2020

ZPRÁVA O UDRŽITELNOSTI

Plzeňský Prazdroj

OBSAH

EDITORIAL

STRATEGIE

PROFIL SPOLEČNOSTI

UHLÍKOVÁ NEUTRALITA

VODA

SUROVINY

CIRKULARITA OBALŮ

ODPADY

LIDÉ

ODPOVĚDNOST

KOMUNITY

PANDEMIE

Plzeňský Prazdroj

V roce 2020 jsme představili naši novou ambicióznější strategii Na budoucnost! 2030, ve které navazujeme na naše předchozí aktivity v oblasti udržitelnosti. Tento rok přitom sám o sobě nebyl vůbec jednoduchý. Ukázal nám však, jak velmi je potřeba, aby společnost a lidé byli zodpovědní, pokorní, ale i to, že i hrozby umíme řešit, pokud postupujeme společně a zapojí se každý z nás.

Naše nová strategie udržitelného podnikání, ve které jsme si stanovili cíle na příštích deset let, pro nás znamená další zásadní posun dopředu. Její přípravě jsme věnovali hodně energie, zapojili jsme doslova nejen celou firmu, ale i naše dodavatele, partnery a odbornou veřejnost a jsem přesvědčena, že tomu odpovídá i výsledek.

Pivo je a vždy bylo blízko přírodě a lidem. Proto naše závazky, směřující například k plně cirkulárnímu přístupu k obalům nebo k dalšímu postupnému snižování spotřeby vody a energií při výrobě piva, vedou k plné uhlíkové neutralitě našeho podnikání. Na naše podnikání se díváme komplexně a naše odpovědnost nekončí za bránami našich pivovarů, proto zapojujeme naše partnery, ale i spotřebitele do společné cesty vstřícné k lidem i planetě.

Měníme naši firemní kulturu a jsme stále aktivnější v oblasti diverzity. Silně vnímáme také závazek přispět k odpovědné konzumaci alkoholu, kde prosazujeme transparentní pravidla přísné samoregulace, která dodržujeme u všech našich značek.

Jakmile jsme novou strategii představili veřejnosti, dostali jsme příležitost si v mnoha ohledech vyzkoušet, nakolik jsou naše deklarované principy udržitelnosti v souladu s tím, jak se jako firma v každodenní praxi chováme vůči veřejnosti, obchodním partnerům i našim zaměstnancům. A jakoukoliv zpětnou vazbu vítáme, protože nás posouvá dopředu.

Pandemie zasáhla všechny aspekty života kolem nás, naše podnikání nevyjímaje. Jsme však hrdí na to, jak rychle a aktivně jsme se dokázali situaci postavit čelem, i na to, že v prosazování pro nás klíčových hodnot, jako je odpovědnost a udržitelnost, jsme nejen nepolevili, ale naopak jsme zintenzivnili naše snahy. Za to vše chci poděkovat jak našim skvělým zaměstnancům, tak i partnerům, se kterými můžeme naši strategii udržitelnosti dále rozvíjet.

Pavlína Kalousová
ředitelka komunikace a firemních vztahů
Plzeňského Prazdroje

0

PŘEDSTAVENA BUDE NEJROZŠÍŘENĚJŠÍ FORMA UHLÍKOVÉ STOPY, CELOŽIVOTNÍ ÚDAJE O ODDAVATELSKÉHO ŘETĚZCE.

Na budoucnost!

STRATEGIE

V roce 2020 jsme výrazně posílili naše ambice v oblasti udržitelného rozvoje. V naší nové strategii udržitelnosti, představené veřejnosti v říjnu, si ještě více uvědomujeme, jak důležitá je spolupráce s partnery a nejen s hospodarství aktivně ovlivňovat naše okolí, a to nejen v bezprostřední blízkosti našich provoven. Kromě dosažení uhlíkové neutrality ve výrobě do roku 2030 se v ní zavazujeme využívat výhradně obnovitelné zdroje energie, používat méně plastů a pracovat jen s těmi recyklovanými. Zároveň hodláme ještě prohloubit svou pozici lídra v šetření vodou a myslet na to, jaký vliv má na lidi jedna podnikání na naše zaměstnance i společnost obecně. To vše reprezentuje hlavní motto naší strategie – Na budoucnost!

„Pokračujeme v pivovarské tradici, která trvá již téměř 180 let. Udržitelnost vnímáme jako příležitost být ekonomicky úspěšní a tuto tradici zachovat i pro další generace. Nezapomínáme na přínos jen o vlastní výrobu a obchod, ale i o to, jaký dopad má naše činnost na okolní krajinu a lidi uvnitř i vně firmy. Chceme patřit mezi lídry v hledání nových řešení a ještě více navazovat partnerství na podporu udržitelného rozvoje.

Pavlína Kalousová
ředitelka lentorních vztahů a komunikace
Plzeňského Prazdroje

Uvědomujeme si, že přednost dáváme a postoje chránit a přistupovat k nim citlivě a zodpovědně, abychom je zachovali budoucím generacím.

OBSAH

Plzeňský Prazdroj a Asahi
Závazky, jež jsme přijali, jsou v souladu s celkovou strategií skupiny Asahi

Naše priority
Zaměřit strategie tvoří sedm pilířů zaměřených na planetu i lidi v našem okolí

Strategické cíle
Jak jsme se určili ambice, kam se chceme v konkrétním čase dostat

1 PLZEŇSKÝ PRAZDROJ A ASAHI

Strategii udržitelného rozvoje Plzeňského Prazdroje (úze koordinujeme se společností Asahi, jejíž jsme důležitou součástí.

Naše závazky v oblasti udržitelného rozvoje jsou plně v souladu se strategií udržitelnosti skupiny Asahi Europe & International přijaté v roce 2020. Pod záštitou Asahi jsme od loňského roku také členem globální iniciativy RE 100 zaměřené na používání elektřiny z obnovitelných zdrojů a rovněž jsme se zavázali k cílům Science Based Targets nepřekročit stepleni oteplení o více než 1,5 °C.

Asahi RE 100 SCIENCE BASED TARGETS

Všechny naše aktivity vedou především k redukci uhlíkové stopy. K dosažení uhlíkové neutrality se zavazujeme ve dvou krocích, do roku 2030 ve výrobě a do roku 2050 pak v celkové bilanci pivovaru, tedy včetně celého dodavatelsko-odběratelského řetězce. Pomáhají nám k tomu moderní a energetsky úsporné technologie, dále pak směňujeme k nákupu energií výhradně z obnovitelných zdrojů a také plně cirkulárně obalů.

2 NAŠE PRIORITY

Při výrobě a distribuci našeho piva nesustavně hledáme cesty, jak co nejvíce omezit dopad na životní prostředí.

V naších pivovarech **budeme usilovat o dosažení uhlíkové neutrality, úsporu vody, velký důraz klademe na cirkularitu obalů, nákup surovin z udržitelného zemědělství, redukci odpadů, rovné příležitosti a podporu zodpovědné konzumace**. Ve všech těchto oblastech chceme dosáhnout výraznějšího pokroku, přičemž každá oblast naší strategie má svá specifika a musíme pro ni hledat jiná řešení.

Na budoucnost! 2030

VODA · CO_2 · CIRKULARITA OBALŮ · SUROVINY · ODPADY · ODPOVĚDNOST · DIVERZITA

Udržitelnost našeho podnikání je integrální součástí firemní strategie a vrcholný management, vyhlédl celého představenstva, je hodnocen podle dosahování stanovených parametrů trvale udržitelného rozvoje, podobně jako v případě finančních výsledků. Naplnění strategie udržitelnosti je součástí strategického plánování i každodenního rozhodování společnosti. Zodpovídají za něj funkční ředitelé, jednotlivé oddělení pak mají své zástupce v Sustainability tými. Na konzistentní strategie dohlíží Steering Committee složený z členů nejvyššího vedení společnosti.

3 STRATEGICKÉ CÍLE

20 25

UHLÍKOVÁ NEUTRALITA
Veškerá elektřina pro naše pivovary bude pocházet z obnovitelných zdrojů.

2,78 → 1

VODA
Snížíme průměrnou spotřebu vody potřebnou na výrobu 1 hl piva na 2,78 hl.

50 %

ODPADY
O 30 % snížíme celkový objem odpadu.

Žádný odpad z naších pivovarů neskončí na skládce.

90 %

ODPOVĚDNOST
90 % naších produktů bude se sniženým obsahem cukru nebo cukru bez cukru.

0 %

Bez alkoholu bude pětina nápojů v našem portfoliu.

