HEINEKEN

Strategie udržitelného rozvoje firem

HEINEKEN Česká republika

Proč podnikáme?

Proč podnikáme?

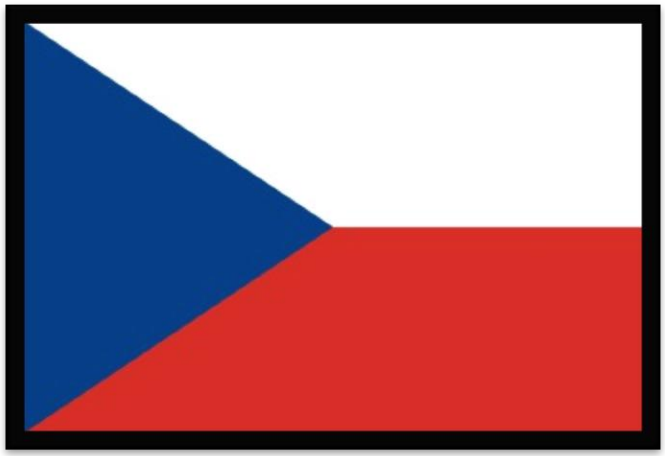
ABYCHOM VYTVÁŘELI ZISK

Proč podnikáme?

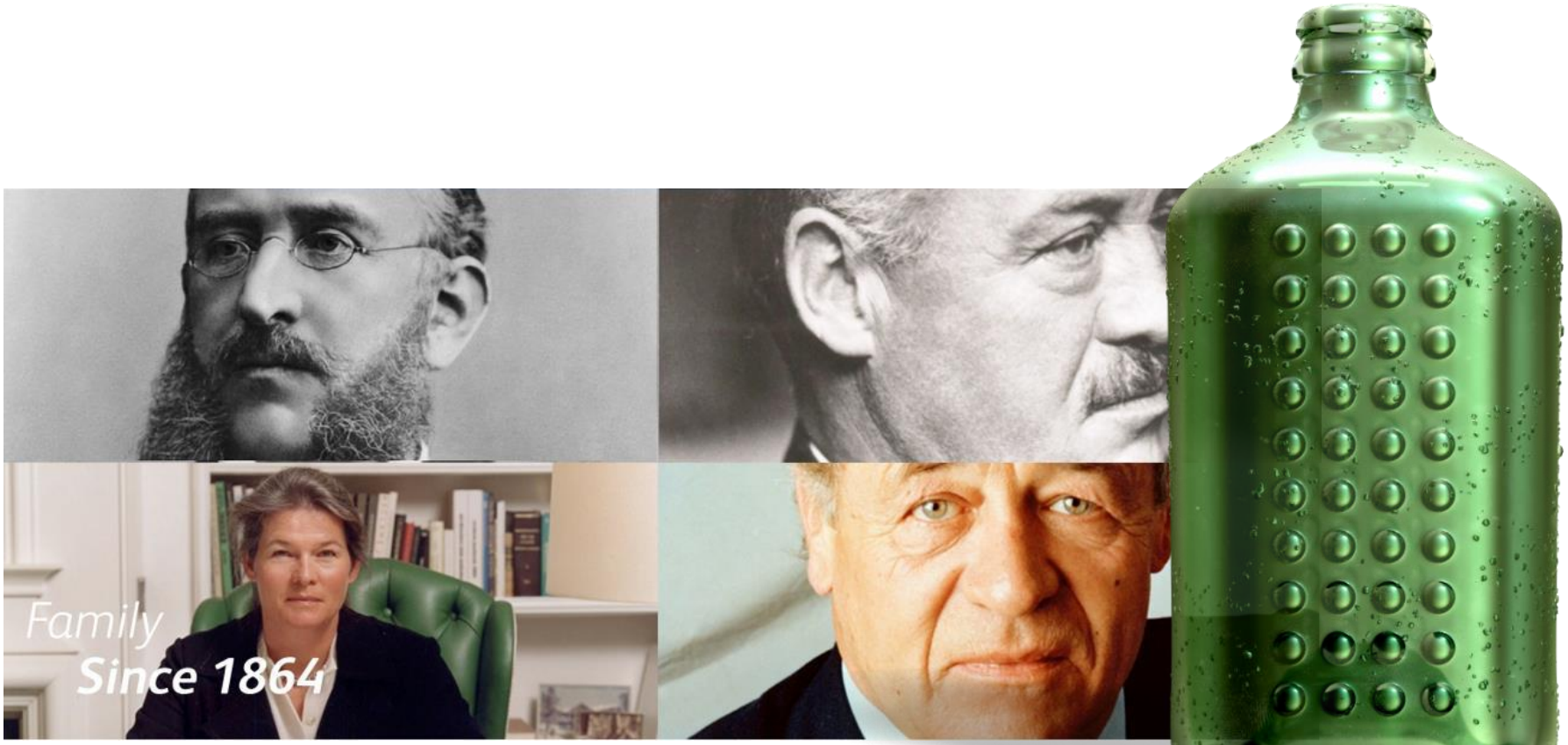
ABYCHOM VYTVÁŘELI URŽITELNÝ ZISK

HEINEKEN

Přístup k udržitelnému podnikání u nás a v zahraničí je srážkou kultur



Udržitelný byznys je v DNA firmy HEINEKEN

