățile noastre. Ne-am luat angajamentul de a face tot ceea ce este posibil pentru a reduce incidentele de la locul de muncă, de la instruirea angajaților, până la măsuri concrete care fac munca angajaților cât mai sigură.

În 2010 am luat toate măsurile de precauție pentru a reduce numărul de accidente în rândul angajaților noștri și ai angajaților furnizorilor noștri, care își desfășoară activitatea în cadrul unităților noastre de producție.

**Frecvența accidentelor** în rândul angajaților noștri a înregistrat o tendință pozitivă, scăzând de 3 ori în 2010 comparativ cu 2009. În 2010, un singur accident a avut loc la secția de fierbere din cadrul unității de producție de la Miercurea Ciuc. Nici un alt accident nu a mai avut loc.

Această evoluție pozitivă s-a datorat conștientizării crescute a standardelor de siguranță în unitățile noastre de producție. Factorii cheie care au contribuit la acest aspect au fost investițiile companiei în cursuri privind standardele și măsurile de siguranță, organizate în cadrul companiei și auditurile mai dese realizate în domeniul siguranței.

În ceea ce îi privește pe angajații furnizorilor noștri, care își desfășoară activitatea în cadrul unităților noastre de producție, în 2010, aceștia nu au fost implicați în nici un accident.

**Gradul de severitate a accidentelor** a crescut de la 7 zile nelucrate/100 angajați cu normă întreagă în 2009, la 23 zile nelucrate/100 angajați cu normă întreagă în 2010. Această evoluție negativă este pusă pe seama depășirii numărului de zile nelucrate față de 2009 și a unui accident grav în 2010, la unitatea de producție de la Miercurea Ciuc.

Pe viitor, ne vom menține angajamentul de a lua toate măsurile necesare pentru a oferi angajaților noștri un loc de muncă sigur și pentru reducerea numărului de accidente și a gradului de severitate al acestora.

### Rights & Integrity

La Heineken România, punem accent pe **respectarea drepturilor și integrității** angajaților noștri. Este important să le oferim un mediu în care contribuția lor în cadrul companiei este recunoscută, dezvoltată și recompensată, indiferent de sex, vârstă, orientare politică sau religioasă. Codul de Conduită în Afaceri a rămas valabil și în 2010, iar angajații noștri au fost instruiți în mod activ referitor la aplicarea acestui cod.

Heineken România continuă să aibă doi reprezentanți autorizați cărora li se pot adresa oricare dintre angajații noștri sau terțe persoane, care doresc să semnaleze orice abatere de la acest cod, conform procedurii de sesizare a abaterilor grave.

Heineken Romania aderă la Declarația Universală a Drepturilor Omului și respectă prevederile acesteia. În 2010, nu am înregistrat nici un fel de reclamații sau cazuri de abuz ori de discriminare (rasă, culoare, sex, religie, apartenență politică) referitoare la angajații sau partenerii noștri. Un exemplu clar în acest sens îl constituie faptul că în 2010, **42%** din pozițiile de middle și senior management din companie erau ocupate de femei.



# Empower

Este „Clar și Limpede”: angajații noștri s-au implicat în protejarea izvoarelor de apă din Județul Harghita!

## Engagement & Education

La Heineken România, ne încurajăm angajații să se implice în mod activ în activitățile de Sustenabilitate ale companiei. Un exemplu în acest sens îl constituie programul „Clar și limpede”, o campanie în care aproximativ 70 de angajați s-au implicat în mod activ.

## Heineken Cares

Heineken România a implementat o politică de susținere a **furnizorilor locali**, ori de câte ori acest lucru este posibil. Astfel, în 2010, 64% din costurile totale de achiziții ale companiei s-au îndreptat către furnizorii locali. Prin susținerea furnizorilor locali, Heineken România susține economia națională.

Am implementat, de asemenea, **Codul Furnizorului Heineken**, care include cerințe în domeniul integrității, drepturilor omului și protejării mediului. Aceasta înseamnă că solicităm furnizorilor noștri să confirme respectarea prevederilor din Codul Furnizorului, în cadrul tuturor contractelor pentru care cerem oferte (organizăm licitații), care implică muncă desfășurată de personalul terților în punctele noastre de lucru, sau în cazurile în care presupunem că ar putea apare o nerespectare a Codului Furnizorului.

