



SURINAAMSE BROUWERIJ N.V.

SINDS 1955

Duurzaamheidsverslag 2014

Brewing a Better World



Ons Duurzaamheidsverslag

Dit verslag geeft een overzicht van de vooruitgang die we hebben geboekt binnen ons duurzaamheidsprogramma in Suriname en geeft een beeld van de vele activiteiten bij Surinaamse Brouwerij N.V. in 2014. We leggen hierin de nadruk op de onderwerpen die het meest van belang zijn voor onze stakeholders en onze eigen organisatie.

Onze waarden

WIJ ZIJN:

Er trots op Surinaamse Brouwerij N.V. te zijn, onderdeel van HEINEKEN en gecommitteerd aan het verrassen en prikkelen van onze consumenten

Passie voor kwaliteit, pret & plezier in het leven, respect voor de mens en voor het milieu

WIJ WILLEN:

De nummer 1 merkenbouwer en brouwer zijn die steeds aan de top staat

WIJ HECHTEN WAARDE AAN:

TOTAAL 270.000 SRD GEÏNVESTEERD IN DE MAATSCHAPPIJ

4% ENERGIEVERBRUIK MET BIJNA 4% TERUGGEBRACHT

151 MEDEWERKERS

1 BROUWERIJ IN PARAMARIBO

EXPORT NAAR 4 LANDEN

2 BIERMERKEN IN SURINAME

Voorwoord



'Wij willen collega-bedrijven inspireren ons te volgen in ons duurzaamheidsbeleid, met het oog op onze toekomstige generaties en een blijvend groen Suriname'

Trots op duurzame groei

Surinaamse Brouwerij N.V. maakt al lange tijd actief deel uit van het wereldwijde 'Brewing a Better World'-programma. In 2013 hebben we met onze medewerkers ambities en doelstellingen vastgelegd voor 2014, 2015, 2016 en 2017. Het is goed om te zien dat wat we destijds voor ogen hadden tot nu toe zeer succesvol in praktijk wordt gebracht. Hoewel we nog niet alle doelstellingen bereikt hebben liggen we op veel trajecten van onze focusgebieden Milieu, Medewerker en Maatschappij goed op koers. Daar ben ik trots op, maar nog meer op de enorm grote betrokkenheid van onze eigen medewerkers. Met zijn allen stralen we uit dat we de duurzame ambities willen behalen, niet alleen binnen de brouwerij maar zeker ook buiten de poort.

De lancering van ons eerste duurzaamheidsverslag in 2014 was al een grote mijlpaal voor Surinaamse Brouwerij en het Surinaamse bedrijfsleven. Wij waren immers de eerste die een duurzaamheidsverslag publiceerden. Niet minder trots ben ik op de tweede editie die nu voor u ligt. Iedereen in Suriname kent Parbo als een sterk en krachtig merk, maar wij hebben Surinaamse Brouwerij nu als een sociaal verantwoord bedrijf neergezet met stevige roots middenin de Surinaamse maatschappij. Dat kan ook niet anders want wij zijn hier al bijna 60 jaar aanwezig. Dat presteer je alleen als je langdurig duurzaam opereert op alle fronten.

Zoals u in dit verslag kunt lezen zijn we in 2014 nadrukkelijk de dialoog aangegaan met partners en bedrijven om ons heen. Met trots zijn wij één van de founding partners van 'Friends of Green Suriname' en gezamenlijk worden mooie initiatieven ontplooid. Belangrijker nog is dat ook wij ervan leren want ook wij hebben niet alle wijsheid in pacht. Door onze samenwerking met Conservation International Suriname reduceren we niet alleen onze eigen impact op het milieu, maar we doen ook wat terug voor Suriname als groenste land

ter wereld. Vanuit ons merk Parbo zijn we de campagne 'Biertje op laat je rijden' gestart en nemen we voluit onze verantwoordelijkheid richting onze consumenten. Het is een groot succes en de Surinaamse Taxi Centrale groeit met inmiddels ruim 200 taxi's waarop onze boodschap vermeld staat. Onze verantwoordelijkheid gaat nog verder. Eind 2014 hebben we – samen met vier andere alcoholproducerende en -importerende bedrijven in Suriname – de basis gelegd van Stichting Verantwoord Alcoholgebruik Suriname. Samen werken wij aan zelfregulering op het gebied van verantwoorde alcoholconsumptie en willen we vooruitlopen op en meedenken over wat de overheid aan wetgeving ontwikkelt.