20 %

O 20 % zvýšíme angažovanost v naších preventivních programech.

20 30

UHLÍKOVÁ NEUTRALITA
Naše pivovary budou uhlíkově neutrální.
30 %
O 30 % snížíme uhlíkovou stopu našeho dodavatelsko-odběratelského řetězce.

VODA
Voda pro naše pivovary bude pocházet jen z udržitelných zdrojů.

CIRKULARITA OBALŮ
Všechny obaly naších výrobků budou znovu použitelné či recyklovatelné a zároveň alespoň z poloviny vyrobené z recyklátu.

Ukončíme používání jednorázových plastů vyrobených z primárních surovin.

SUROVINY
Všechny zemědělské suroviny používané pro naše piva budou z udržitelných zdrojů.

25 %

ODPOVĚDNOST
Nealkoholické nápoje budou tvořit 25 % našeho portfolia.

50 : 50

DIVERZITA
Dosáhneme vyrovnaného podílu mužů a žen v manažerských pozicích.

20 50

UHLÍKOVÁ NEUTRALITA
Naše uhlíková stopa bude nulová napříč celým dodavatelsko-odběratelským řetězcem.

SDG CÍLE,
NA KTERÉ SE V PLZEŇSKÉM PRAZDROJI ZAMĚŘUJEME

1 ZRUŠNÉ A KVALITNÍ ŽIVOTY
5 ROVNOST MUŽŮ A ŽEN
6 ČISTÁ VODA A SANITACE
7 DOSTUPNÁ ENERGIE ZE EKONOMICKY ROZUMNÝCH ZDROJŮ
8 POTENCIÁL PRÁCE A HOSPODÁŘSKÝ RŮST
10 MENŠÍ NEROVNOSTI
12 ODPOVĚDNÁ SPOTŘEBA A VÝROBA
13 KLIMATICKÁ SPOTŘEBA
15 ŽIVOT NA SUCHÉ ZEMI
17 PARTNERSTVÍ NA SPLNĚNÍ CÍLŮ

25
LET
JE PRÁZDNÝ NOVÝ
NEBO SPOLEČNÝ ZÁVĚR
JAKO SLOVENSKÁ
A ČESKÁ REPUBLIKA
MOHOU

SPOLEČNÝ ZÁVĚR

PRAZDROJ VE SVĚTĚ

S exportem do **více než 50 zemí** zejména světa je Plzeňský Prazdroj **jedním mezi největšími vývozci z České republice** a největším exportérem českého piva. Produkuje pivo pro nejrůznější odpory v sousedních zemích vlastní rostenie v i mnoha dalších, mezi nejčastější USA, japonsko, New Zealand.

ČESKO A SLOVENSKO

V roce 2014 jsme se stali integrovanou společností, kterou tvoří Plzeňský Prazdroj a Plzeňský Prazdroj Slovensko. Společně jsme vybrali to nejlepší z našich poznatků, přidaných byli ještě efektivnější organizací a jednodušší procesy. **Tímto spojením jsme vytvořili vedoucí pivovarnickou společnost ve střední Evropě.** Od roku 2017 jsme součástí globální skupiny Asahi.

Asahi

Náš úspěch se opírá o **talent, nadšení a profesionálitu našich zaměstnanců**. Celkem jich v ČR a na Slovensku máme už vice než 2 tisíce. Nejlepším jak zaměstnavatele dokázali 20 let lidé z Plzeňského prazdroje, mezi zaměstnanci i u dalších odvětvích.

Iterativní přístup k inovacím je jedním z našich zákazníky, ať už jsou to restauracie nebo maloobchodní prodejny, soustavně monitorujeme jejich potřeby a nabízíme jim zajímavé na další kulinarci prostředí a zvyšování kvality zkoprodejem a poskytování nejvyšších bonusů.

Nápoje dodáváme **Česku a na Slovensku zhruba do 25 tisíc hospod a restaurací**. Vzdělávání profesionálů prostřednictvím programu **Mistr výčepní** ve hospodských a restaurantech. Už několik let odpadlé nápoje tzv. **konzumphrasy** bezpečně, kde spolu se spol. kovou technologií pro depoování nabízíme hospodským cyklové obaly pro pracovní provozovny.

V loňském roce jsme otevřeli nový experimentální **minipivovar Prazd** v Plzni v budově bývalé ubytovny na soutoku řek Mže a Radbuzy, i v něm klademe důraz na kvalitu, ale nebojíme se také experimentovat.

HOSPODAŘENÍ V ROCE 2020

Loňské dlouhodobé uzavření restaurací a hospod přinutilo Plzeňskému Prazdroji v **České republice pokles prodeje do domácností o 12 % a prodeje do hospod, mimo to o 11 milionů piv, na 6,69 milionu hektolitrů**. V obchodech **se prodalo o 7 procent více hektolitrů** piv než v roce předchozím. Vlibec **největší nárůst jsme zaznamenali u lahvového piva**. V zahraničí se nám naopak neúspěšně podařilo zvýšit odyt o jedno procento a prodat přes 4,5 milionu hektolitrů piva.

Objem prodejů

Na **Slovensku** koronavirus zatavila očekávání rekordního roku, přičemž nejvyšší **propad až 31 %** v objemech zaznamenaly zařízení hospodský a restaurace. Tento pokles vyšel o celých deset let zpět nejen produkci dosaženého piva, ale i pivní kultunu, kterou naše společnost Ma na Slovensku budovala a rozvíjela. Celkové prodeje objemů piva v obchodech roity, Plzeňský Prazdroj Slovensko prodal v celkovém objemu v minulém roce o 2 % méně piva než rok předtím.

Na danych zaplatil Plzeňský Prazdroj

MAKROEKONOMICKÉ DOPADY

Makroekonomické studie opakovaně potvrzují **pozitivní dopad Plzeňského Prazdroje na českou i slovenskou ekonomiku**. Plzeňský Prazdroj ovlivňuje mnoha dalších průmyslových odvětví spojených s pivovarským průmyslem.

Studie společnosti EY uvádí, že každá koruna utracená pivovarem Plzeňský Prazdroj v České republice generuje nevyvarenem zemi 2,3 Kč. V případě spotřebovaných Plzeňský Prazdroj Slovensko jedno euro utracené pivovarem Plzeňský Prazdroj generuje ve slovenské ekonomice 2,1 eura.

Zvláště významný dopad má Plzeňský Prazdroj v obou zemích na zaměstnanost. Nepřímo podporuje téměř 28 tisíc pracovních míst v Česku a téměř 6 tisíc na Slovensku.

Přínos pro ekonomiku

OCENĚNÍ PRO PRAZDROJ

V roce 2020 jsme v žebříčku Bymysy pro spokojenost TOP zaměstnavatelů Česka opět nejvyšnmi ocenění – **Trendsetter**, jehož se nám dostalo za to, že dlouhodobě v Česku udržujeme jedni z vůbec nejlepších a přinášíme nové inspirativní podněty k odpovědnosti v podnikání. Stejně tak získala prestižní ocenění i naše Zpráva o udržitelnosti za rok 2019.

Une podnikových právníků ČR pod záštitou Svazu průmyslu a dopravy ČR ocenila Plzeňský Prazdroj roce nás 3 právníčku **Petru Nádě** za aktivní účast na jednání pracovní skupiny pro GDPR při Úřadu vlády a na diskuzích Nejlepších se připravované nový zákona o významné tržní síle.

Hned pět ocenění jsme obdrželi v rámci obrovské soutěže Lemur – Česká cena za public relations 2020. Porota oceniła prvním místem komunikační kampaně Semenaj ležák a listopadové Velké sládků a hra pivo s hrebčem. Dvakrát pivní a jednou třetí místo pak získala kampaně Pilsner Urquell. Jak udělat z výpočetních strojů lidské bytosti, která zasajda na tohoto kurkovém skiém festivalu během výčepních ve stylu slavné scény z filmu Vechní, prchni!.

OBCHODNÍ ETIKA

V podnikání pevně **dodržujeme zásady a pravidla**, které stanovuje nadnárodní regresivní politika. Ta vymezuje nejen postoje ke kvalitě, zdravotní nezávadnosti výrobků a kvrnných materiálů, k bezpečnosti práce i k ochraně životního prostředí.

Zavedli jsme zásady obchodní etiky, které jsou závazné nejen pro všechny zaměstnance, ale i pro externí zaměstnance a dodavatele a konzultanty. S těmito zásadami seznamujeme i naše dodavatele.

