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

PRŮMYSLOVÁ BUDOVA BUDE NEPOSTOUPÍ V ROKU 2050 UHLÍKOVÁ STOPA. CÍLOVÁ NÁŘEVNÁ HODNOTA ODDĚVNÍ ULIČNÍHO 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 naše schopnost 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 naše 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. Nezajímáme se přitom 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 petit vice navazovat partnerství na podporu udržitelného rozvoje.

Pavlína Kalousová
ředitelka lermrich-velmi a komunikace
Plzeňského Prazdroje

Uvědomujeme si, že přednost zdroje je potřeba 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
Jsou jasné a určitá ambice, kam se chceme v kombinaci Case Journal

1 PLZEŇSKÝ PRAZDROJ A ASAHI

Strategii udržitelného rozvoje Plzeňského Prazdroje úzce 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 patronátem 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 planety 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.

CO2 CIRKULÁRNÍ OBALY

NAŠE PRIORITY

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

2

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

Na budoucnost! 2030

VODA | CO2 | CIRKULÁRNÍ OBALY | SUROVINY | ODPADY | ODPOVĚDNOST | DIVERZITA

Udržitelnost našeho podnikání je integrální součástí firemní strategie a vrcholný management, včetně celého představenstva, má oblast trvale udržitelného rozvoje jako klíčovou prioritu pro nastavení celkové strategie společnosti, a proto je součástí dlouhodobých i každodenních rozhodnutí. Zodpovídají za ni nejvyšší představitelé, jednotlivá oddělení pak mají své zástupce v Sustainability týmy. Jako konzistentní strategie dohlíží Steering Committee složení z členů nejvyššího vedení společnosti.

STRATEGICKÉ CÍLE

3

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 naší pivovarů neskončí na skládce.

90 %
ODPOVĚDNOST
90 % našich produktů bude se snižovým obsahem cukru nebo cukrů bez cukru.

20 %
Bez alkoholu bude pětina nápojů v našem portfoliu.

20 %
O 20 % zvýšíme angažovanost v našich 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 našich výrobků budou znovu použitelné či recyklovatelné a zároveň zbývají z pětivrstvý 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
Neakoholické 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

3 ZDRAVÍ A KVALITNÍ ŽIVOT
5 ROVNOST MEZI ŽENY
6 ČISTÁ VODA A SANITACE
7 DOSTUPNÁ ENERGIE
8 DŮSTOJNÁ PRÁCE A EKONOMICKÝ RŮST
9 PRŮMYSL, INOVACE A INFRASTRUKTURA
10 MÉNĚ NEROVNOSTÍ
12 ODPOVĚDNÁ SPOTŘEBA A VÝROBA
13 KLIMATICKÁ OPATŘENÍ
15 ŽIVOT NA ZEMI
17 PARTNERSTVÍ PRO DOSAHOVÁNÍ CÍLŮ

2 0
2 1

25
ROK
JE PRÁZDNÝ NOVÝ
PŘEDSTAVENSTVO A DOZORNÝ
ZÁMEK SLOVENSKU
SPOLU NAJVÝŠE
MOŽNÉ

SPOLU NAJVÝŠE

PRAZDROJ VE SVĚTĚ

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

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 podniků, abychom byli ještě efektivnější organizací s jednotnými 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 zaměstnavatel dokázali 20 let lidé z Plzeňského Prazdroje, mezi zaměstnanci i u dalších odvětvích.

Stavujeme pivovary, kde se cítí lidé, kde zákazníky, ať už jsou to restaurace nebo maloobchodní prodejny, souvisná nonstop prodejna, kde zaměstnanci s spokojenou jsme na další kulinarci prostředí a zvýšování kvality doporučuje kamarádům a rodinám nejvyšší hrnyce.

Nápoje dodáváme **Česku a na Slovensku zhruba do 25 tisíc hospod a restaurací**. Vybíráme pro Plzeňské prostřednictvím programu **Místr výčepní** ce hospodských a restaurantů. Už několik let odpadlé nonplyne tu, **konzumphrnek hospodě**, kde spolu se spočkovou technologií pro čepování nabízíme hospodským čepkové doporučení pracovních provozovna.

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 gastra tedy o 11 milionů piv, na 6,69 milionu hektolitrů. V důsledku toho **se prodalo o 7 procent více balení 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** koronaviróz zatavila očekávání rekordního roku, přičemž nejvyšší **propad až 31 %** v objemech zaznamenaly zařízení hospody a restaurace. Tento pokles vyšel o celých deset let zpět nejen produkci tohoto oněho piva, ale i pivní kultunu, kterou naše společnost Ma na Slovensku budovala a rozvíjela. Nejvyšší propad objemů piva v obchodech roity, Plzeňský Prazdroj Slovensko prodal v celkovým objemem v minulém roce o 2 % méně piva než rok předchozí.