Heineken România susține comunitățile locale în care își desfășoară activitatea, prin investiții în programe sau inițiative relevante pentru comunitățile respective. Astfel, în 2010, am susținut inițiativele locale ale muzeului Miko Ferencz din Miercurea Ciuc, ale Primăriei Hațeg, iar marca Ciuc Premium continuă să sponsorizeze echipa de hochei din Miercurea Ciuc.



În perioada aprilie–mai 2010, **Ciuc Premium**, în parteneriat cu **Asociația MaiMultVerde**, au inițiat campania „**Clar și limpede**”, care a vizat protejarea calității apelor din județul Harghita. Pe durata acestui program, am renovat și am construit **7 pavilioane** pentru păstrarea purității apelor locale, am informat comunitățile din vecinătate despre existența izvoarelor din zonă și le-am instruit cu privire la istoria și importanța lor.



Izvoarele pe care le-am selectat nu sunt doar o atracție turistică, ce aduce beneficii comunităților, dar joacă și un rol important în viața de zi cu zi a membrilor comunităților locale. Am început cu izvorul Kirulyfurdő din Băile Chirui, trecând apoi la izvorul Lobogó din Homorod. Alte izvoare implicate în proiect sunt Festő și Kirulyfurdő din Băile Chirui, Nádastő, Szeltersz și Délői pe Valea Vărghișului, și izvorul Doboșeni, toate localizate în zona Vlăhița - Băile Chirui - Valea Vărghișului - Homorod.

În acest program s-au implicat aproximativ 70 de angajați ai Heineken România, echipa MaiMultVerde, voluntari independenți și jucători ai echipei de hochei Miercurea Ciuc. La rândul lor, localnicii ne-au ajutat atunci când am avut nevoie. În cadrul lucrărilor de renovare am folosit materiale de construcție ecologice (lemn, vopsea, etc.).

Berea Ciuc Premium provine din zona Harghita, o zonă care este recunoscută pentru numărul mare de surse de apă cu calitate deosebite. Am decis să susținem Asociația MaiMultVerde în realizarea programului „**Clar și limpede**”, Ciuc Premium răsplătind astfel zona sa de origine, prin protejarea și conservarea celei mai de preț resurse a acesteia, apa.

Implicarea angajaților Heineken România în programele de responsabilitate socială ale companiei și ale mărcilor produse de noi face parte din agenda de sustenabilitate „*Brewing a Better Future*”.



## Impact



Consumată cu moderație, berea poate face parte dintr-un stil de viață modern și echilibrat. Credem că produsele noastre trebuie consumate în mod responsabil. „Brewing a Better Future” include o strategie complexă, menită să promoveze în permanență consumul responsabil și să reducă abuzul de alcool. Aceasta include comunicare continuă pentru conștientizarea și educarea publicului cu privire la consumul responsabil, auto-reglementare și parteneriate pe termen lung.

### Responsible consumption

Îndemnul către un **consum responsabil** este integrat în totalitate în modul în care ne promovăm și ne vindem produsele. Pentru că suntem o companie producătoare de bere și credem că aceasta trebuie consumată în mod responsabil, **respectăm o serie de coduri create intern**, precum și **reguli și reglementări naționale**, create de organizațiile din care facem parte. În permanență evaluăm respectarea acestor standarde și aplicarea lor în activitățile noastre.

Suntem membri ai **Consiliului Român pentru Publicitate – Romanian Advertising Council (“RAC”)** și ai **Asociației Berării României**, iar acest lucru este o dovadă a faptului că ne dorim să avem o strategie de consum responsabil integrată și respectată de toți partenerii noștri. Ca membru fondator al RAC, o organizație autonomă, membru al EASA, ne-am luat angajamentul să aplicăm **Codul de Comunicare Comercială al RAC**.