Het meest trots ben ik op onze medewerkers die zich dag-in dag-uit inzetten voor ons bedrijf en resultaten boeken. Samen hebben we Surinaamse Brouwerij heel nadrukkelijk op de kaart gezet als verantwoordelijk en duurzaam bedrijf. In onze dialogen met stakeholders ving ik dezelfde signalen op en merkte ik dat wij als voorbeeldbedrijf gezien worden. Die koers zullen we in 2015 verder voort zetten en we blijven zoeken naar dialoog met onze stakeholders. We willen het aantal strategische partnerships uitbreiden en voorop blijven lopen met onze initiatieven.

René Kruijt,
Algemeen Directeur Surinaamse Brouwerij N.V.

Het trotse verhaal van Surinaamse Brouwerij N.V.

De wortels van Surinaamse Brouwerij N.V. liggen in de Nederlandse provincie Zeeland waar de broers Piet en Arthur Dumoleyn rond 1950 besloten tot voortzetting van hun brouwerijbedrijf in Suriname.

Suriname, destijds een Nederlands rijksdeel, had toen geen eigen brouwerij. In oktober 1955 werd de brouwerij officieel geopend door Koninklijke Hoogheid Prins Bernhard, Prins der Nederlanden. Eind december 1955 produceerden wij het eerste PARBO Bier. Aandeelhouder van het eerste uur was Amstel Brouwerij N.V. die in 1968 werd overgenomen door HEINEKEN N.V. (hierna te noemen HEINEKEN).

Bier wordt gebrouwen in een Brouwerij uit 100% natuurlijke grondstoffen. Bierbrouwen is een ambacht. Mout, water, hop, gist en rijst zijn de vijf essentiële ingrediënten in ons PARBO-bier. Het Surinaamse bier was vanaf het begin van uitstekende kwaliteit getuige de toekenning van de Prix d'Excellence in 1958 tijdens het mondiale bierconcours in het Belgische Gent. Kwaliteit heeft altijd al een belangrijke rol in ons ondernemingsbeleid gespeeld.

Zo behoorden wij tot de eerste brouwerijen van Zuid- en Noord-Amerika die zowel het ISO- als het HACCP-certificaat behaalden. Vandaag de dag stellen wij ons tot doel bier te produceren en verkopen dat voldoet aan internationale normen. Het beleid is gericht op de realisatie van winstgevend en duurzame groei teneinde de positie van de onderneming te versterken. Daarbij streven wij naar een

optimaal rendement voor de aandeelhouders, een continue tevredenheid van klanten en consumenten, een optimaal welzijn van de werknemers en een verantwoorde maatschappelijke bedrijfsvoering en betrokkenheid.

Bier is een verfrissend product met een laag alcoholpercentage dat met plezier en sociale interactie wordt gewaardeerd door vele mensen. Bier is een natuurproduct dat belangrijke vitamines, mineralen en antioxidanten bevat, afkomstig van natuurlijke ingrediënten. Mits verantwoord geconsumeerd draagt bier bij aan een gezond leefpatroon. Bier is er niet alleen om gedronken te worden maar kan met de diversiteit aan smaken ook een belangrijke rol spelen in combinatie met gerechten in de keuken.

Surinaamse Brouwerij N.V. (hierna te noemen Surinaamse Brouwerij) brouwt, produceert, verkoopt en distribueert PARBO Bier, PARBO Chiller en PARBO Stout voor de Surinaamse markt. Daarnaast exporteren wij PARBO Bier naar een viertal geselecteerde landen. Wij importeren en distribueren Heineken®, Heineken® Premium Light en Vitamalt in Suriname.

Proost!