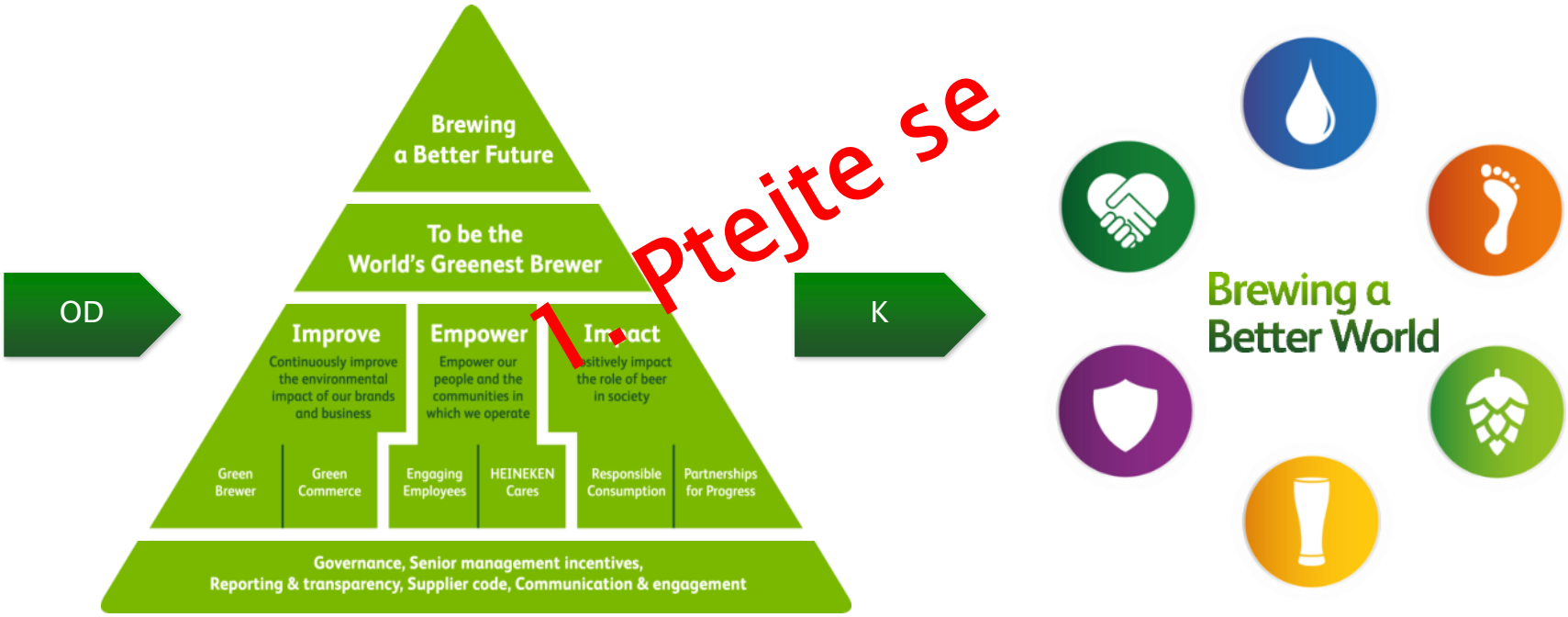


Vzhledem k působení společnosti HEINEKEN to představuje opravdu globální dopad

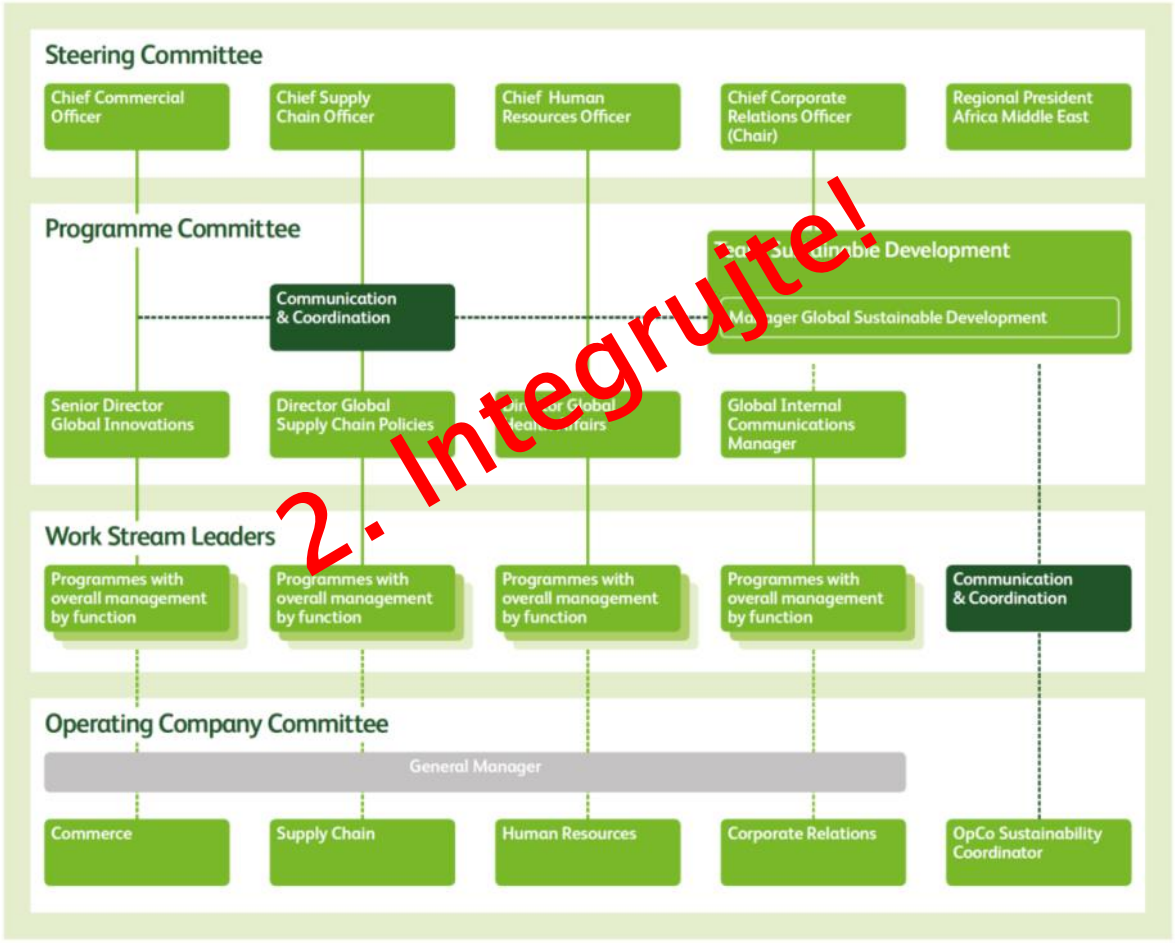
V roce 2010 jsme udržitelný přístup formalizovali a