De asemenea, facem parte și din **Asociația Berării României**. Reguliile și reglementările noastre interne în materie de promovare a produselor în mod responsabil sunt alinate cu cele din **Codul de Comunicare Comercială** al asociației, pentru produsele de bere. Cei ce lucrează în departamentele noastre de marketing și vânzări și au autoritate de decizie sau bugetară sunt instruiți cu regularitate cu privire la conținutul și aplicarea regulilor noastre.

De fiecare dată când propunem un material nou de comunicare comercială, tipărit, pentru radio sau TV, aprobarea și autorizarea materialelor se face după o procedură scrisă. Pentru aceasta, persoanele care creează campaniile de publicitate și de promovare a gamei de mărci Heineken România sunt instruite în legătură cu standardele pe care le respectăm. Partenerii care lucrează la crearea și la implementarea unor astfel de materiale publicitare trebuie să respecte Directivele și Regulile de Comunicare Comercială ale companiei.

Heineken România promovează în permanență **consumul responsabil**, acest concept fiind parte din arhitectura mărcii Heineken®. În 2010, toate sticlele și dozele de Heineken® au purtat mesajul care îndeamnă către un consum responsabil, împreună cu un link către website-ul dedicat [www.enjoyheinenresponsibly.com](http://www.enjoyheinenresponsibly.com).

În 2010, am continuat să folosim [www.consumabilenoastreresponsabil.ro](http://www.consumabilenoastreresponsabil.ro), ca platformă online pentru educarea și informarea consumatorilor despre consumul responsabil de bere. Fiecare din mărcile noastre românești (Ciuc Premium, Golden Brau, Neumarkt și Bucegi) are un website dedicat, integrat în această platformă. Toate ambalajele și materialele de comunicare ale acestor mărci poartă mesajul de consum responsabil, precum și un link către website-ul platformei [www.consumabilenoastreresponsabil.ro](http://www.consumabilenoastreresponsabil.ro).

### Partnership for Progress

Pentru noi, **parteneriatele pe termen lung** sunt extrem de importante. Prin urmare, în 2010 am continuat și am dezvoltat parteneriatul cu **ALIAT**, principala organizație non-guvernamentală din România care oferă servicii în domeniul adicțiilor. După lansarea **Alcoholhelp**, primul centru on-line de consiliere și intervenție de tip e-health din România, adresat persoanelor cu un consum problematic de alcool, am dezvoltat platforma Alcoholhelp ([www.alcoholhelp.ro](http://www.alcoholhelp.ro)), împreună cu ALIAT. [www.alcoholhelp.ro](http://www.alcoholhelp.ro) reprezintă un instrument gratuit de prevenție, intervenție și orientare către servicii specializate, ușor de folosit, care garantează confidențialitatea și anonimatul celor care îl accesează.

În primul an de existență al programului Alcoholhelp, organizația ALIAT a studiat profilul și nevoile utilizatorilor Alcoholhelp și a actualizat în mod continuu platforma on-line [www.alcoholhelp.ro](http://www.alcoholhelp.ro). În 2010, a fost lansată versiunea în limba maghiară a website-ului; au fost dezvoltate și programe adiacente, cu scopul de a spori gradul de conștientizare în rândul populației cu privire la caracterul problematic al consumului abuziv de alcool. În iunie 2010, ALIAT a pornit, cu sprijinul Heineken România, **Caravana Alcoholhelp** în 11 localități din România - Târgoviște, Vama Veche, Mamaia, Miercurea Ciuc, Odorheiu Secuiesc, Iași, Vaslui, Timișoara, Arad, Pitești, București – aceasta reprezentând extinderea off-line a programului. Prin dezvoltarea unor astfel de acțiuni în cadrul comunităților, ALIAT și specialiștii săi în sănătate mintală au avut ca scop abordarea celor care ar putea avea nevoie de ajutor specializat, făcând astfel posibil accesul potențialilor beneficiari ai programului la informații relevante despre consumul problematic de alcool și despre ajutorul oferit de platforma on-line [www.alcoholhelp.ro](http://www.alcoholhelp.ro).