Duurzame strategische partnerships

John Goedschalk, Directeur Conservation International Suriname:

"In 2014 ontwikkelde de natuurbeschermingsorganisatie Conservation International Suriname een programma speciaal voor het lokale bedrijfsleven onder de naam Friends of Green Suriname. We zijn er trots op dat we kort na de start van het programma Surinaamse Brouwerij N.V. als een van onze eerste 'Friends' hebben mogen verwelkomen. Het is een toonaangevend Surinaams bedrijf, dat ook wat betreft duurzaamheid voorop loopt. Dat werd duidelijk toen Surinaamse Brouwerij als eerste bedrijf in Suriname in 2014 een duurzaamheidsverslag uitbracht. Met de bijdrage van Surinaamse Brouwerij en onze ruim 20 andere 'Friends of Green Suriname' hebben we innovatieve en belangrijke projecten kunnen financieren. Bijvoorbeeld de aanschaf van twee 'conservation drones' om boven natuurgebieden te patrouilleren en de aanleg van een houten dam bij Weg naar Zee, om zo het terugplanten van mangroveplanten mogelijk te maken. Conservation International Suriname ziet uit naar een structurele samenwerking met Surinaamse Brouwerij, zodat we er samen voor kunnen zorgen dat Suriname het groenste land ter wereld blijft."



Gilbert Purperhart, Directeur Suriname Taxi Centrale N.V.:

"Iedereen in Suriname 'pakt een gele' en laat zich rijden. Een 'gele' staat voor Suriname Taxi Centrale, onze gele taxi's waarvan we er een groot aantal hebben rijden. Deelnemen aan het verkeer onder invloed van alcohol is een maatschappelijk probleem. Samen met Surinaamse Brouwerij zijn we daarom een bewustwordingscampagne gestart met de boodschap 'Biertje op laat je Rijden'. Als het nummer '1660' wordt gebeld komt onze taxi voorrijden. De combinatie alcohol en verkeer moet altijd worden vermeden. De STC is als betrouwbare taxionderneming de juiste partner voor de uitvoering van dit partnership. Naast professionele service past ook het 'Drink But Don't Drive'-beleid en het stimuleren van verantwoord alcoholgebruik binnen de bedrijfsvoering van de STC. Het is Surinaamse Brouwerij gelukt om met deze bewustwordingscampagne de straten van Paramaribo te veroveren door onze gele 1660 (STC)-taxi's te voorzien van de boodschap 'Biertje op laat je Rijden'. Ik ben trots dat we daaraan een bijdrage mogen leveren."



Brouwen aan een Betere Wereld

Duurzaamheid is voor Surinaamse Brouwerij van groot belang. Met onze CSR-strategie 'Brewing a Better World' creëren wij duurzame waarde voor onze onderneming, de maatschappij en het milieu.

"Iedere dag denk ik over en werk ik aan duurzaamheid binnen de brouwerij. Als Corporate Relations and Sustainable Development Officer in het groenste land ter wereld wordt er ook niet minder van mij verwacht. Ik ben echter niet de enige binnen het bedrijf die bezig is met duurzaamheid. Sterker nog, Surinaamse Brouwerij doet aan duurzaam ondernemen sinds 1955. Dat is dan ook de reden dat wij inmiddels 59 jaar bestaan. Ons CSR-programma 'Brewing a Better World' richt zich op drie focusgebieden - Milieu, Medewerker en Maatschappij - die samen een bijdrage leveren aan een duurzamere samenleving. Elk van deze gebieden is relevant voor onze dagelijkse bedrijfsvoering en onze stakeholders. Het reduceren van onze ecologische voetafdruk, de focus op veiligheid, vernieuwing en efficiëntie in de brouwerij, verantwoord omgaan met onze grondstoffen, stimuleren van lokale inkoop, investeren in onze medewerkers en in de maatschappij zijn zaken waar wij al vele jaren mee bezig zijn."

"De wereldwijde HEINEKEN CSR-strategie die het integreren en verankeren van duurzaamheid waarborgt, focust zich op het reduceren van waterverbruik, reduceren van CO₂-uitstoot, duurzame inkoop, verantwoorde alcoholconsumptie, gezondheid, veiligheid en investeren in de maatschappij. In 2014 hebben we de naam van ons CSR-programma gewijzigd van 'Brewing a Better Future' naar 'Brewing a Better World'. De belangrijkste reden hiervoor is dat wij vinden dat het werk dat wij lokaal doen niet alleen in Suriname maar wereldwijd impact heeft vandaag de dag en in de toekomst."