Na danních 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 pivovarnickým průmyslem.

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

Zvláště významný dopad má Plzeňský Prazdroj v obou zemích na zaměstnanost. Nepřímo podporuje téměř 20 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 spotřebitel TOP dopadla firma Plzeňský Prazdroj nejvyšší ocenění – **Trendsetter**, jehož se nám dostalo za to, že dlouhodobě v Česku udáváme směr a v oblasti udržitelnosti a přínašíme nové inspirativní podněty k odpovědnosti v podnikání. Stejný tak získala prestižní ocenění i naše Zpráva o udržitelnosti za rok 2019.

Unie podnikových právníků ČR pod záštitou Svazu průmyslu a dopravy ČR ocenila Plzeňský Prazdroj za nejlepší právničku **Petru Nádě** za aktivní účast na jednání pracovní skupiny pro GDPR při Úřadu vlády a na diskuzích Nejlepších se zřizovatelem nové zákona o výkonném tržní síle.

Hned pět ocenění jsme obdrželi v rámci obrovské soutěže Lemur – Česká cena za public relations 2020. Porota oceniła prvním místem komunikační kampaň Semerský ležák a listopadové Velké sládků a hra pivo s hrebcem. Dvakrát pivní a jednou třetí místo pak získala kampaň Pilsner Urquell: Jak vařilat z výprodeje pivovarnických lahví, která zaujala na kalendářích festivalu v roce 2019 během výčepních ve stylu slavné scény z filmu Vetřelci, přelétl.

OBCHODNÍ ETIKA

V podnikání pevně **dodržujeme zásady a pravidla**, které stanovují naše integrovaná politika. Ta vymezuje nejen postoje ke kvalitě, zdravotní nezávadnosti výrobků a kombinovaných 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 zaměstnanci a dodavatele a konzultanty. S těmito zásadami seznamujeme i naše dodavatele.

KODEX KOMERČNÍ KOMUNIKACE

Podporujeme **principy zodpovědného marketingu alkoholických výrobků** tímto výrobky komunikujeme a prodáváme odpovědným způsobem. Reklama na pivo a alkohol všeobecně jsou jedny ze zákonem nejpřísněji regulovaných forem propagace, my však věříme, že zodpovědný výrobce musí jít nad rámec zákona a mít zásady samoregulace. Dbáme na dodržování vlastní **Kodex komerční komunikace**.

SPOLUPRÁCE SE STAKEHOLDERY

Naše **filozofie je postavena na pravidelném dialogu** s dotčenými stakeholdery. Komplikovaný cvičivový rok 2020 přinesl tento dialog do online prostředí. Přesto jsme však byli schopni komunikovat se stakeholdery z řad vlády, asociací a svazů, neziskových organizací, regionálních 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 zlepšení vendelíčkyní, pořádáním a pivovarnictví v pivovarnictví v Česku, na Slovensku i Evropě**. V Česku jsme členy Svazu pivovarů a sladoven. Prostřednictvím tohoto Svazu jsme členy Evropy. Aktivní jsme také například 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 vendelíčkyní s našimi stakeholdery v letech 2018 až 2019 jsme identifikovali oblasti, které se následně objevují v naší nové strategii udržitelnosti. Mezi ty patří například téma vody, pivo a konzumní přístup k řešení jejího nedostatku nebo důležitost podpory udržitelné zemědělské, zmírnění změny klimatu, práce s komunitami a celkové udržitelné zemědělství. Na Slovensku Plzeňský Prazdroj jsme stanovil témata vyhlášení zvyšování výrobců piva a sladu, Rady pro reklamu, Business Leaders Fora a iniciativy Circular Slovakia.

ÚSPĚŠNÉ OBHÁJENÉ CERTIFIKÁTY ISO:

Systém management kvality
(ISO) ISO 9001:2018

Systém environmentálního management
(EMS) ISO 14001:2015

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

Systém management bezpečnosti potravin
(BRC) ISO 22000:2018 FSSC 22000

Systém management hospodaření s energií
(EMS) ISO 50001:2018

Standard bezpečnosti krmiv
GMP+ BZ

PRAZDROJ V ČESKU I NA SLOVENSKU ZVLÁDL RECERTIFIKAČNÍ AUDITY NA VÝBORNOU

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.

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 setkává klíčovou roli při vzniku našich pivovarů. Není tedy vůbec náhoda, že pro jejich výstavbu byla zvolena místa, která jsou proslulá měkkostí tamní vody nebo nabízí jej výbornou kvalitu díky blízké řece. Kvalita naší vody hlídají také ti nejpilnější soudci, hned ve dvou pivovarech na její kvalitu dohlížejí pstruzi.