KODEX KOMERČNÍ KOMUNIKACE

Podporujeme **principy zodpovědného marketingu alkoholických výrobků** tzvně výrobky komunikujeme a prodáváme odpovědným způsobem. Reklama na pivo a alkohol všeobecně jsou jedny ze zákonem nejregulovanějších forem propagace, my však věříme, že zodpovědný výrobce musí jít nad rámec zákonů a mít zásady samoregulace. Dbát následujeme **vlastní Kodex komerční komunikace**.

SPOLUPRÁCE SE STAKEHOLDERY

Naše **filozofie je postavena na pravidelném dialogu** s dešitkami stakeholderů. Komplikovaný cvičivový rok 2020 přinesl tento dialog do online prostředí. Přesto jsme však byli schopni komunikace se stakeholdery z řad vlády, asociací a svazů, neziskových organizací, ekonomických partnerů a vzdělávacích a výzkumných ústavů v obou zemích dále rozvíjet a tím i bezprostředně řešit negativní dopady pandemie.

Prostřednictvím zájmových profesních sdružení se aktivně podílíme **na stejných environdálních, pozitivnářství a pivovarnictví v Česku, na Slovensku i Evropě**. V Česku jsme členy Svazu pivovarů a sladoven. Prostřednictvím tohoto Svazu jsme členy Evropy. Aktivní jsme také napřklad v Radě pro reklamu a ve sdružení Bymys pro společnost. Na Slovensku společná témata diskutujeme např. v Potravinářské Komoře Slovenska a Svazu obchodu Slovenské republiky. Jsme aktivním členem Slovenského sdružení výrobců piva a sladu, Rady pro reklamu, Business Leaders Fora a iniciativy Circular Slovakia.

Při posledních rozhovorech vedených s našimi stakeholdery v letech 2018 až 2019 jsme identifikovali oblasti, které se následně objevují v naší nové strategii udržitelnosti. Mezi ně patří například téma vody, pěstování a konzepční přístupy k řešení jejího nedostatku nebo důležitost podpory udržitelného zemědělství, zmírnění změny klimatu, práce s komunitami a celkově oblast ochrany ekosystémů. Na Slovensku Plzeňský Prazdroj mezi prioritní témata patří například zodpovědná konzumace alkoholu nebo výroba a kvalita surovin.

ÚSPĚŠNÉ OBHÁJENÉ CERTIFIKÁTY ISO:

System management kvality
(ISO) ISO 9001:2018

System environmentálního management
(EMS) ISO 14001:2015

System management bezpečnosti práce a ochrany zdraví
(OHSAS) ISO 45001:2018

System management bezpečnosti potravin
(ISO 22000:2018 a FSSC 22000)

System management hospodarení s energií
(EMS) ISO 50001:2018

Standard bezpečnosti krmiv
GMP+ BZ

PRAZDROJ V ČESKU I NA SLOVENSKU ZVLÁDL RECERTIFIKAČNÍ AUDITY NA VÝBORNOU

2 0
2 1

40

O TOLIK PROCENT JSME V POSLEDNÍ DEKÁDĚ SNÍŽILI SPOTŘEBU ENERGIE VE VÝROBCÍCH PIVOVARŮ. TOMU JE VĚNOVÁNO ANO ZAM DAŇOU KVALITU PIVA.

Naše pivovary budou do roku 2030 uhlíkové neutrální.

UHLÍKOVÁ NEUTRALITA

7 ODPOVĚDNÁ SPOTŘEBA

13 KLIMATICKÁ OPATŘENÍ

15 ŽIVOT NA ZEMI

17 PARTNERSKÉ VZTAHY

Zásadní změnou v našem přístupu je od loňského roku závazek dosáhnout nulové uhlíkové stopy napříč celým dodavatelsko-odběratelským řetězcem – od semínka až po sklenici. Ten znamená také nutnost dívat se i za brány našich pivovarů. Mnohem více než kdy předtím si tak uvědomujeme, že této změny nedosáhneme sami, ale pouze díky spolupráci s dalšími partnery.

Spolu s ostatními dlery skupiny Asahi Europe and International jsme jako první krok spustili rozsáhlý projekt měření našich uhlíkových emisí napříč celým dodavatelsko-odběratelským řetězcem.

»Nevěříme na obrovský kus práce, který se udělá už v výplnných letech změna ve snižování spotřeby energií a vody v pivovarech. Budeme hledat další možnosti, jak naši výrobu udělat maximálně ohleduplnou vůči přírodě, šetrnou ke zdrojům a připravenou na změny klimatu. Přejeme na obnovitné zdroje energie a postupně se zamíříme na snižování emisí napříč celým řetězcem.

Pavel Šenik
Ředitel divize Plzeňského Prazdroje

OBSAH

NAŠE CÍLE

2030 Uhlíkově neutrální pivovary

CO_2

O 30 % menší uhlíková stopa napříč celým řetězcem (oproti r. 2019)

2050 Uhlíková neutralita napříč celým řetězcem

PRODUKCE EMISÍ OD SEMÍNKA PO SKLENICI

Abychom mohli postupně snížit naši uhlíkovou stopu napříč celým dodavatelsko-odběratelským řetězcem, zaměřili jsme se v roce 2020 na zmapování naší celkové uhlíkové stopy. Cílem je identifikovat klíčové oblasti, na které se v nejbližší dekádě zaměříme, abychom dosáhli co největšího dopadu.

INVESTICE DO VÝROBY

Přestože šlo o náročný rok, pokračovali jsme v investicích do modernizace našich pivovarů.

1

V nošovickém Radegastu jsme instalovali nové plechovkové linky přinášející další úspory energie. Spotřeba tepla plechovky ve linky v Nošovicích je ve srovnání s lahvovou linkou tamtéž o cca **25 % nižší**. Další úspory přinese také nový vzduchový kompresor s frekvenčním měničem.

25 %

V popovických pivovaru jsme v rámci úspory vody investovali například i do optimalizace mytí sudů a provedli jsme úpravy v distribuční systému piva z naší centrální kotelny, díky nimž se zvýšil objem kondenzované páry, kterou se vrací zpět do pivovaru.

V pivovaru Šariš jsme do sladovny pořídili novou třídičku ječmene a obracečе zeleného sladu. Ročně tak **uspoříme 40 374 kWh energie a 7 094 kilogramů emisí CO_2**. Spolupracujeme s místními obcemi odpadních vod, které dokáže z biopřípravu vyšlehé zelenou energii na vlastní provoz i pro veřejnou síť.

OBCHODNÍ PARTNEŘI

I v roce 2020 jsme věnovali pozornost promětné mixu elektrické energie nakupované od dodavatelů.

2

Abychom napříč naše cíle být do roku 2030 uhlíkově neutrální, dáváme stále více prostoru zeleným zdrojům. Aktivně hledáme nová partnerství, díky kterým bude možné investovat do nových obnovitelných zdrojů a zajistit si tak budoucí odběr zelené elektřiny.

Nehodláme však zůstat pouze u nákupní spotřeby energie v našich pivovarech. Pozitivně chceme ovlivňovat také celý dodavatelsko-odběratelský řetězec. Jen díky tomu se nám podaří splnit náš cíl dosáhnout do roku 2050 uhlíkově neutrality napříč celým řetězcem.

CELKOVÁ SPOTŘEBA NA 1 HL PIVA:

CO_2

OBEJ UHLÍČITÝ BYL JIŽ PŘEDTÍM ČESKÉHO ZÁKONA O OCHRANĚ OVZDUŠÍ, ALE ŽÁDNÉ ZÁVAZKY NEBYLY. V ROCE 2019 JSME SE ZAVÁZALI, ŽE DO ROKU 2020 SNÍŽÍME EMISE O 40 %. TOTO ZÁVAZEK JSME SPLNILI.

DOPRAVA A LOGISTIKA

Pokračovali jsme v zefektivňování dopravy a větším zapojení železnice.

3

415 tun CO_2

Díky našim novým speciálním tandemovým long truckům vybaveným nejmodernějšími technologiemi dosla ke snížení CO_2 o téměř **415 tun** za rok.

Nové elektrické vysokozdvižné vozíky v Nošovicích oproti původním plynovým mohou ušetřit až **250 tun** CO_2 ročně. V loňském roce jsme nakoupili nová auta pro sekundární distribuci s nejvyšším standardem Euro6 verze D. Opět jsme prošlokovali naše fidáče, aby za bezo zanechávali co nejmenší uhlíkovou stopu.

0,7

LITRU VODY
PRŮMĚRNĚ
SPOTŘEBUJE
PIVOVAR
NA VÝROBU
1 LITRU PIVA
V ROCE 2015

Snížíme průměrnou spotřebu vody na výrobu 1 hl piva na 2,75 hl.