"Voor Surinaamse Brouwerij is elk van bovenstaande aandachtsgebieden van groot belang. In 2014 hebben we besloten om de zes wereldwijde HEINEKEN CSR aandachtsgebieden lokaal door te vertalen tot een Surinaamse duurzaamheidsstrategie. Deze strategie focust zich op het Surinaamse milieu, onze eigen medewerkers en de Surinaamse maatschappij. Aan onze lokale strategie hebben wij vervolgens ambities en lange termijn doelstellingen verbonden. Dat wij duurzaamheid belangrijk vinden blijkt uit het feit dat wij in 2014 het eerste bedrijf in Suriname waren, dat een gedrukt verslag hierover uitbracht. Deze hebben wij



'Onze strategie focust zich op het Surinaamse milieu, onze eigen medewerkers en de Surinaamse maatschappij'

overhandigd aan Minister Michael Miskin van Arbeid, Technologische Ontwikkeling en Milieu. Wij delen graag onze strategie met onze stakeholders, zodat we onze kennis en ervaring kunnen uitdragen aan de

mensen om ons heen. Ons Duurzaamheidsverslag heeft ons daarom geholpen de Surinaamse maatschappij te laten weten waar wij heen willen en wat wij doen. Dit is heel belangrijk geweest.

Belangrijk voor ons omdat wij het niet alleen kunnen en een ieder nodig hebben om te blijven verduurzamen. Maar ook belangrijk voor Suriname om te laten zien waar wij voor staan. Ook wij hebben nog een uitdagende weg te gaan. Maar zolang we weten waar de weg heen gaat en wat we moeten doen om vooruit te komen, ben ik ervan overtuigd dat we de eindbestemming zullen behalen; een groen en duurzaam Suriname. Waar toekomstige generaties kunnen genieten van het mooie land dat Suriname is."

Flip van Woerkom,
Corporate Relations and Sustainable Development Officer

Wereldwijde HEINEKEN ambities voor 2020

Met onze lokale initiatieven en activiteiten in Suriname leveren we een bijdrage aan het wereldwijde 'Brewing a Better World' programma van HEINEKEN. Voor elk aandachtsgebied zijn meetbare doelstellingen voor 2020 bepaald.

Onze prioriteit



Integreren en verankeren van duurzaamheid

Onze strategie

Brewing a Better World



Water

- Watergebruik in brouwerijen reduceren met 30% naar 3,5 hl/hl
- Streven naar significante watercompensatie in waterschaarste en waternoodlijdende gebieden waarin HEINEKEN actief is



Reduceren van CO₂-uitstoot

- Met 40% in de productie
- Met 50% in koeling
- Met 20% in distributie in Europa en Amerika



Duurzame inkoop

- Minstens 50% van onze belangrijkste grondstoffen afkomstig van duurzame bronnen
- Voortdurend naleven van onze leverancierscode
- 60% lokale inkoop van agrarische grondstoffen in Afrika



Verantwoorde alcoholconsumptie

- Verantwoorde alcoholconsumptie aantrekkelijk maken met behulp van het Heineken®-merk
- Naleven van binnen de sector gemaakte afspraken
- Partnership met meetbare doelstellingen gericht op het aanpakken van alcoholmisbruik en openbare rapportage hierover



Bevorderen van veiligheid en gezondheid (2015 targets)

- 10% reductie van totaal aantal ongevallen binnen productie
- In 90% van de markten uit 75% van de locaties minimaal 1 bijna ongeval rapportage
- Minimaal 2000 sales managers trainen in road safety
- In 90% van de markten 90% van alle medewerkers trainen d.m.v. e-learnings



Maatschappelijke groei

- Gemeenschappen ondersteunen in het bevorderen van duurzame groei
- Stimuleren van lokale doelstelling in markten waar mogelijk

Wereldwijde HEINEKEN aandachtsgebieden

Wereldwijde HEINEKEN manier van werken

Onze lokale doorvertaling van de strategie



Waarden en gedrag



Milieu



Medewerker



Maatschappij

Wat we hebben gedaan in 2014

Om onze doelstellingen te behalen monitoren we ons proces aandachtig. Dit overzicht laat zien hoe wij onze aandachtsgebieden hebben doorvertaald naar onze ambities en doelstellingen alsmede onze behaalde resultaten.