6 STRÁNEK ČTENÍ MINUTEK

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

Marek Grabovský
manažer vody Radegast

OBSAH

Voda nad zlato
Musíme počítat s tím, že voda mizí v dalších letech užívat v Evropě.

Náš přístup
Na globální výzvu reagujeme vodní sou spotřebovaná na litr piva.

Úsporná opatření
V Plzni jsme zrekonstruovali ultrafiltrační jednotku, ve všech našich pivovarech zavádíme úsporný mytí sudů, tanků a filtrací.

VODA NAD ZLATO

Celosvětově diskutovaným problémem je nedostatek vody.

1

Nedostatek vody se může v budoucnu čím dál víc týkat i vyspělých evropských států. Již v současné době se během letních suchých měsíců některé části Čech Moravy potýkají s výrazným úbytkem zásob. To vše je potřeba zohledňovat při výrobě piva ve všech našich pivovarech.

Zdroj: ČHMÚ

NÁŠ PŘÍSTUP

Na globální výzvu reagujeme 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, stále klesých výsledků u spotřeby vody jsme postupně docílili v každém z nich. **Už více než před rokem se nám podařilo dosáhnout slavného pomyšlení spotřeby 3 litrů vody na jeden litr piva.** I v roce 2020 přitom stále platila, že nejvetší objem vody spotřebovávame při zajišťování vysokých hygienických standardů. To ve praxi znamená nutné vyplnit mytí sudů 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 dále využívána jako utěrkovou vodu. V Plzni **máme navíc technologii umožňující přeměnu mírně znečištěné vody na pitnou**, jež nám poskýtce slouží jako senzorů voda.

Opakované se hrdě hlásíme k tomu, že Přeštický 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. Velkým tématem je voda rovněž v nošovickém Radegastu, který při spotřebě vody přímo z Beskyd dosahuje bezkonkurenčně nejlepšího poměru 2,57 litru vody na 1 litr 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 skladovnu.

Zdroj: ČHMÚ

Zdroj: ČHMÚ

ÚSPORNÁ OPATŘENÍ

Rok 2020 přinesl kvůli koronaviru zcela nové výzvy.

3

I přes nutné změny v 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 použitelnou například na oplachy. Rekonstrukcí této linky jsme dosáhli úspory na úrovni 0,007 litru vody na litr piva.

Podobné probíhal v loňském roce ve většině pivovarů také průběžný **proces optimalizace mytí sudů, tanků a filtrací**. Tato technologie nám umožňuje například ve velkém využívat bezvakové nerezové pivní tanky na rozvoj 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 nyní dochází ke snížení spotřeby o 0,07 litru vody na litr 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 výsledně snížil spotřebu vody ze 4,21 litru na 2,78 litru na litr 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 obalů nižší.

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

VÝVOJ SPOTŘEBY VODY

(v pivovarech)

45
SPRÁVA PESTICIDŮ
ZÁKLADNÍ ÚDAJE O ROSTLINNÝCH OCHRANNÝCH PŘÍPRAVCÍCH ČESKÉ OBRÁZKOVÉ ZPRAVODAJSTVÍ PESTICIDŮ V ROCE SE SUCHEM.

Suroviny budeme nakupovat pouze od farmářů s udržitelným způsobem pěstování.

SUROVINY

Naše piva valíme výhradně z přírodních surovin vysoké kvality. Klimatická změna ze pramenů odštěpných podmínky pro jejich pěstování, proto je i pro nás naprosto klíčové, abychom spolehlivě a pěstovali zejména stabilní dodávky i do budoucna. Jednou nakupujeme pouze z České republiky a ze Slovenska a zpracováváme je ve vlastních sladovnách. Kdykoliv je to možné, nakupujeme přímo od farmářů na základě dlouhodobých smluv, které zajišťují předvídatelné prostředí a férové podmínky pro obě strany. Chmelaře podporujeme v boji se suchem, abychom pěstovali chmel na Žatecku začouhali i pro příští generace.

> Věříme si vážíme úsilí, které sladovnové zařízení a chmelaře, nejdůležitějších surovin pro výrobu piva, vynakládají na přípravu půdy, dodržování izolovaných postupů při setí a ošetřování plodin jak v období jejich růstu, tak při sklizni i dotří péči při jejich uskladnění v obdobe do našich sladoven a skladů.
>
> **Ivan Kopp**
> SVOVT, ředitel
> Plzeňského Prazdroje

OBSAH

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 sladovnického ječmene pro výrobu v CHZO České 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 dávající českému pivu typickou plnost. Nižší úroda jeterminé v důsledku sucha zapříčinila oproti roku 2019 pokles nákupu této suroviny o 7 000 tun.