VODA

Představuje jednu ze základních složek na Zemi. Z vody vzešel první život a také setkání klíčovou roli při vzniku našich pivovarů. Není tedy vůbec náhoda, že pro jejich výstavbu byla zvolena místa, která jsou prosálá měkkostí tamní vody nebo nabízejí výhodnou kvalitu dlky bílité řeke. Kvalita naší vody hlídají také ti nejpilnější soudci, hned ve dvou pivovarech na jejich kvalitu dohlížejí pstruzi.

6 STRÁ VEDA NAMAZUJE

„Kromě projektů na úsporu vody, které úspěšně realizujeme v pivovaru Radegast nebo v našich Radegastovnách, je nezbytná i osvěta a zvyšování povědomí lidí o šetrném zacházení s vodami zdroji a hospodaření s vodou. Do boje proti suchu se může zapojit každý, protože každá kapka má smysl.

Marek Grabovský
manažer vodní hospodářství

OBSAH

VODA NAD ZLATO

Celosvětově diskutovaným problémem je nedostatek vody.

1

Nedostatek vody se může v budoucnu čím dál víc týkat i našeho evropského státu. Již v současné době se během letních suchých měsíců měření části Čech Českou hydrologickou službou v systému dnyšterm zdroje. To vše je potřeba zohledňovat při výrobě piva ve všech našich pivovarech.

Zpět na obsah

NÁS PŘÍSTUP

Na globální výzvy vyžaduje už delší dobu. Za téměř patnáct let se nám díky pravidelným investicím ve všech čtyřech pivovarech v Česku i na Slovensku podařilo snížit spotřebu vody o více než třetinu.

2

Přestože každý pivovar vyžaduje zcela rozdílný přístup, všechny jsme vyhodnotili a spotřeby vody jsme postupně dočili v každém z nich. **Už více než před rokem se nám podařilo dosáhnout slvéšlée podmínky spotřeby 3 litrů vody na jeden lítr piva.** I v roce 2020 přitom stále platila, že nejvetší objem vody spotřebovávame při zasušování vysokých hygienických standardů. To v praxi znamená nutné využití vody na myti a výplachy obalů, ke kterým je potřeba jedna další činnost přímo související s čistotou a zdravím.

Voda používaná na výplach nových plechovek bývá jen mírně znečištěná, proto je také využívána jako utěkovou vodu. V Plzni **máme navíc technologii umožňující přeměnu mírně znečištěné vody na pitnou**, jež nám poskýce slouží jako servisní voda.

Opakované se hrdě hlásíme k tomu, že Přeřský Prazdroj používá přímo k vaření piva vodu pocházející z vlastních zdrojů, z historických vrtů v obci Roudná leží v minimální vzdálenosti od pivovaru.

Velkou pozornost věnujeme udržitelnosti vodních zdrojů také v pivovaru ve Velkých Popovicích, kde vodu čerpáme z celkem 11 studní umístěných ve vzdálenosti maximálně do dvou kilometrů od pivovaru. Veškerým tématem je voda rovněž v notovickém Radegastu, který pí spotřebě vody přímo z Beskyd dosahuje bezkonkurenčně nejlepšího poměru 2,57 litru vody na lít piva. V Pivovaru Šariš jde o vodu z hlubokých studní, čerpanou z oblasti pramenů Torysy. Druhým zdrojem jsou naše vlastní studné, které z části zásobují sládovnu.

Zpět na obsah

Zpět na obsah

ÚSPORNÁ OPATŘENÍ

Rok 2020 přinesl kvůli koronaviru zcela nové výzvy.

3

Přestože došlo během roku k výraznému omezení provozu v pivovarech, nebyl zrušen žádný z investičních záměrů. Navzdory nepříjemným dopadům pandemie jsme například uskutečnili plánovanou rekonstrukci **ultrafiltrační jednotky v Plzni** fungující již od roku 2014. Ta zachytává odpadní vodu a čistí ji na kvalitní pitnou vodu do poštětnou například na opláchy. Rekonstrukcí této linky jsme dosáhli úspory na úrovni 0,007 litru vody na lítr piva.

Podobně probíhal v loňském roce ve většině pivovarů také projekt **proces optimalizace myti sudů, tanků a filtrací**. Tato technologie nám umožňuje například ve velkém využívat bezvakové nerezové pivní tanky na rozvoz nepasterizovaného piva, ze kterých se v provozu přečerpává dvo do tzv. mobilních tanků.

Ve slovenském Pivovaru Šariš jsme také nedávno realizovali projekt **optimalizace úpravny vody**, díky kterému mu nyní dochází ke snížení spotřeby o 0,07 litru vody na lítr piva. Na výrobu horké vody je zase využívána tepelná energie, která se uvolňuje při výrobě piva, konkrétně během chmelovaru a při ochlazování horké mladiny.

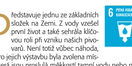
Šarišský pivovar za posledních 10 let výsazně snížil spotřebu vody ze 4,21 litru na 2,78 litru na lítr piva a dnes se v tomto ohledu **řadí mezi evropskou špičku**.

Ve větší části našich pivovarů však nebylo možné dosáhnout ve spotřebě vody cílů stanovených pro rok 2020. Přičinou bylo několikaměsíční omezení provozu na sudových linkách, kde je spotřeba vody oproti dalším typům obálí menší.

Naším cílem je
další postupné snižování spotřeby vody tak, abychom se v roce 2030 dostali na hodnotu 2,75 litru vody na lítr piva.

VÝVOJ SPOTŘEBY VODY

(v pivovarech)



Suroviny budeme nakupovat pouze od farmářů s udržitelným způsobem pěstování.

Naše piva valíme výhradně z přírodních surovin vysoké kvality. Klimatická změna ze pramenů udržitelných podmínky pro jejich pěstování, proto je i pro nás naprosto klíčové, abychom spolehlivě a pružně jejich stabilní dodávky i do budoucna. Jednou z cestiček, jak to zvládnout, je tvorba vlastního ječmene a pro Zatecku zachování i pro příští generace.

> Věříme si vážíme úsilí, které dodavatelé ječmene a chmele, nejdůležitějších surovin pro výrobu piva, vynakládají na přípravu půdy, dodržování správných postupů při setí a ošetřování plodin jak v období jejich růstu, tak při sklizni i dotří pěti při jejich uskladnění a dodávce do našich sladoven a sladů.
>
> **Ivan Kopal**
> SPRÁVCE ZÁSOBY
> Plzeňského Prazdroje

OBSAH

6 TRIA VIRA NANOSEJI
8 ZÁSOBY VÍRAŘ I PIVOVAR
12 ZÁSOBY VÍRAŘ I PIVOVAR
13 ZÁSOBY VÍRAŘ I PIVOVAR
15 BIO SLAD
17 SLAD

JEČMEN

Během roku 2020 jsme v Česku a na Slovensku nakoupili 161 000 tun sladovnického ječmene.

1

Byli jsme opět druhým největším odběratelem ječmene v České republice a vůbec největším odběratelem ječmene pro výrobu v CHZO Žatecké pivo v roce 2020. Přímo **od domácích farmářů** jsme nakoupili 59 procent, nákup ostatního ječmene jsme tradičně realizovali pouze přes obchodníky, kteří nám byli schopni garantovat jeho původ. Při konkrétním nákupu opět dominovaly domácí odrůdy, které umožňují nižší míru prokvašení dávajíc českému pivu typickou plnost. Nižší úroveň prokvašení v důsledku vyšší zpětnášky oproti roku 2019 podlesu nákupu této suroviny o 7 000 tun.

Na Slovensku jsme za stejné období nakoupili téměř 25 000 tun sladovnického ječmene. 15 900 tun jsme přímo od pěstitelů, 8 684 tun od obchodníků. Podobně jako v České republice, kde je světlý sład zřetelného typu nejvíce používaným pivovarským ječmenem v Plzni a v Velkopolsku, byl na Slovensku nakupený ječmen zpracovaným přímo ve sladovně Pivovaru Šariš, ve které se ročně vyrobí kolem 19 000 tun sladu.

Největší objem nákupu v České republice tvořily ječmenové sladovnické odrůdy Bojos. Za ní se umístila odrůda Laudis 550, která je zároveň nejdůležitější odrůdou v České republice. V přítomnosti tvořil nejvyšší podíl z testech nových sladovnických odrůd. Na sladovně v Plzni jde o odrůdu LG Ester, schválenou pro české pivo, na sladovně v Nitovicích pak pokračujeme v testování odrůdy Spitfire a nové také budeme zkoušet odrůdy LG Ester a LG Tosca.