Aandachts-gebied	Onze ambitie	Onze doelstelling voor 2014	Wat we gedaan hebben 2014	Status
	Zo laag mogelijk energieverbruik in ons gehele brouwproces	Elektriciteitsverbruik reduceren tot 15,0 kWh/hl	Met goede focus op reductie van elektriciteitsverbruik hebben we een resultaat van 15,0 kWh/hl behaald	
	Zo laag mogelijk waterverbruik in ons gehele brouwproces	Waterverbruik terugbrengen naar 4,7 hl/hl	Ondanks hard werk hebben wij een incidentele verhoging gezien wat heeft geleid tot een totaal watergebruik van 5,1 hl/hl	
	Recyclen van de vrijgekomen reststromen en afval uit ons bedrijfsproces	Recycling van organisch restafval	Op ons eigen terrein hebben wij al ons organisch afval gerecycled. We zijn zelfs verder gaan kijken dan enkel organisch afval	
	Bewust inkopen bij leveranciers met respect voor mens, milieu en maatschappij	100% naleving leverancierscode ¹⁾	Onze leverancierscode wordt door 100% van onze leveranciers nageleefd	
	Waarborgen van een veilige werkplek en het trainen van medewerkers om veiligheidskennis bij te brengen en op peil te houden	0 ongevallen	Ondanks onze constante focus op veiligheid vielen er helaas 2 ongevallen te betreuren	
	Creëren van begrip en eigenaarschap onder medewerkers op het gebied van CSR	Begrijpbaarheid van BaBW-activiteiten onder eigen medewerkers	Wij hebben begrijpbaarheid gecreëerd tijdens de volgende activiteiten: ER DAY, WSHD en Kwartaalmeetings met de gehele organisatie	
	Ondersteunen van een gezonde leefstijl en het creëren van een gezonde werkplek	Gemiddeld BMI van <26 bij onze eigen medewerkers ²⁾	Aan gezondheid is veel aandacht besteed. Toch heeft een deel van de medewerkers een BMI >26	

Wat we hebben gedaan in 2014

Aandachts-gebied	Onze ambitie	Onze doelstelling voor 2014	Wat we gedaan hebben 2014	Status
	Stimuleren van verantwoord alcohol gebruik onder medewerkers	0 medewerkers positief getest tijdens bedrijfs alcohol- en drugtest	Ieder kwartaal heeft er een alcohol- en drugtest plaatsgevonden. Geen van onze medewerkers is hierbij positief getest	
	Stimuleren van verantwoorde alcohol-consumptie in zowel merk-, klant- en consument-gerelateerde activiteiten	2,5% TV-communicatie-budget investeren in verantwoorde alcoholconsumptie	Met de Heineken 'Dance More Drink Slow' en PARBO commercial 'Tag ons' hebben we de doelstelling van 2,5% ruim behaald	
	Maatschappelijk werk, het teruggeven aan de lokale maatschappij en het bieden van studiebeurzen voor studenten	Gemiddeld 1 dag vrijwilligerswerk per FTE (Full Time Equivalent)	8 FTE hebben minstens 1 dag vrijwilligerswerk gedaan	
	Gebruik maken van zoveel mogelijk lokale leveranciers en waar mogelijk lokaal geproduceerde producten	2% groei lokale inkopen ³⁾	Onze lokale inkopen zijn met 1% gegroeid	
	Betrekken van stakeholders en het sluiten van strategische partnerships met relevante stakeholders	Minimaal 1 strategisch partnership gericht op verantwoorde alcoholconsumptie	Wij hebben ons gericht op verantwoord alcoholgebruik en een strategisch partnership gesloten met STC. Daarnaast hebben we ook met Conservation International Suriname een partnership gesloten	