Na Slovensku jsme za stejné období nakupuli téměř 25 000 tun sladovnického ječmene. 15 900 tun jeterminé přímo od pěstitelů, 8 684 tun od obchodníků. Podobně jako v České republice, kde je světlý sád zřetelného typu vyšlo nejvíce tradiční ječmen Tolstrup ve dvou nových sladovnách v Plzni a v Nošovicích, byl na Slovensku nakupený ječmen zpracovaným přímo ve sladovně pivovaru Šariš, ve které se ročně vyrobí kolem 19 000 tun sladu.

Bygoe Lenda šišť

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

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

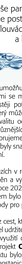
V roce 2008 byla Evropskou unií zapsána ochranná známka CHZO České pivo shrnující unikátnost umění českých sládků. Jako jedna z prvních získala toto označení hned v roce 2009 naše značka Gambrinus. K ní se v dalších letech přidaly postupně i Pilsner Urquell, Velkopopovický Kozel a Radegast. Naše značky jsou tak dnes hrdými nositeli oznámení 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 poznělí. Výjimečné dvě vlastnosti 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 sklad v klimatizovaných skladech s fixovanou atmosférou se sníženým obsahem kyslíku a jeho následné tetmé zpracování do formy pelet, které se balí v ochranné inertní atmosféře a skladují při nízké teplotě.



Sládek
Žatecký poloraný červeňák
Žatecký pozdní
Premiant

Do našich pivovarů importujeme také určitou část chmelových produktů ze zahraničí pro dodání základní hořkosti. Tyto produkty se používají na začátku chmelovaru, kdy dochází pozdovanovu hořkost, ale nijak výraznější ne neposílí na výsledném aroma piva, zatímco čeleb 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 vhodnější zahraniční odrůdy. V roce 2020 jsme pro výrobu piva v České republice a na Slovensku nakupoli 773 tun chmele. Z toho 555 tun bylo od tuzemských dodavatelů, což je o 60 tun více než v předchozím roce.

1 60 tun

BABYLON
1. PROGRAMEM CHMELE CZ PLAN PŘEDSTAVUJEME NOVÉ ODRŮDY ZÁKLADNÍ HOŘKOSTI. MEZI TIMTO DŘÍVE VYŠLEDŮ ZÁKLADNÍ HOŘKOSTI. ZÁKLADNÍ HOŘKOSTI ZÁKLADNÍ HOŘKOSTI ZÁKLADNÍ HOŘKOSTI

55
O OBAL PRODNÍ
ZPRÁVA O ŽIVOTNÍM CYKLU OBALŮ
ZPRÁVA O RECYKLACI OBALŮ
ZPRÁVA O OBALOVÝCH ODPADECH

Všechny naše obaly budou plně cirkulární.

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 napříště opakovaně vaného beze po použití stav nebo recyklován pro další užití.

„Velkou výhodou hliníku je možnost recyklovat jej prakticky donekonečna, 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 Vajskebrová
manažerka vzdělávání marketingu
Plzeňského Prazdroje

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

9 PŘÍPADY, MEMBÉ A ZÁSOBOVÁNÍ
12 TOPNÝCH STRANA
13 KONTROLE ZÁSOBOVÁNÍ
17 PRODUKTŮ A PRODUKTŮ

OBSAH

Plast ⓪
Končíme s plastovým PET lahvemi v obchodech a redukujeme plastu všude tam, kde to dává smysl nebo je nahrazujeme recyklátem.

Papír ⓪
Naše první lahve se sedmi Radegast, Kozel a Birell jsou už pro zákazníka papírové, další snečky budou brzy následovat.

Hliník ⓪
Zvyšujeme podíl plech, nahrazujeme alumíniové krčky lahví papírovými a zvyšujeme podíl recyklátu v hliníku.

Životní cyklus obalů
Ve spolupráci s odborníky analyzujeme současný stav, což nám pomůže v cestě k udržitelnosti do budoucna.

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 pozornost jsme věnovali také tloušťce fólií, kterou dodavatelé prvně pro na paletách. V roce 2020 dosáhli 6 km jejímu snížení a 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 většího počtu plechovek v obchodech jsme začali používat 100% recyklát. Představuje to úsporu dalších 200 tun plastu z prvotní suroviny.

Redukujeme i podíl plastových víček v pivních tankech, v Česku už používáme jen bezvaloové, na Slovensku je s valvy 19 %. Nahradíme nerezové kontejnery na rozvoz nepasterizovaného piva do provazcem, které umožňují přepravovat pivo i s jiným zbožím a plně tak využívat přepravní kapacity distribuce.