Díky tvrdým investicím do našich pivovarů a sladoven, které nám přinášejí svoje v podobě zefektivnění technologických procesů i navýšení kapacity výroby piva a sladu, **chceme být vždy perspektivním partnerem a odběratelem sladovnického ječmene**.

V roce 2008 byla Evropskou unií zapsána ochranná známka CHZO Žatecké pivo strnulých unikátnost umění českých sládků. Jako jedna z prvních získala toto označení hned v roce 2009 naše značka Gambrinus. K ní se v dalších letech přidaly postupně i Pilsner Urquell, Velkopopovický Kozel a Radegast. Naše značky jsou tak dres hrdými nositeli označení zaručujícího vysoký standard výrobního procesu a kvality surovin.

CHMEL

Výroba piva ve všech čtyřech našich pivovarech v Česku i na Slovensku je neodmyslitelně spojena s výjimečným českým chmelem.

2

Pracujeme s třemi nejznámějšími českými odrůdami, jako jsou Žatecký poloraný červeňák, Sládek, Premiant a Žatecký poznělý. Výjimečné díky vlastnostem českého chmele jsou výsledkem zcela unikátních půdních a klimatických podmínek, v kterých dochází k jeho tradičnímu pěstování. Vyrovnanou kvalitu chmele po celou dobu od sklizně až po jeho zpracování a pivovaru zajišťuje rychlé uskladnění pod skladu. Ve kmenovém sklad s fluorovanou atmosférou se snížením obsahem kyslíku a jeho následně tečmé zpracování do formy pelet, které se balí v ochranné inertní atmosféře a skladují při nízké teplotě.

Do našich pivovarů importujeme také určitou část chmelových produktů ze zahraničí pro dodání základní hořkosti. Tyto produkty se používají na zatěko chmelovaru, kdy dochází pozdovanovu hořkost, ale nijak výraznější ne neposílí na výsledném aroma piva, zatímco čeká a moravské chmele přidáváme v pozdějších fázích chmelovaru pro dodání jemnějšího charakteru hořkosti a hlavně jejich specifických aroma. Část zahraničních chmelových produktů se používá také pro ochucení piva, první speciály a další lagery, pro které jsou vhodné nižší zahraniční odrůdy. V roce 2020 jsme pro výrobu piva v České republice a na Slovensku nakupili 773 tun chmele. Z toho 555 tun bylo od tuzemských dodavatelů, což je o 60 tun více než v předchozím roce.

VODA PRO CHMEL

Naše partnerství s českými chmelaři je postaveno na dlouhodobých smlouvách, vzájemném porozumění a hlubokém respektu.

3

To nám umožňuje společně diskutovat o problémech, se kterými se musí pěstitelé chmele v poslední době potýkat. Jedním z klíčových tématem je nedostatek vody, který může v budoucnu negativně ovlivňovat objem a kvalitu odebraného chmele. Diskutujeme proto o nejčastějších způsobech, jak situaci účinně předejít. Podporujeme například výsev nových odrůd chmele, které jsou vhodnější pro výrobu vzniku a mírného chladné chmelové rostliny. Díky získaným datům bylo možné aplikovat mírné postřiky a tím snížit spotřebu pesticidů.

Prostřednictvím komplexních dotazníků jsme začali monitorovat, jak farmáři naplňují principy udržitelného zemědělství, abychom spočítali naši spásu, jak jim v tom můžeme být nápomocni.

Ukončíme používání jednorázových plastů. Z prvotního materiálu.

OBALY

Rok 2020 pro nás znamenal intenzivních 12 měsíců, během kterých jsme se velmi detailně věnovali hledání cest, jak dosáhnout plné cirkularity obalů. Uvědomujeme si, že jde o oblast nesmírně důležitou jak pro spotřebitele, tak pro naši firmy, protože obaly mají zcela zásadní podíl na dopadu našeho podnikání na životní prostředí. Naším cílem je, aby každý obal v našem portfoliu byl napln*ěný opakovaně* nebo se po použití stal surovinou pro další obal.

„Velkou výhodou hliníku je možnost recyklovat jej prakticky do nekonečna, přičemž jeho kvalita zůstává stejná. Plechovky z recyklátu přitom mají výrazně nižší uhlíkovou stopu a na jejich výrobu je spotřebováno až o 95 % méně energie než u plechovek vyrobených z tzv. panenského materiálu.

Martina Vajčkadová
manažerka vzdělávání materiálů a obalů
Plzeňského Prazdroje

Všechny obaly našich výrobků budou do roku 2030 znovu použitelné či recyklovatelné a zároveň aspoň z poloviny vyrobené z recyklátu.

OBSAH

Plast 2
Ukončujeme od PET lahví a nebojujeme plasty všude tam, kde je nemáme nebo je nahrazujeme recyklátem.

Papír 4
Nahrazujeme značek Radegast, Kozel a Birell jsou už pro 1 recyklovatelné papírové, další značky budou brzy následovat.

Hliník 5
Vyrábíme plech, nahrazujeme plastovou krčku lahví papírovým a zvyšujeme podíl recyklátu v hliníku.

Životní cyklus obalů 6
Ve spolupráci s odborníky analizujeme současný stav, což nám pomůže s cílenými investicemi do budoucnosti.

PLAST

V roce 2020 jsme se opět výrazně zaměřili na snižování naší plastové stopy.

1

Naším odchodem od PET lahví u Gambrinusu, Radegastu a Šariše jsme ušetřili téměř 1 000 tun plastu. Velkou poznámkou jsme věnovali také tloušťce fólií, kterou jsme zmenšili u papírových pivní na paletách. V roce 2020 dokážeme fólií k jejímu snížení až o třetinu, čímž ušetříme 78 tun plastu ročně.

Cestou dalšího omezení spotřeby plastů jsme se vydali také u lahví Pilsner Urquell, a nichž jsme se rozhodli skoncovat s plastovými nálepkami na lahvích, čímž ušetříme přibližně 58 tun ročně.

Na společné balení větším počtu plechovek v obchodech jsme začali používat 100% recyklát. Představuje to úsporu dalších149 tun plastu.

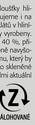
Redukujeme i podíl plastových vaků v pivních tankech, v Česku už používáme jen bezvakové; na Slovensku je s vaky 19 %. Nahradily je nerezové kontejnery na rozvoz nepasterizovaného piva do provozoven, které umožňují přepravované pivo i s pěnou zbožím a plnit tak využívané přepravní kapacity distribuce.

PAPÍR

Naše první lahve se bez etiket neobejdou, cesta, jak výrazně ušetřit papír, však existuje.

2

U většiny pivních značek Radegast, Kozel a Birell jsme zavedli pro etikety na lahvích recyklovaný papír. Do tohoto výčtu v roce 2021 přibydou další značky. Za rok 2020 jsme tímto způsobem ušetřili 271 tun nového papíru. V roce 2021 nahradíme recyklátem dalších 352 tun papíru – ke konci roku bychom tedy měli dosáhnout stavu, kdy v průměru 73 % papíru používaného na etikety bude papír recyklovaný.



73 % papíru používaného pro etikety bude do konce roku 2021 z recyklátu

HLINÍK

V roce 2020 jsme i díky pandemii zaregistrovali nárůst oblíby piva v plechovce, která je lehká a vetší se nápojů dá rychle vychladit.

3

Oproti roku 2019 dokážeme k nárůstu podílu plechovkového piva z 18 % na 20 % celkových prodejů. Zaleží jsme proto hlavně nové cesty, jak snížit ekologickou stopu i u hliníku. V případě značky Pilsner Urquell se nám například podařilo uspořit 48 tun hliníku díky odstranění alobalových krůžků z lahví a jejich nahrazení papírovými etiketami v roce 2021.

Spolu s postupným snižováním tloušťky hliníkového obalu se stále víc zamýšlejme i na potřebné navyšování pomětu recyklátu v hliníku, ze kterého jsou naše plechovky vyrobeny. Dnes je podíl recyklátu v průměru 40 %, přičemž tuto hodnotu budeme chtít dál postupně navyšovat. Velkou nadějí přitom vkládáme do systému, který by nám umožňoval zálohovat plechovky tak jako skleněné lahve. Téma zálohování plechovek je dnes velmi aktuální na Slovensku. V roce 2020 jsme se zde velice intenzivně podílel na přípravě nového zálohového systému, který bude spuštěn k 1. lednu 2022.