Rezultatele din 2010 ne întăresc convingerea că am răspuns unor nevoi reale ale acestor persoane. În viitor, vom respecta angajamentul de a promova consumul responsabil și vom menține parteneriatul cu ALIAT, ca parte a agendei noastre de Sustenabilitate.

## Programul Alcoholhelp – un răspuns natural la o nevoie reală

Programul **Alcoholhelp** – primul centru on-line de consiliere și intervenție pentru persoanele cu consum problematic de alcool din România – a fost inițiat în 2009 de **ALIAT** (principala organizație non-guvernamentală din România care oferă servicii în domeniul adicțiilor), cu sprijinul **Heineken România**.



[www.alcoholhelp.ro](http://www.alcoholhelp.ro) este un instrument gratuit și ușor de utilizat pentru prevenire, intervenție și orientare către servicii specializate în domeniul consumului abuziv de alcool, garantând în același timp confidențialitatea și anonimatul celor care îl utilizează.

În iunie 2010, am inițiat o extindere off-line a programului Alcoholhelp, **Caravana Alcoholhelp**. Principalul său obiectiv a fost ca specialiștii ALIAT să meargă în întâmpinarea și să interacționeze cu cei care ar putea avea nevoie de sprijin în ceea ce privește consumul problematic de alcool, în 11 localități din întreaga țară. În acest fel am dorit să ne asigurăm că informațiile relevante despre consumul problematic de alcool și despre ajutorul oferit de platforma [www.alcoholhelp.ro](http://www.alcoholhelp.ro) ajung la potențialii beneficiari ai programului.

Caravana Alcoholhelp a atins un total de **8.180 persoane** în cele 11 localități. Din numărul total de beneficiari, **960 de persoane și-au evaluat consumul personal de alcool**, urmat o scurtă interpretare și consiliere referitoare la rezultate. De asemenea, în timpul programului au fost distribuite **7.320 de broșuri** despre consumul problematic de alcool și despre riscurile pe care le implică. Dintre acestea, 860 au fost broșuri în limba maghiară.

În ceea ce privește platforma online ([www.alcoholhelp.ro](http://www.alcoholhelp.ro)), **rezultatele programului Alcoholhelp pentru 2010** au fost următoarele:

- **17.631** persoane au accesat site-ul
- **940** dintre aceștia au completat chestionarul de auto-evaluare privind consumul de alcool
- **982** de persoane au parcurs cei 12 pași de consiliere și tratament ai programului on-line de pe [www.alcoholhelp.ro](http://www.alcoholhelp.ro).

Cele **1.514 mesaje** postate de utilizatori pe forumul [www.alcoholhelp.ro](http://www.alcoholhelp.ro) au fost o dovadă a faptului că programul a răspuns unei nevoi reale a românilor.

Toate aceste rezultate pozitive ne încurajează și ne motivează să continuăm colaborarea cu ALIAT și să investim într-un parteneriat pe termen lung, care îi va ajuta pe români să gestioneze mai bine problema consumului abuziv de alcool.

„Încă de la început am crezut în parteneriatul nostru cu ALIAT, în programul Alcoholhelp și în capacitatea sa de a-i ajuta pe cei care se confruntă cu un consum abuziv de alcool. Rezultatele acestui prim an de colaborare ne întăresc convingerea că am răspuns unei nevoi reale ale acestor persoane. În viitor, ne vom menține angajamentul de a promova consumul responsabil și ne vom păstra parteneriatul cu ALIAT, ca parte a platformei noastre de sustenabilitate”, a declarat Jan Derck van Karnebeek, Managing Director Heineken România.

Programul Alcoholhelp – care garantează anonimatul și confidențialitatea beneficiarilor săi – face parte din Agenda de Sustenabilitate a Heineken România – „Brewing a Better Future”.

[www.heinekenromania.ro](http://www.heinekenromania.ro)  
[www.enjoyheinekenresponsibly.com](http://www.enjoyheinekenresponsibly.com)



**Heineken**  
Romania S.A.

Heineken România S.A.  
Clădirea 'S-Park'  
Strada Tipografilor nr.11-15, etaj 4, aripa A2-L  
București - 013714  
tel.: +40-21 202 77 00