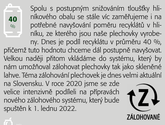
RELATIVNÍ ENVIRONMENTÁLNÍ ZÁTĚŽ OBALŮ

PAPÍR

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

2

U většiny pivovarů značek Radegast, Kozel a Birell jsme zavedli pro etikety na lahvích recyklovaný papír. Do tohoto výčtu v roce 2021 přibudou 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

RELATIVNÍ ENVIRONMENTÁLNÍ ZÁTĚŽ OBALŮ

HLINÍK

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

3

Oproti roku 2019 došlo k nárůstu podílu plechovkového piva z 18 % na 20 % celkového prodeje. Začali jsme proto V roce 2021 dosáhnout 48 tun hliníku díky odstranění alobalových krčků z lahví a jejich nahrazení papírovými etiketami v roce 2021.

Spolu s postupným snižováním tloušťky hliníkového obalu se stále víc zaměřujeme i na potřebné navyšování podílu recyklátu v hliníku, ze kterého jsou naše plechovky vyrobeny. Dnes je podíl recyklátu v průměru 40 %, přičemž tuto hodnotu chceme dál postupně navyšovat. Velkou naději 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 podíleli na přípravách nového zálohového systému, který bude spuštěn k 1. lednu 2022.

RELATIVNÍ ENVIRONMENTÁLNÍ ZÁTĚŽ OBALŮ

PODÍL RECYKLÁTU
(v procentech celkových nákupů)

NAVÝŠENÝ DOPADŮM PRODUKTŮ ČSMS V ČESKU A NA SLOVENSKU V ROCE 2020 ZA ŽIVOTNÍ PROSTŘEDÍ – ZÁLOHOVANÉ OBALY
Podle studií LCA jsou nejhodnotnějším obalem pro maloobchod vratné skleněné lahve, které mají nejnižší uhlíkovou stopu i celkový dopad na životní prostředí.

STRUKTURA NAŠICH OBALŮ A JEJICH PODÍL
na celkovém dopadu prodeje

ANALÝZA ŽIVOTNÍHO CYKLU OBALŮ

Pokud chceme něco změnit k lepšímu, potřebujeme nejdřív co nejlépe poznat a popsat současný stav.

4

Ve spolupráci s LCA studiem a odborníky z Fakulty technologie ochrany prostředí (VŠCHT) jsme realizovali hodnocení životního cyklu vybraných nápojových obalů a porovnání jejich vlivů na životní prostředí. LCA je mezinárodně používaná metoda uznávaná Programem OSN pro životní prostředí (UNEP). Měření LCA bylo provedeno na základě ISO 14040 (ISO 14040 2006) a EN ISO 14044 (ISO 14044 2006).

RELATIVNÍ ENVIRONMENTÁLNÍ ZÁTĚŽ OBALŮ
profil obalu v kilogramech (dle LIFE 2.0)

V analýzách životního cyklu obalů dále pokračujeme, přičemž jejich závěry mají významný vliv na naše rozhodování o vývoji a použití obalů v našem portfoliu.

30 O TOLIK PROCENT SNÍŽILI PRODUKCI 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 skládkovaní směsné obaly (etikety) a směsný komunální odpad.

> „Oceňuji odvahu Plzeňského Prazdroje prolepšovat cestu pivovarských kreránem, která není ani na mezinárodních trzích obvyklá. Na případě kreká se ukazuje, že může vzájemně spolupracovat velká i malá firma, zdeli to především na 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 výborné krekry.

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 SMART CAPTICS

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 obsahuje malé množství vody 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 CMP+ 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 ZEMĚDĚLSKÝM PODNIKŮM. MLÁTO JE VYSOKOBÍLKOVINOVÝ ZDROJ ŽIVIN ZÍSKANÝ SLOŽITÝMI LIČ NEOVEŠ NE. JINÉHO. MLÁTO MÁ VYŠŠÍ OBSAH PROTEINU, VLÁKNIN I VITAMÍNŮ.

GET THE SMART CAPTICS

Pivovarské krekry

S velkou pečí 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 vláknina 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 suroviny. 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
kg	156 000	184 932

ODPADY:

	2019	2020
kg	13 235	12 571

VEDLEJŠÍ PRODUKTY (MIMO BĚŽNÁ ODPADŮ):

Pivní pálenka

Během roku výrazné oviněného pandemií jsme ve spolupráci s lékařkou 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.

ZPŮSOB NAKLÁDÁNÍ S ODPADY

v našich pivovarech

54 % 365,58 tuny
zpětného

37% 3270,45 tuny
kompostování

16 % 1907,5 tuny
skládování

3 % 363,2 tuny
spalování

GET THE SMART CAPTICS

GET THE SMART CAPTICS

40

PROJEKT
Zlatá medaile pro VI ROZI 2025
Nominace na Zlatou medaili pro HR manažery roku 2025
POZICE

Více Zen 1 % na vrcholných manažerských pozicích.