PODÍL RECYKLÁTU
(z celkového obalových materiálů)

NAVZDORY DOPADŮM PANDEMIE ISME V ČESKU A NA SLOVENSKU V ROCE 2020 ZAZNAMENALI NÁRŮST OBLÍBY PIVA V PLECHOVCE.
Podíl tisíců lidí, kteří pivo nahradili jiným druhem nápojů, mohl vstát alkohol nebo nápoj nejvyšší uhlíkovou stopu i celkový dopad na životní prostředí.

STRUKTURA NAŠICH OBALŮ A JEJICH PODÍL
na celkovém obalovém portfoliu

30 O TOLIK PROCENT SNÍŽILI PRODUKCE ODPADU OD ROKU 2005

Žádný odpad z našich pivovarů neskončí na skládce.

ODPADY

12 ODPOVĚDNÁ VÝROBA A SPOTŘEBA

17 PARTNERSTVÍ NA DOSAHU CÍLŮ

V roce 2020 jsme pokračovali ve snižování objemu vyprodukovaného odpadu. Oproti roku 2019 se nám jej povedlo omezit o 7 %, na čemž má zásluhu řada projektů realizovaných ve většině našich pivovarů. V tom Plzeňském jsme například snížili objem odpadů z praní a čištění surovin o 94 % a podobné významná redukce o 88 % se nám tady povedla také u surovin, které jsou nevhodné ke spotřebě nebo zpracování. V Nošovicích jsme o více než polovinu snížili odpad hořkých kalů a Mariboru a například v pivovaru Šariš jsme snížili o 87 % odpad u chladicích zařízení. Naší hlavní prioritou stále zůstávají z pohledu omezení skládkování směsné obaly (etikety) a směsný komunální odpad.

„Oceňuji odvahu Plzeňského Prazdroje prolepšovat cestu pivovarským krekrům, která není ani na mezinárodních trzích obvyklá. Na případě krekrů se ukazuje, že může vzájemně spolupracovat velká i malá firma, že je to především a lidském přístupu a odhodání vyzkoušet nové věci.

Jan Zeman
jednatel společnosti Biopekárna Zemanka

OBSAH

Předcházení tvorby odpadů
Snižujeme množství obalů, inovujeme výrobní procesy a hledáme pro odpad další využití

Zbytkové suroviny
Dáváme z nich vybované kroky i pivní pálenky

PŘEDCHÁZENÍ TVORBY ODPADŮ

Při každé naší činnosti se snažíme maximálně vyhodnocovat její dopad na produkci odpadů.

1

Pozornost věnujeme také **omezení tvorby zbytných odpadů**, jako jsou obměny etiket spojených s reklamními kampaněmi, nebo udržetelný přístup k různým marketingovým balením a reklamním předmětům.

Jelikož největší část skládkovaných odpadů tvoří **etikety z mytí lahví**, snažíme se naší pozornost zaměřovat právě na ně. S tím souvisí naše již realizované nebo zvažované úpravy etiket tak, aby byly po omytí recyklovatelné, kompostovatelné, případně jinak zpracovatelné.

V roce 2020 jsme se zaměřili na přípravu **proměny naší lahve** Pilsner Urquell, která vstoupila na trh na jaře 2021. Změna spočívala v nahrazení původní hliníkové fólie ve vrchní části lahve novou papírovou etiketou z recyklovatelného papíru. Díky této změně ušetříme více než 100 tun odpadu.

GET THE DEEP DIVE

ZBYTKOVÉ SUROVINY

Vedlejší produkty z výroby sladu a piva jsou ryze přírodního charakteru, čímž se nám nabízí možnost jejich druhotného využití.

2

Mláto, sladovnický odpad a kvasnice nacházejí uplatnění jako krmivo pro hospodářská zvířata. V případě mláta se přebytky nějdy používají i pro výrobu zelené energie. Všechny naši odběratelé mláta a sladovnických odpadů určených na krmení, jako jsou sladový kvét a prach, jsou certifikovaní v režimu pro nakládání s krmivy GMP+ a jsou napřímo navázáni na farmáře a zemědělská družstva.

Snažíme se najít využití i pro další odpady. Čistírenské kaly mohou sloužit jako hnojivo do půdy a odpadní filtrační kremelina zase nachází uplatnění při rekultivaci krajiny. Všem ostatním odpadům potom věnujeme maximální pozornost při třídění.

Naši odběratelé jsou napřímo navázáni na farmáře a družstva, se kterými mají k tomu určené smlouvy na pravidelné dodávky těchto produktů. Část těchto odpadů skončí i u našich přímých dodavatelů ječmene či chmele, čímž je využití těchto surovin takřka beze zbytku.

MLÁTO

PRODÁVÁME MLÁTO NAŠI PRO DOBITOK POUZE ZNÁMÝM ZEMĚDĚLSKÝM DRUŽSTVŮM. ZE MLÁTA JE ZNÁMÝ ZDRAVÝ SOUČASTNÁ LIŠ NEOVŠEM NE JINÉHO. MLÁTO MÁ VYSOKÝ OBSAH PROTEINU, VLÁKNINY I VITAMINŮ.

GET THE DEEP DIVE

Pivovarské krekry

S velkou pečlivostí nakládáme v pivovarech se zbytkovým materiálem, který může posloužit jako plnohodnotná potravina. Mláto jako zbytková surovina ze sladu používaného při výrobě piva má výborné výživové vlastnosti. Je bohaté na bílkoviny i vlákninu a obsahuje málo sacharidů, zato celou řadu vitamínů. Získává si čím dál větší oblibu jako surovina pro výrobu velmi oblíbených pivovarských krekrů. První krekry jsme vyrobili s Biopekárnou Zemankou na počátku roku 2020. Následovaly mikrobiologické zkoušky a poté jsme si ještě nechali posoudit špičkovou kvalitu mláta jako hlavní vstupní surovinu. Do prodeje šly krekry v létě 2020, a to hned ve třech příchutích.

HLAVNÍ ZPŮSOBY NAKLÁDÁNÍ SE ZBYTKOVÝMI MATERIÁLY

v pivovarech

VEDLEJŠÍ PRODUKTY:

	2019	2020
t	156	000
%	184	932

ODPADY:

	2019	2020
t	13	235
%	12	571

VEDLEJŠÍ PRODUKTY (MIMO BETA ODPADŮ):

Pivní pálenka

Během roku výrazné oviněného pandemií jsme se spolupráci s Iléčkou L'Or special drinks vyrobili limitovanou edici pivní pálenky. Na její výrobu bylo použito pivo z programu Volba sládků, které se v době uzavření hospod nepodařilo prodat a které by jinak muselo být zlikvidováno. Pivní pálenka byla k dostání výhradně v dárkové prodejně v Plzeňském pivovaru a bylo jí jen 100 litrů.

ZPŮSOB NAKLÁDÁNÍ S ODPADY

v našich pivovarech

GET THE DEEP DIVE

40

PROJEKT
ZÁVĚREČNÉ SPRÁVY
V ROCE 2021
SPOLEČNOST PRO
VŠEOBECNÉ ZNÁMKOVÁNÍ
POJIŠŤOVEN

Genderová rovnost na vrcholných manažerských pozicích.

V roce 2020 zaměstnával Pfizerkaš Pražských ve svých pivovarech v České republice a na Slovensku celkově 2 716 lidí. Mužů bylo mírně nad centrem a ženy tvořily v Bratislavě 6 z Českých Budějovic přestavovaných 2 154 a na Slovensku 564 lidí. Standardní pevnost u jejich lidí v podstatě nemá.

*„Chyť lidi z jiných firem, vyzvedni Pražsko, jako skvělého zaměstnavatele. Stopy pocit od sou, budoucnost v Pražsko pozitivní a ze odhodlání udělat pivo, co nejlepší pivo, ale ne za jakoukoliv cenu. Pro mě to souvisí s tím, co to všechny vytvořilo, co to dělá s lidmi, co to dělá s rodinami, co to dělá s jejich dětmi, co to dělá s jejich vztahy. Myslím, že to budeš velmi, souhlasí s tím, co jsem říkal, to budeš velmi, velmi, velmi, velmi velmi velmi

Navýšíme podíl nealkoholických produktů v naší nabídce na 25 %

ODPOVĚDNOST

Usilujeme o to, aby se pivo stalo přirozenou volbou pro uvědomělé a odpovědné konzumenty, a chceme nabídnout alternativu i těm, kteří preferují nápoje bez alkoholu. V kontextu toho chceme zvýšit podíl nealkoholických značek v naší nabídce z 90 % na 25 %.