„VAŘÍME LEPŠÍ SVĚT“

Díky interakci se zainteresovanými osobami se věnujeme tomu, co je důležité



Řízení udržitelnosti jsme zakomponovali vysoko do organizační struktury



Působíme v rámci celého hodnotového řetězce

3. Pokryjte celý hodnotový řetězec

HEINEKEN

Zůstáváme relevantní pro každé místo, kde podnikáme

HEINEKEN

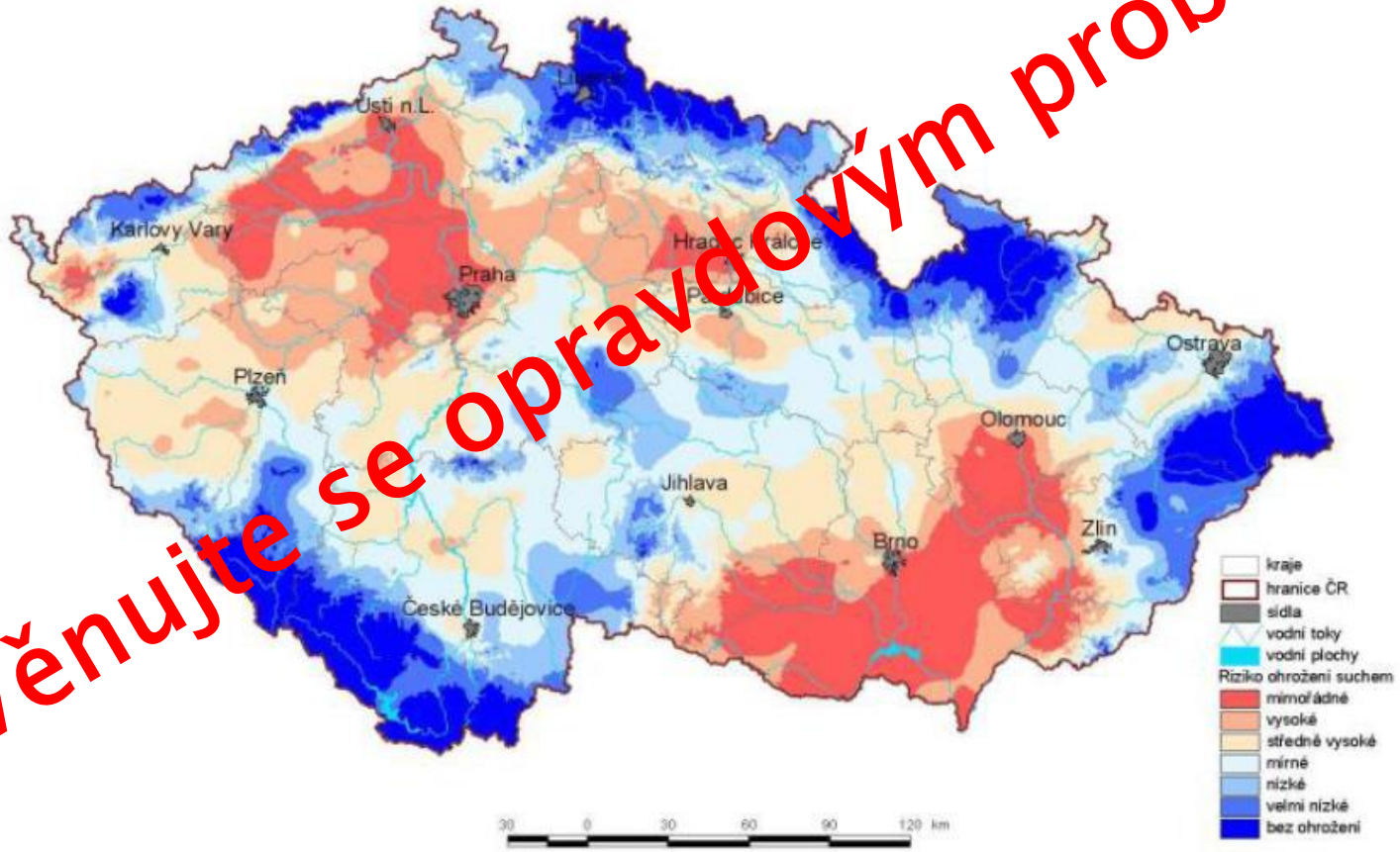
Proč právě voda jako diferenciátor v Čechách?