V roce 2020 zaměstnával Pletařský Pražec ve svých pisárnách v České republice a na Slovensku celkově 2 716 lidí. Mezi nimi bylo nich center a centrál v Praze a Bratislavě to v České republice představovalo 2 154 a na Slovensku 564 lidí. Snažíme se pečovat o jejich lidský potenciál tak:

*—Chyť lišku! – jeho by zřejmě Pražec jako skvělého zaměstnavatele. Stojný pocit od soukromí, budoucnosti v Pražcovi pociťuje i ze odhodlaný udělat pro to, co je v jeho silách, aby se jeho zaměstnanci cítili v pohodlí na současnosti situaci je to skvělý výsledek. Ve druhou stranu ale jeho zaměstnanci pod, ke jejich mohoucí pro novou nebo kariérní tlak pracovní situaci. Mydlím, že to budeš odlehčit soukromí a budoucnosti. Pracovní

90 PROCENT NÁRODNÍCH PRODUKTŮ PODLE ROKU 2025 SE SNÍŽENÝM OBSAHEM ALKOHOLU BUDE ZLEPŠOVAT ZDRAVÍ

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 kombinaci s tím zvyšujeme podíl rozšířilé nabídky portfolio nealkoholických značek a čtyři novinky tradiční Birell.

Vedle preventivních programů sázíme hlavně na samoregulaci. Kromě dodržování českých a evropských kodexů, mezinárodních dohod a etických kodexů uplatňujeme také dobrovolné vlastní přísná 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 snížili i aktivním zapojením do nadnárodních organizací Brewers of Europe, World Federation of Advertisers a International Alliance for Responsible Drinking.

3 ZÁVAZKY A ZNAČKY ŠKOLY

17 PROGRAMŮ NA PODPORU ŠKOLY

... i nadále chceme propagovat zdravý přístup k alkoholu, proto jsme se zavázali do roku 2025 zvýšit počet lidí zapojených do programů propagujících zodpovědné pití o 20 %. V roce 2019 jsme se přihlásili k mezinárodnímu závazku MAP, a proto se budeme při spolupráci s našimi zákazníky (v řad obchodů, obchodních řetězců i e-commerce snažit dále posunout standardy zodpovědného prodeje alkoholu.

Marie Kaňová
specialistka alkoholové zodpovědnosti
Plzeňského Prazdroje

o 20 % zvýšíme angažovanost v preventivních programech.

OBSAH

Komerční komunikace
Mámy staré přes kolena, kočky, kterého se dotkne, ...

Prevence pití mladistvých a prodeje alkoholu dětem
Chceme změnit tolerantní přístup k pití mladistvých.

1

Nealkoholické nápoje
Rozšiřujeme naši nabídku nealkoholických nápojů.

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 kombinaci přitom nevyžaduje žádné investice z veřejných rozpočtů.

Držíme se našeho Kodexu komerční komunikace, který obsahuje řadu přísných pravidel. Všechny alkoholické výrobky z našeho portfolia nesou na obalech označení pro zodpovědné chování a informace o složení a výživové hodnotě.

KODEX KOMERČNÍ KOMUNIKACE

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

DIGITAL GUIDING PRINCIPLES

V roce 2020 jsme v České republice ani na Slovensku nedostali žádnou stížnost od Rady pro reklamu, tři tisíce (ponání vypadnutí) s námi v České republice Rada pro rozhlasové a televizní vysílání. U jednoho postačilo vysvětlení, dva byly ukončeny výtkou a výsledek třetího zatím nemáme k dispozici. Na Slovensku nebyla v roce 2020 podána žádná stížnost. Mezníka řízení bereme vážně. V reakci na ně jsme ještě posílili dálce 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 PRAVIDLA **75 - 25**% TISKU, RÁDIU A V DIGITÁLNÍ KOMUNIKACI OBSAHOVALY V MINULÉM ROCE TOTO PRAVIDLO VŠECHNY PŘÍSPĚVKY BEZ VÝJIMKY.

PREVENCE PITÍ A PRODEJE ALKOHOLU MLADISTVÝM

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

2

Podílíme se pod hnou na několika projektech, jejichž cílem je současný stav změnit.

Respektuj 18

Akávik rok 2020 přišlo festivalovým akcím nepítá, přesto jsme na akci Vohnoteé potřádané nádraci Prahy 14 měli stánek Respektuj 18, o něž kdé projevovali velký zájem a mnoho z nich pak ještě navštívilo webové stránky projektu. Na Slovensku jsme díky promokampani odoslali **přes půl milionu lidí**, přičemž více než 2 tisíce se ich do projektu aktívne zapojilo online.

Nezlob se, prokaž se

Projekt, který podporujeme společně **s Českým svazem pivovarů a sladoven a Svazem obchodu a cestovního ruchu**, se snažil poslouchat 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 skutečnou hladinu alkoholu v krvi a zároveň ho, který 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 Sanamen již jedenáctým rokem.