Mezi prioritními programů stáčíme hlavně na samoregulaci. Kromě dodržování českých a evropských zákonů, mezinárodních dohod a etických kodexů uplatňujeme také dobrovolné vlastní pravidla, která jdou výrazně nad rámec těchto předpisů. Naše interní pravidla patří mezi výrobci alkoholu k těm vůbec nejpřísnějším. Závazek odpovědné komunikace - nalezli výrobků jsme stáčili i akcíním zápojením do nadnárodních organizací Brewers of Europe, World Federation of Advertisers a International Alliance for Responsible Drinking.

3 ZBRAND A SPONZORSKÝCH SMLUV

17 PROPAGACÍ NA SPOLEČNÝCH SITÍCH

... i nadále chceme propagovat zdravý přístup k zážitkům, proto se snažíme do roku 2025 zvýšit podíl lidí zapojených do propagací prostředků zodpovědně pití o 20 %. V roce 2019 jsme se přihlásili k mezinárodnímu závazku IARD, a proto se budeme při spolupráci s našimi zákazníky (hlavně hotelů, obchodních řetězců) i e-commerce snažit dále posouvat standardy zodpovědného prodeje alkoholu.

Marie Kaňová
specialistka alkoholové odpovědnosti
Plzeňského Prazdroje

o 20 % zvýšíme angažovanost v preventivních programech.

OBSAH

KOMERČNÍ KOMUNIKACE

K marketingu přistupujeme zodpovědně.

1

Máme dobře nastavené mechanismy samoregulace, které průběžně kontrolujeme. Funguji flexibilně, takže nám umožňují rychle reagovat na měnící se trendy a jejich kontrolu přitom nevyžadují žádné investice z veřejných rozpočtů.

Držíme se našeho Kodexu kancerní, di komunikace, který obsahuje řadu přísných pravidel. Všechny alkoholické výrobky z naštěmp portfolia nesou na obálkách certifikaty o pijácích odpovědné chování a informace o složení a výživové hodnotě.

Digitální komunikace se v Plzeňském Prazdroji jejíž navíc řídí mezinárodními Digital Guiding Principles, které obsahují mimo jiné důležitá pravidla vlivu specifické obsahu na webových stránkách a sociálních sítích.

V roce 2020 jsme v České republice ani na Slovensku nedostali žádnou stížnost od Rady pro reklamu, tři tři zeroví (podání vyšetření) a nám v Česku zaslala Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. U jednoho postačilo vysvětlení, dva dalšího vzhledu a výsledek tištěho zatím nemáme k dispozici. Na Slovensku nebyla v roce 2020 podána žádná stížnost. Všechna řízení bereme vážně. V reálci na ně jsme ještě posílili důraz na školení zaměstnanců.

100 % KOMERČNÍ KOMUNIKACE MUSÍ SCHVÁLIT NAŠE INTERNÍ KOMISE PRO ODPOVĚDNOST SLOŽENÁ Z ČLENŮ NEJVYŠŠÍHO MANAGEMENTU A EXTERNÍCH EXPERTŮ.

100%

99,5 % NAŠICH REKLAM V TELEVIZI V ROCE 2020 SPLŇOVALO PRAVIDLO **75 : 25** V TISKU, RÁDIU A V DIGITÁLNÍ KOMUNIKACI SMĚROVALY V MINULÉM ROCE TOTO PRAVIDLO VŠECHNY PŘÍSPĚVKY BEZ VÝJIMKY.

DIGITAL GUIDING PRINCIPLES

PREVENCE PITÍ A PRODEJE ALKOHOLU DĚTEM

Chceme osvětou změnit tolerantní postoj veřejnosti k pití mladistvých v České republice i na Slovensku.

2

Podílíme se pro tento ned na několika projektech, jejichž cílem je současný stav změnit.

Respektuj 18

Akávik rok 2020 přišlo festivalovým akcím nepřišlo, přesto jsme na akci Vohnoffest potřádané radnicí Prahy 14 měli stánek Respektuj 18, o nějž kdé projevovali velký zájem a mnoho z nich pak ještě navštívili webové stránky projektu. Na Slovensku jsme díky promakanému odkoši **přes půl milionu lidí**, přičemž více než 2 tisíce se jich do projektu aktivně zapojilo online.

Nezlob se, prokaž se

Projekt, který podporujeme společně s **Českým svazem pivovarů a sladoven a Svazem obchodu a cestovního ruchu**, se snažil poslouch na prodavače a majiteli prodejen, kteří jako na jejich mladistvé zákazníky. V posledních letech se i díky němu daří důslednou kontrolu věku nakupujících minimalizovat případy prodeje alkoholu neletilým.

Napivosrozumem.cz

Rozumnou konzumaci alkoholu propagujeme také prostřednictvím našich webových stránek Na pivo s rozumem, kde je k dispozici aplikace **Alkulačka Promile INFO**. Ta spočítá aktuální hladinu alkoholu v krvi a zároveň tlačí, kdy bude tělo potřebovat k jeho odbourání. V loňském roce stránky v České republice navštívilo 70 tisíc unikátních návštěvníků a aplikaci si stáhlo přibližně 3 000 lidí. Na projektu spolupracujeme s organizací Sanamin jíž jednoznačným rokem.

Promileinfo.sk

Podobné webové stránky s kalkulačkou Promile INFO užitečnou pro řidiče máme i na Slovensku. V roce 2020 jsme tady prostřednictvím digitální komunikace oslovili více než 442 000 lidí, aktivně se do ní zapojilo více než 81 000 lidí.

NÁŠ ZÁVAZEK V PREVENCI PITÍ MLADISTVÝCH →

PDF

1. Do roku 2024 zavedeme na všech našich alkoholických výrobcích jasný **symbol nebo slovní upozornění, že výrobky nejsou vhodné pro mladistvé.**

2. Na mládež a děti **nebudeme cílit ani marketingovou komunikací** u našich nealkoholických variant produktů odvozených od alkoholických značek.

3. Posílíme nynější **opatření zabránující** tomu, aby se mladiství dostávali k nařetmu obsahu **v digitálním prostředí.**

4. Přiveteme malobochodníky, velkoobchodníky a distributory, aby s námi spolupracovali a implementovali co nejúrovnější **pravidla pro odpovědný prodej alkoholu.**

5. Přiveteme malobochodníky a e-shopů a doručovací služby, aby se s námi přidali při vývoji **globálních standardů pro online prodej** alkoholu.

NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE

Přinášíme našim spotřebitelům pestřejší nabídku a zdravější složení.

3

11 % **Rozšiřujeme portfolio nealkoholických ochucených nápojů** vyrobených z čistě přírodních surovin, které nabízejí zdravější alternativu k běžné dostupným nealkoholickým nápojům. Mají nižší obsah cukru a jsou bez umělých přísad či konzervantů. V roce 2020 jsme takto obohatili produktovou řadu nápojů na bázi piva značky Birell o čtyři nové varianty (Citronádu od Birella, Colu od Birella, Bezoxku od Birella a ledový čaj od Birella). Na Slovensku byla Cola od Birella představena už v roce 2019.

ŠKOLENÍ

Pravidelně Školíme a vzděláváme naše zaměstnance, spolupracující agentury, obchodní partnery a řad hospodských a zástupců obchodů i další stakeholdery. Každý zaměstnanec Plzeňského Prazdroje prochází školením zaměřeným na zodpovědnou konzumaci alkoholu Abeceda alkoholu nebo Alkoholové IQ. **Za rok 2020 je absolvovalo přibližně 800 lidí.** Zodpovědné chování máme nové u některých partnerů zakotvené i ve smlouvě a rádi bychom tuto aktivitu rozšířili i na další místa.

Chceme být dobrým místem, kde podnikáme

KOMUNITY

Naše pisovny se nachází hned na hranici mítisích Čech let republiky a na jednom místě na Moravě. Ani tento fakt tolik neřeší, že v rich aktivně podporujeme lidi, co si žijí v místech, kde nejsou obchody, ale pásci s kombinacemi dvě mysliivce. Jsme rádi, že jsme v místech, ve kterých si třeba spojení se Zvetrém po-stedeni, které se dá přímo dojít kolej. Zaměřujeme se spíše na přímé kladí i na výsledek. Ze strnnů nebo ochranu vodních zdrojů. V lokalitách roce jsme podporovali hned několik projektů zamřeřených na spolužití se Zvetrém

400

TISÍC TUČŇÁKŮ
NÁJEMNÍCH BYTŮ
PRO ZDRAVOTNÍKY
V PRAZE, BRNĚ,
PARDUBICÍCH PŘÍPAD
OSTRAVĚ, PLZNI
A OSTATNÍCH
SOUVISEJÍCÍCH

Pomáhali jsme
nastartovat ekonomiku.