- Pivo je z 95% voda
- Skupina HEINEKEN v roce 2014 využila 780 milionů hl vody na uvaření 200 milionů hl piva
- V Čechách spotřebujeme 8 milionů hl vody na naší výrobu
- Máme špičkové know-how

5. Prioritizujte!

HEINEKEN

A hlavně voda je velké regionální i celospolečenské téma

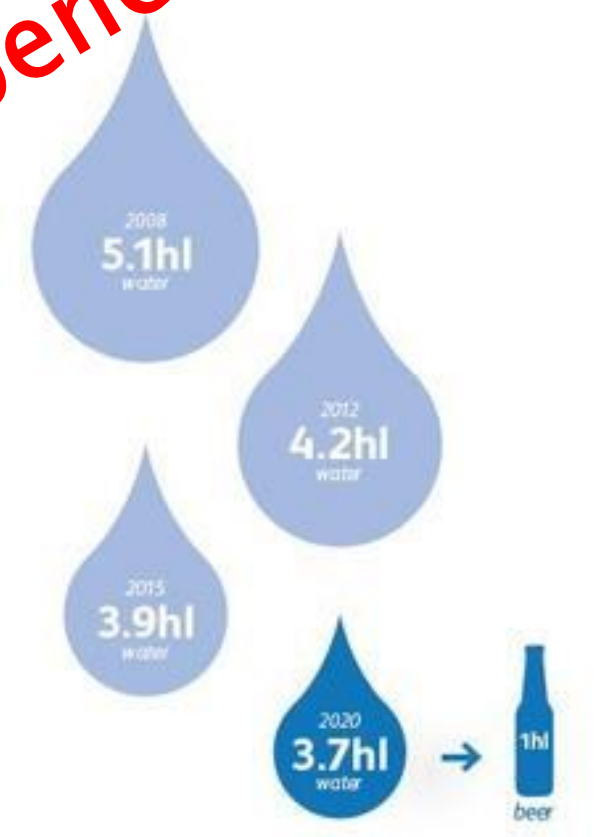


6. Věnujte se opravdovým problémům

HEINEKEN

Máme jasné priority celosvětové priority týkající se vody

	2015	2020
Spotřeba vody	Snížit spotřebu vody na 3.9 hl/hl	Snížit spotřebu vody na 3.7 hl/hl **Reálně cílíme na 3,5 hl/hl**
Ochrana vodních zdrojů v oblastech s nedostatkem vody	100% našich výrobních jednotek v oblastech s nedostatkem vody bude mít aktivní plán na ochranu vodních zdrojů	Výrazná kompenzace spotřebované vody výrobou v našich výrobních jednotkách v oblastech s nedostatkem vody