Promileinfo.sk

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

Chceme být dobrým místem, kde podnikáme

KOMUNITY

Naše pisovky se nachází hned na hranici mítisech České republiky a na jednom místě na Slovensku. Bez nich by to kdekdo ještě, že v rich dětech podpořených Nadací Rozkoš vyrostl v odborníky, kteří pracují s komunitami. Jak přesně v komunitách vznikají myšlénky, jak

4 Spolupráci na grantovém programu Pracovní dílem vidím přínosnou, a zároveň náročnou. Tři roky, ale se projekty, které realizovat i přes mnohé situace stále setrvá o tom, že nejdůležitější

6 Rozvoj spolupráce s městy a kraji
Ukázkou sítě vztahů v rámci kraje, v němž se nachází Nadace Rozkoš

7 KOMUNITNÍ GRANTOVÉ PROGRAMY
Rok 2020 byl všem hlavně výrazně poznamenán koronavirovou pandemií. Reagovaly na to i naše granty programy.

OBSAH

Komunitní grantové programy
Rozvoj spolupráce s městy a kraji
Podpora sportu a kultury
Pomáháme lidem s handicapem
Fresh outlet
Firemní filantropie
Sariš lidem
Prazdroj lidem
Rodaqust lidem
Kozel lidem
Podpora bydlení
Podpora vzdělávání
Podpora zdravotní péče
Podpora sociálních služeb
Podpora ostatních aktivit
Podpora Pardubického kraje
Podpora Ústeckého kraje
Podpora Jihočeského kraje
Podpora Jihomoravského kraje
Podpora Olomouckého kraje
Podpora Moravskoslezského kraje
Podpora Zlínského kraje
Podpora Vysočiny
Podpora Středočeského kraje
Podpora Hlavního města Prahy
Podpora Slovenska
Podpora Ukrajiny
Podpora Bělorusi
Podpora Ruska
Podpora Gruzie
Podpora Moldavska
Podpora Kyrgyzstánu
Podpora Tadžikistánu
Podpora Uzbekistánu

400

TISÍC TLETAVCŮM
NÁVODŮ KDEJAKÝ
PŘÍPADNÝ ZÁKAZNÍK
PRACOVNÍMU DNE
NEBO VÍKENDU
SOUKROMÝM
ČI SOUKROMÝM
SOUTĚŽÍCÍM

Pomáhali jsme nastartovat ekonomiku.

PANDEMIE

O první jarní tále pandemické krize v roce 2020 nemám smělovaki naši pozmost na ochranu zaměstnanců, zákonnou gastro sektoru a podporu pracovníků ohrožených rizikem covidu.

Stali jsme se také jedním z hybatelů inicativy „Nastartujme Česko", spojení cílem byla obnova české ekonomiky a návrat do běžného života celé společnosti. Na Slovensku jsme pak přišli s podobnou inicativou pod názvem „Rozbehne Slovensko". Do dvou zemí jsme tady investovali dvě a půl miliardy korun, a tím se zapojili do rozběhnutí ekonomiky. V regionech, kde Pradejdy působí, jsme se snažili podpořit *Ze nejrůznějšího* inicativami spolupracovali jsme s Ostravou, dodavatele i vlastní zaměstnance.

Ivan Tučník
manažer pro spolehlivou infrastrukturu
Pandemie nastartovaly

OBSAH

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 asfaltový realkoholický produkt vhodný pro přímo zapojil do potravinové a nápojové pomoci přestižným lidem v první linii. Hned při nástupu první jarní fáze koronavirové pandemie jsme rozdali zázračnáčkem, dezinfekcí, produktem pro dezinfekčníkem i dalším více než 65 000 plechovek Birell. Zaregaovali jsme alkohol také na druhou stranu, kdy byl pravu zaříkeni pod přes devětsím zaměstnanci nemocnic a další lidé v první linii. Jsme rádi, že jsme jim do nemocnic a na hygienické stanice dali desetisíce Birell. Celkem jsme v Česku distribuovali přes 220 000 Birelů.

Na Slovensku jsme rozvezli přes 180 000 Birelů určených jednotlivým zdravotníkům v nemocnicích a lidem ještě pacient s koronavirovou nákazou. Komik nemocnice v Banské Bystrici tak dostal Birelem tak dodavatel Červený kříž, záchranáře, hasiče, policisty a nedávní obyvatelé Domu sociálních služeb v Bratislavě, kde dobrovolníci razili. Podíl tažky v Bratislavě, kde dobrovolníci razili. Sel nikluy seniorám a lidem v nouzi.

POMÁHALI JSME S TRASOVÁNÍM

Na podobě bohalého nás v pomoc nezaměnitelné spolupráci s Ministerstvem zdravotnictví ČR. Dvě desítky dobrovolníků pro zdravotnictví zajišťovaly pomocníky a dodavatele materiálu balenia ve věkovým jejich běžné práce a lekárt závisel na jejich potřebách s nedbalém telefonických hovorů, vypomohly při trasování kontaktů nahlášených pozitivně testovaných lidí.