1) Leverancierscode naleving volgens HEINEKEN Supplier Code standaard

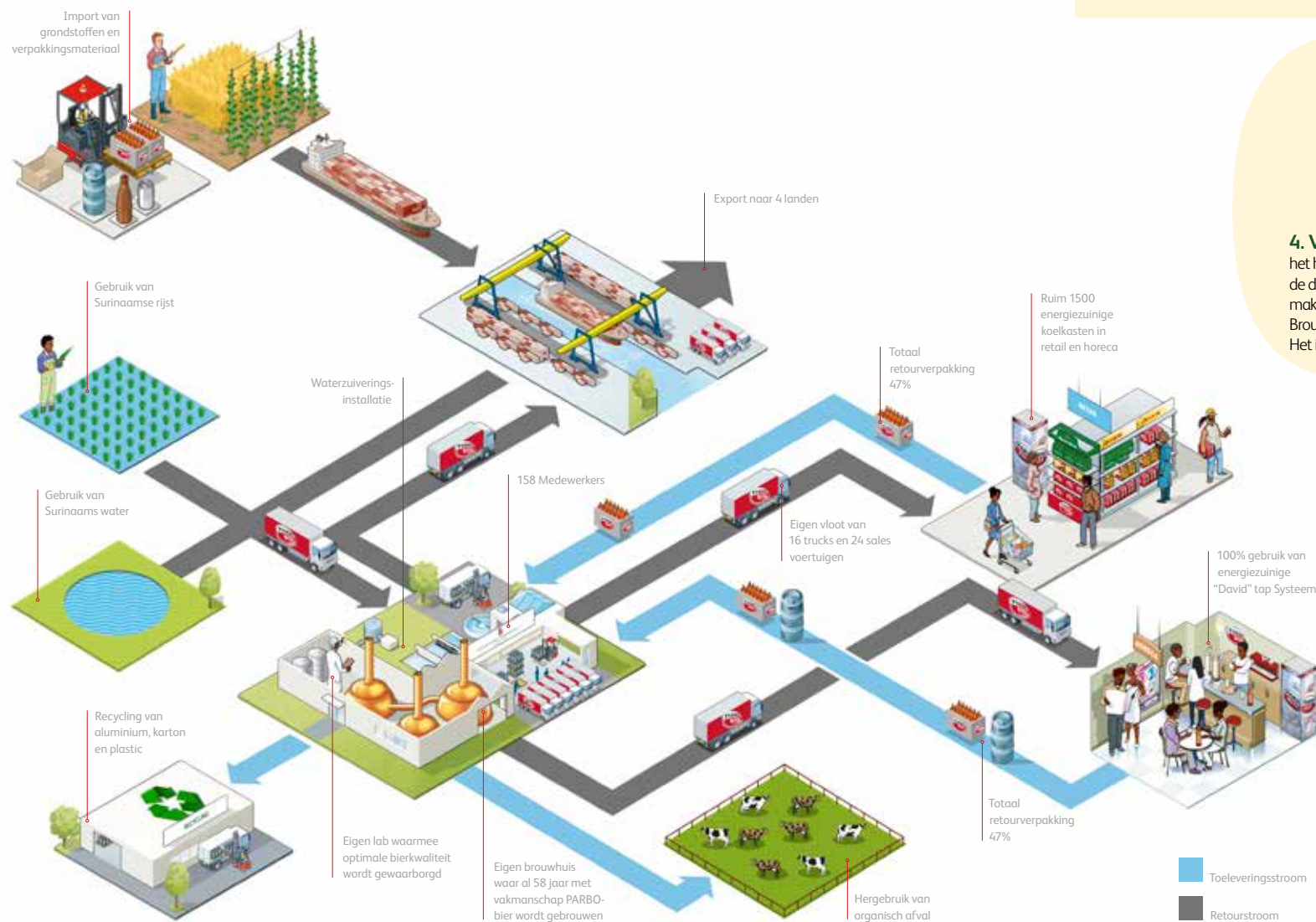
2) BMI van 25 is de grens van overgewicht

3) Baseline 2013

 Bereikt  Op koers  Meer te doen  Niet op koers

Van graan tot kraan

Surinaamse Brouwerij brouwt al 59 jaar op dezelfde wijze heerlijk PARBO-bier. Het brouwen van PARBO-bier is een traditioneel proces waar van graan tot kraan veel bij komt kijken.



1. Grondstoffen: Surinaams bier wordt gebrouwen uit natuurlijke grondstoffen. Wij maken gebruik van Surinaamse rijst uit Nickerie en Surinaams water. Helaas zijn niet alle grondstoffen verkrijgbaar in Suriname en zijn wij genoodzaakt om deze te importeren uit het buitenland.



2. Mouten: Het mouten van ons brouwergerst gebeurt voornamelijk in Frankrijk en België waarna de mout wordt verscheept naar onze brouwerij in Paramaribo.



3. Brouwen: Surinaamse Brouwerij brouwt al 59 jaar op dezelfde wijze heerlijk bier. Het brouwen van bier is een traditioneel proces waar veel bij komt kijken. Het brouwen van bier kost veel water en energie. Dit proberen wij zoveel mogelijk te reduceren. Organisch afval (bostel) dat vrij komt na het brouwen van bier vindt als veevoeder zijn weg terug naar de voedselketen. Andere afvalstromen worden waar mogelijk gerecycled.