PANDEMIE

O první jarní fázi pandemické krize v roce 2020 nemám smělovati naší podmínost na ochranu zaměstnanců, zachránce gastro sektoru a podporu pracovníků v první linii (Ukrajina).

Stali jsme se také jedním z hybatelů iniciativy „Nastartujme Česko", spíšení cílem byla obnova české ekonomiky a návrat do běžného života celé společnosti. Na Slovensku jsme pak přišli s podobnou iniciativou pod názvem „Rozhodne Slovensko!". Do oblastí země jsme tady investovali 400 tisíc eurovajmer i ostatní, aby se zapojili do rozběhnutí ekonomiky. V regionech kde hospodařil, pisoši, jsme se snažili podpořit. Ze nejrůznějších iniciativami spolupracovali, dodavatele i vlastní zaměstnance.

Ivan Tušek
manažer pro spolupráci s neziskovými organizacemi
Florian na Hradčanech

OBSAH

První linie a senioři
Pomoc pro seniory zajistila nákupy a transportovala dvě pro tisíc zaměstnanců lékařů.

Nájmy pro zaměstnanci
Zdravé a bezpečné bydlení pro zdravotníky v pandemii, ochrana rodičů, včetně dětských pokojů nabízí tisíc.

Nové zákazníky a podnikání
Přes dobrovolnou pandemie to jsou dodnes.

Zaměstnanci
Zdravé a bezpečné bydlení pro zdravotníky v pandemii, ochrana rodičů, včetně dětských pokojů nabízí tisíc.

PRVNÍ LINIE A SENIOŘI

Naší pomoc jsme soustředili tam, kde byla skutečně potřeba, od pracovníků v první linii až po osamělé seniory

1

BIRELL MYSLEL NA LIDI V PRVNÍ LINII

Značka Birell se jako náš jediný nealkoholický produkt mohla přímo zapojit do potravinové a nápojové pomoci přestižným lidem v první linii. Hned při nástupu první jarní fáze koronavirové pandemie jsme rozdali zázchranářům, zdravotníkům, pracovníkům v dobrovolnictvím i dalším více než 65 000 plechovek Birellu. Zaregaovaují jsme aktivně také na druhou linii, kdy byli pravu zaříkeni pavé přes devětsím zaměstnanci nemocnic a další lidé v první linii. Jsme jsme jim do nemocnic a na hygienické stanice dali desetisíce Birellu. Celkem jsme v Česku distribuovali přes 220 000 Birellů.

Na Slovensku jsme rozvezli přes 180 000 Birellů určených jednotlivým zdravotníkům v nemocnicích a dalším lidem ve kterém s koronavirovou nákazou. Komně nemocnice a zázchranové Birellem také podporovali Červený kříž, záchranáře, hasiče, policisty a nedávní ostatní. Birell nealkoholická piva nejvíce potvoiuki i do ulejvy. Pošli tašky v Bratislavě, kde dobrovolníci rozná- Šel nákupy seniorám a lidem v nouzi.

POMÁHALI JSME S TRASOVÁNÍM

Na podobě bohalého nákupu v pandemii spolupracovali s Ministerstvem zdravotnictví ČR. Dvě desítky dobrovolníků z pražanstvo zdravotníkům pomáhaly s organizací pandemie bránila ve vikoným jejich běžné práce a kteří zároveň nedovolili jsme s nedovolili telefonickéh hovorů, vypomohly při trasování kontaktů nahlášených pozitivně testovaných lidí.

SPOLEČNĚ PROTI COVAMELOSTI

Před Vánocemi jsme aktivně pomáhali seniorům v domu. Do výrazných stacionáků, ordinací jsme seniory jsme pomohli speciální vánoční nadílku Birellů a také teplých polo- nosteK, které uplely babičky sdružené pod nezskovou organizací Epiphany. Pomocnou ruku jsme podali i dětem v dárovali celkem 250 kusů.

Ještě před koncem roku jsme v Česku i na Slovensku připravili nový projekt Společně proti osamělosti spolupracovali neziskové organizace, jež pomáhají seniorám, zdravotníkům i dalším ohroženým skupinám zdálo- Na podobný pandemie a z ní plynoucích psychických rizik opatření. O tom, jaká nezisková organizace a v jaké výši oblasti finanční přispěvek, rozhodovali naši zaměstnanci.

ČESKO 2 MILIONY KČ

ASTRA · ZOOT · ...

SLOVENSKO 30 TISÍC EUR

ASTRA · ZOOT · ...

#KtoPomoslaSlovensku

NAŠI ZÁKAZNÍCI

V nouzi pomáš přítele

2

Během celého roku jsme byl v pravidelném kontaktu s naními zákazníky, tedy s provozovateli restaurací a hospod v Česku i na Slovensku, a snažili jsme se jim pomoh, jak se jen dalo. Vyrovňovali jsme jim na rukie ná- klady veškeré **prošli jsme s nenarušených sudů za Čerstvé**, poskytovali **poradenství**, jak získat prostřed- ky z programů státní podpory, odkládali splátané veřejnéch faktur až na odložené do pandemie a zaslali jsme propálcové **dotovány**, kovnitě jsme provozovatelům restaurací a hospod výhodné bezplatné nuřené dodávek pivu a zvolna jsme **minimální objem objednávek pro závoz**. Zaslali jsme aktivně pomáhat se **zákonzerovávám podnik**, které během plamoch ukázách opotřeb zavřely a nepravozovaly výdejní okénko.

Do podpory gastronomických podniků jsme během pandemie investovali 2 miliony korun a 400 tisíc eur. Pomoc se

V případě čerstvých podniků jsme podporovali **provoz výdejních okének** a do podniků jsme dodali zdarma tištěnkové lahve piva Birell, pivo Birell, jež by hospodští mohli dávat a přilákat tak další hosty. Provozovatelům jsme **poskytli dezinfekci a ochranné prostředky** v době, kdy hyly nedostatkové. Nabídli jsme **návody a poradenství**, jak santovat a zakonzerovat výčepní zařízení a připravit se na otevírky po krizi. Společně s Českým sazem pivovarů a sladoven a se Slovenským sdružením výrobců piva a sladu jsme zřídili **informační a motivační kampaně** pro hospodské i jejich zákazníky.

Našim cílem bylo pomoci partneřům z oboru gastronomie překonat období nejistoty tam, kde se jim nedostala podpory ze strany státu.

ZAMĚSTNANCI

Zdraví a bezpečnost byly pro nás během pandemie na prvním místě, včetně duševní podpory lidí.

3

OCHRANA A BEZPEČÍ

V Česku na Slovensku jsme během celé doby pandemie následovali doporučení ministerstev zdravotnictví. Bodla jsme a dávali všem zaměstnancům pravidelně vědět o všech změnách předpisů na zaměstnaneckém portálu a e-mailem.

Všechny zaměstnanci, kteří mohli nadále chodit na pracoviště či navštěvovat zákazníky, měli k dispozici dezinfekci, **dostatek ochranných pomůcek a nezbytných informací**.

Vytvořili jsme **funkční proces řešení pro případ nákazy zaměstnance**. V první vlně jsme stanovili a ověřili v praxi postupy, jak reagovat, pokud onemocní někdo z našich zaměstnanců. Omezili jsme socialit kontakty na pracovišti a styk s externími pracovníky, upravili jsme střídání směn. Pokud se nemohl externím pracovníkům nikdy byly, pokud to šlo, odložíme. Stříkané jsme dopouvodili všem zaměstnancům, kteří mohli pracovat z domova, aby tuto metodu mohl využít. Ty, kteří do práce dochází všech nařízení a pravidel.

Dobrovolný antigenní testování v prostorách jsme nabízeli zaměstnancům zajistil jsme jedné všechna vrcholovém.

POMÁHALI JSME SI NAVZÁJEM

Spustili jsme projekt **Jedeckange**, dochom umožnili lidem, kteří kvůli preventivním opatřením nemohli přímo vykonat svou práci, vypomoci přestižným týmům. Zaměstnanci z oddělení Craft & Heritage pomáhali ve skladu Florian.

Maximální a nepřetržitou **pozornost jsme věnovali psychickému zdraví našich lidí**. Kteřmilé/béhem roku 2020/4 dopoloci asistenční programy MDleč s nám- pomoc dle ukázky. V rámci programu Na zdraví jsme pro ně zase připravili vitamínové balíčky pro podporu imunity, desítky online webinářů na téma fyzického i psychického zdraví, zdravého stravování a životního stylu.

Více o všech našich programech viz kapitola ZMĚ

2020