SPOLEČNĚ PROTI COVAMELOSTI

Před Vánocemi jsme aktivně pomáhali zranitelným seniorům. Do výzvami stacionáři, kteří nemohou jsme seniory jsme pomohli speciální vánoční nadílku Birelů a také teplých pochutek, které upěly babičky sdružené pod neziskovou organizací Ergoterapie. Dohromady jsme pomocníkům nadělili cca 250 000 Kč.

Ještě před koncem roku jsme v Česku i na Slovensku připravili nový projekt Společně proti osamělosti podporující neziskové organizace, jež pomáhají seniorům, zdravotníkům i dalším ohroženým skupinám zákonné pandemie a z ní plynoucích psychosociálních opatření. O tom, kteří neziskovú organizace a jak výš oběd finanční přispěvek, rozhodovali naši zaměstnanci.

ČESKO 2 MILIONY KČ

SLOVENSKO 30 TISÍC EUR

#KtoPomoslaSlovensku

NAŠI ZÁKAZNÍCI

V nouzi poznáš přítele

2

Během celého roku jsme byl v pravidelném kontaktu s naším zákazníky, tedy s provozovateli restaurací a hospod v Česku i na Slovensku, a snažili jsme se jim pomáhat, jak se jen dalo. Vymýšlovali jsme jim na naše náklady veškeré **prvky pro z nenarazených suků za čerstvé**, zprostředkovali **poradenství**, jak získat prostředky z programů státní podpory, odškodňují splatné veřejných faktur až na období po pandemii a začal jsme propůjčovat **dobrovolný** Kovrátil jsme provozovatelům restaurací a hospod výhodné bezplatné nájemní dodávek pro a zvláštní **minimální objem objednávek pro závoz**. Zažili jsme aktivní pomahat se **zakonzervovaným podnikání**, které během plamenů ukázkách opuštění zavřely a nepovazovaly výdejní okénko.

V případě devětsíců jsme podporovali **provoz výdejních okének** a do podniků jsme dodali zdarma thermoboxy (dříve jsme dodali a Birell, tak je hospodští měli doma a jdou s přílukat tak další tenty. Provozovním jsme **poskytli dezinfekci a ochranné prostředky** v době, kdy byly nedostatkové. Nabídli jsme **návody a poradenství**, jak zamezit a zakonzervovat výdejní zařízení a připravit se na zákazníky po krizi. Společně s Českým sazeném převezli a sladoven a se Slovenským sladovnem výrobci piva a sladu jsme zřídili **informační a motivační kampaně** pro hospodské i jejich zákazníky.

Do podpory gastronomických podniků jsme během pandemie investovali více než 2 miliony Kč a přes 30 tisíc eur.

Našim cílem bylo pomoci partnerům 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 důležení podnoty naších lidí.

3

OCHRANA A BEZPEČÍ

V Česku i na Slovensku jsme během celé doby pandemie následovali doporučení ministerstva zdravotnictví. Rodiče jsme s jimi a dávali všem zaměstnancům pravidelně vědět o všech změnách ohledně práce na zaměstnaneckém portálu a e-mailem. Všichni zaměstnanci, kteří mohli nadále chodit na pracoviště (s nařízením zákazníky, měli k dispozici dezinfekci, **dostatek ochranných pomůcek a nezbytných informací**.

Vytvořili jsme **funkční proces řešení pro případ nákazy zaměstnance**. V první jari ve jsme stanovili a ověřili v praxi postupy, jak reagovat, pokud onemocní někdo z naších zaměstnanců. Omezili jsme socialit kontakty na pracovišti a styk s externími pracovníky, upravili jsme střídání směn. Pracovníci s vysokým externím pracovním byly, pokud to šlo, odděleny. Střídání jsme dopovídali všem zaměstnancům, kteří mohli pracovat z domova, abychom mohli pracovat. Ty, kteří do práce docházet musely, jsme testovali přímo ve všech našich provozech v obou republikách.

Dobrovolná antigenní testování je prováděná jsme naším zaměstnancům zajistil jeho přímo v místě zaměstnání.

POMÁHALI JSME SI NAVZÁJEM

Spolu jsme prakt **bdělochem**, dochom umožnili lidem, kteří kvůli preventivním opatřením nemohli přímo vykonat svou práci, vypomoci přestupným způsobem. Zaměstnanci z oddělení Craft & Heritage pomáhali ve skladu Birell.

Maximální a nepřetržitou **pozornost jsme věnovali psychickému zdraví našich lidí**. Kvůli měl během roku 2020 k dispozici asistenta programu MEDIcl s nám pomáhá ukázkám. 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 ZDRAVÍ

2020