7. Stanovte si jasné cíle a benchmarky

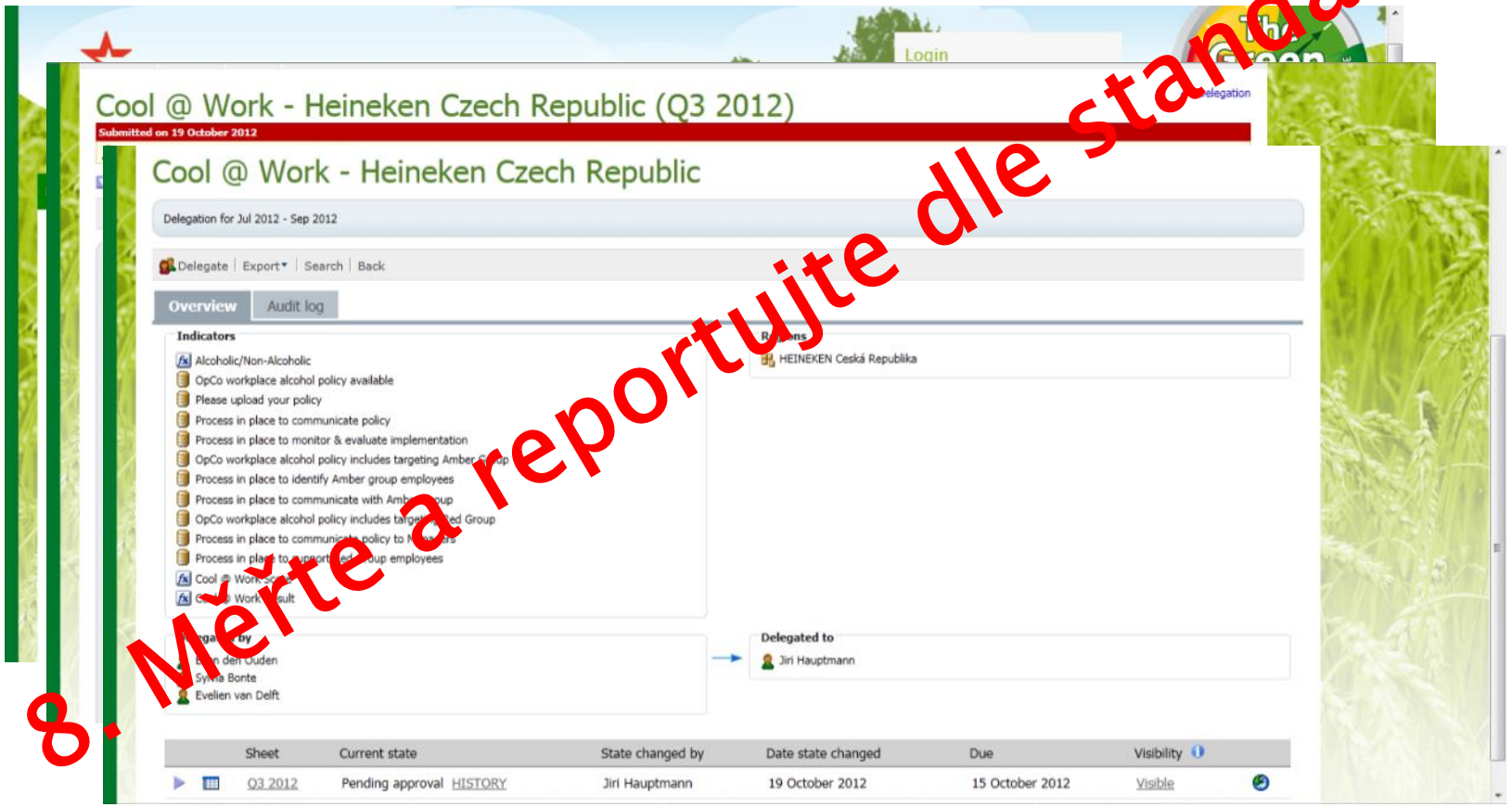
HEINEKEN

„Abych řídil musím vědět, abych věděl musím měřit“

Víceleté cíle → Roční plán → Kvartální analýzy → Měsíční reporting

HEINEKEN

„Abych řídil musím vědět, abych věděl musím měřit“

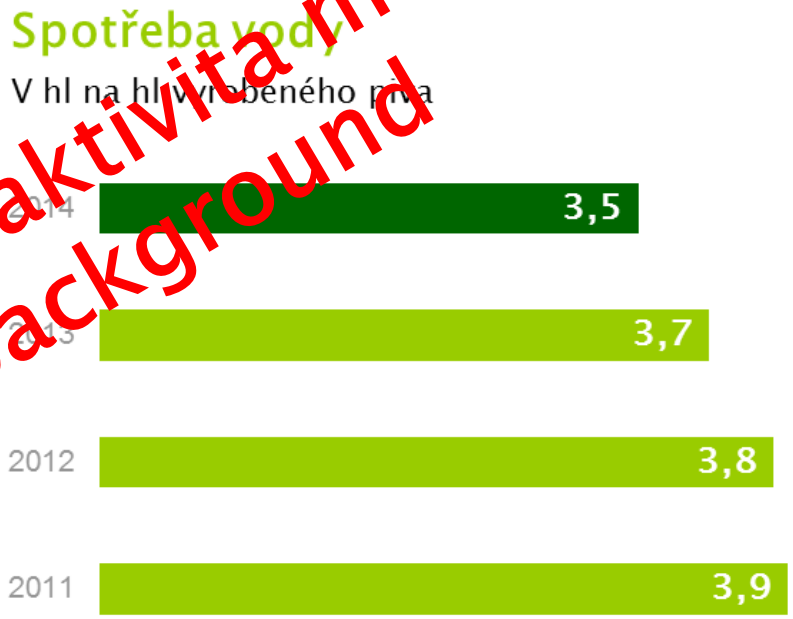


8. Měřte a reportujte dle standardů

HEINEKEN

V Čechách jsme lídři v rámci celé skupiny HEINEKEN

- V pivovaru Starobrno vaříme i se spotřebou 2,5 hl na hl vyrobeného piva
- Spotřebou vody se řadíme s pivovarem Starobrno na 4 místo v rámci celé skupiny HEINEKEN
- Díky zefektivňování výroby generujeme nemalé úspory



9. Využijte know-how, aktivita musí mít reálný (ekonomický) background

HEINEKEN

Zapojujeme regiony a zaměstnance

- Spolupracujeme s regionálními partnery na osvětě problematiky vody.
- Získáváme pro aktivity podporu zaměstnanců, 10% pravidelně podporuje dobrovolnické aktivity navázané na problematiku vody

10. Získejte pro udržitelnost zaměstnance a komunity, kde působíte

Spolupracujeme s ČSOP na projektu monitorování mokřadů a zlepšení retence vody v krajině

- Za posledních 60 let zmizelo 950 000 ha mokřadů
- Mokřad o velikosti 10m2 zadrží až 9000 l vody
- Zapojení veřejnosti do monitorování a ochrany mokřadů

CAGeo

KLUB ČESKÝCH TURISTŮ

český svaz ochránců přírody

- Od počátku kampaně **zmapováno a zařazeno pod ohranu přes 300 mokřadů**

VÚV TGM

AOPK ČR

HEINEKEN

Spolupracujeme s ČSOP na projektu monitorování mokřadů a zlepšení retence vody v krajině

11. Konzultujte a zapojte odborníky

HEINEKEN

Nechtěli jsme zůstat jen u aktivit naší společnosti a snažili jsme se získat širší podporu

- Odborníků
- Ostatních firem
- Veřejnosti

Konference Voda 2013 přinesla odpovědi na otázky

- Co jsou problémy, které řeší firmy a jak je vnímají odborníci
- Jaký lze očekávat vývoj udržitelnosti vody

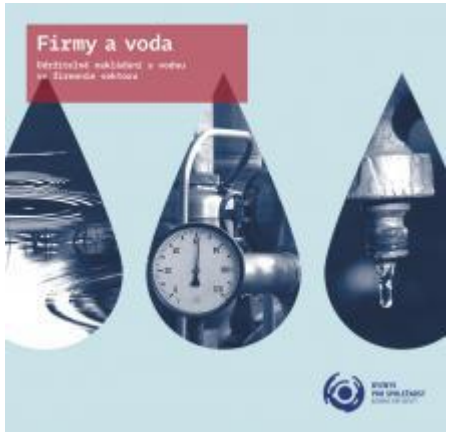
12. Popularizujte svoje téma

HEINEKEN

Byznys pro společnost – Tematická expertní skupina Voda aneb co firmy chtějí

- Založena v roce 2013
- Aktivně komunikovat udržitelnost vody jako důležité společenské téma
- Představit firmám aspekty udržitelnosti vody
- Dialogem s klíčovými zainteresovanými osobami pomoci vytvořit motivující prostředí pro udržitelnost vody
  - Integrovaná povolení
  - Reportování
  - Konkrétní specifikace škodlivých látek a BAT

BYZNYS PRO SPOLEČNOST
BUSINESS FOR SOCIETY



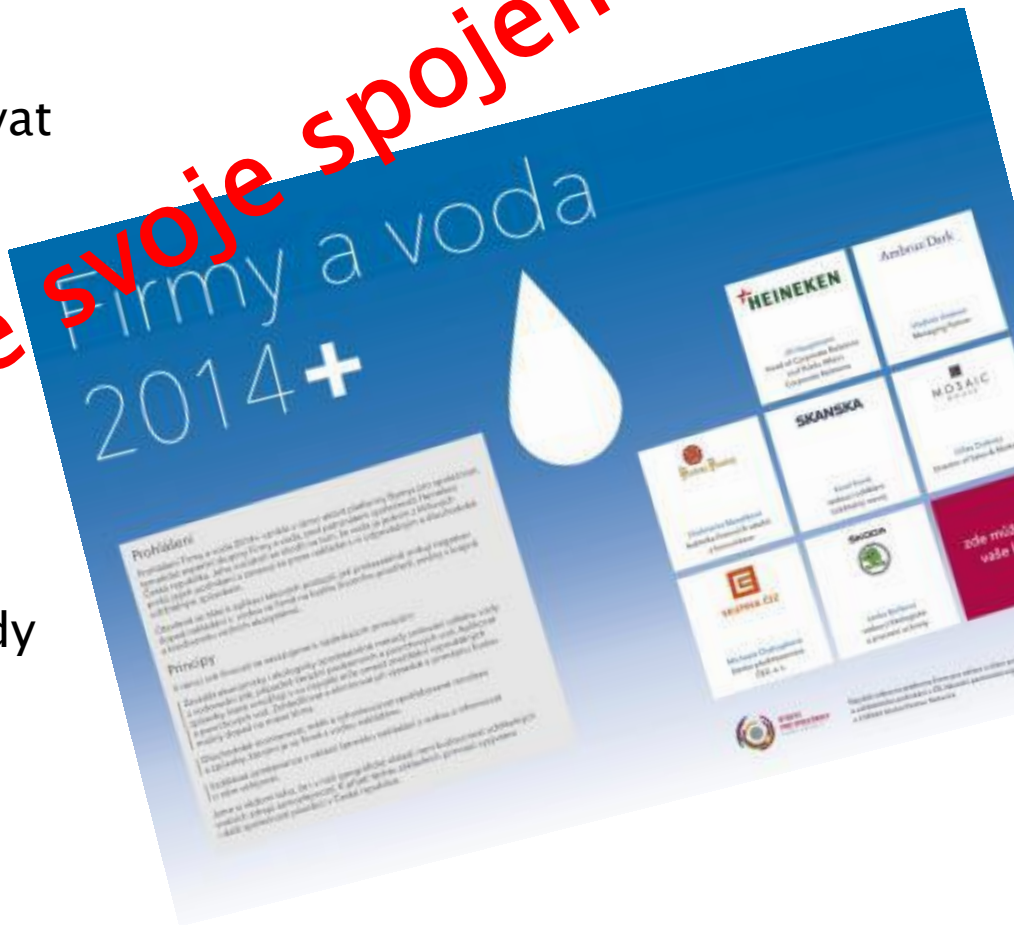
13. Získávejte pro svoje myšlenky spojence

HEINEKEN

Byznys pro společnost – Prohlášení firmy a voda 2014+

- Snižování spotřeby vody, v nejvyšší možné míře omezovat znečištění odpadních vod
- Monitorovat, měřit a vyhodnocovat množství a způsob zacházení s vodou
- Vzdělávat zaměstnance i veřejnost o problematice vody a šetrném nakládání s ní

14. Integrujte svoje spojence



HEINEKEN

NIKDY SE NEVZDÁVEJTE

HEINEKEN

Vaše snaha se vám vrátí

HEINEKEN

HEINEKEN