4. Verpakken: Bier wordt verpakt in fles, blik en fust. Het overgrote deel van het hiervoor benodigde verpakkingsmateriaal wordt geïmporteerd. We vergroten de duurzaamheid van onze verpakkingen door deze steeds lichter van gewicht te maken en waar mogelijk voor hervulbare verpakkingen te kiezen. Surinaamse Brouwerij verkoopt ongeveer de helft van haar volume in hervulbare verpakkingen. Het is onze ambitie om dit percentage in de toekomst verder te laten stijgen.



5. Distributie: Al onze producten worden over de weg vervoerd naar onze klanten met onze eigen vloot van distributievrachtwagens. Waar mogelijk optimaliseren wij de distributie door de inzet van brandstofzuinige trucks, met kleinere trucks in de stad en grotere buiten de stad. Naast distributie in Suriname wordt ons bier ook geëxporteerd naar Europa, onze buurlanden en de Caribische eilanden. Heineken® bier wordt geïmporteerd uit Nederland en vervolgens door ons lokaal gedistribueerd.



6. Klant: Onze klanten verkopen het bier aan de consument. Dit gebeurt voor 13% in de horeca en voor 87% in de retail. Wij ondersteunen de klant hierbij door middel van onze sales- en merchandiseteams. Daarnaast plaatsen wij bij veel klanten energiezuinige en duurzame koelkasten waardoor het bier extra koud kan worden verkocht.



7. Consument: Onze consumenten genieten van onze producten. Wij stimuleren dat dit op een verantwoorde wijze gebeurt. Om dit te realiseren investeren wij meer en meer in verantwoorde alcoholconsumptie. Dit is terug te vinden op al onze verpakkingen, in al onze reclame-uitingen, communicatie en evenementen.

Milieu



Bij het brouwen van PARBO- bier hebben we veel water en energie nodig. Ook de teelt en transport van onze grondstoffen, productie van verpakkingsmaterialen en transport van gereed bier vraagt om energie en water. Surinaamse Brouwerij neemt graag haar verantwoordelijkheid om de nadelige effecten op het Surinaamse milieu waar mogelijk te beperken.

Het verantwoord omgaan met water en het terugdringen van broeikasgassen zijn twee belangrijke speerpunten in het milieubeleid van Surinaamse Brouwerij. Dit betekent een constante focus op energie- en waterbesparing en kijken naar mogelijkheden voor het recyclen van afval- en reststoffen. Die afweging is niet altijd gemakkelijk. Soms leidt aandacht voor waterkwaliteit tot een hoger energiegebruik. Dat is bijvoorbeeld het geval bij de nieuwe afvalwaterzuiveringsinstallatie die we in 2014 in gebruik namen. Naast energie en water kijken we ook naar hergebruik van afval- en reststoffen. In alle aspecten van ons milieubeleid willen we voorop lopen in Suriname.

Energie en CO₂-reductie

De uitstoot van broeikasgassen hangt direct samen met het energiegebruik. Bij de verbranding van olie en de opwekking van elektriciteit komt onder andere koolzuurgas (CO₂) vrij. Om alle broeikasgassen met elkaar te kunnen vergelijken, rekenen we ze om naar CO₂-equivalenten. Die CO₂-equivalenten zijn de basis voor alle berekeningen. In 2014 hebben we ons energiegebruik (olie en elektriciteit) met bijna 4% teruggebracht ten opzichte van het vorige jaar. Om één hectoliter bier te brouwen, gebruiken we 174,3 MJ. De daling is vooral te danken aan een nieuwe en energiezuinige stoomboiler die in 2014 voor het eerst een volledig jaar operationeel was. Bovendien hebben we door een hogere

productie efficiënter kunnen werken. In lijn met het lagere energiegebruik is de CO₂-uitstoot per 100 liter bier (CO₂-eq/hl) met 4,5% gedaald tot 13 kg CO₂-eq/hl.

Verbeteringen in ons productieproces leiden soms juist tot een hoger energiegebruik door de installatie van nieuwe apparatuur en installaties. De uitdaging is dan des te groter om toch minder energie per liter geproduceerd bier te gebruiken. Een uitdaging die we graag aangaan.

Ook de distributie van bier kost energie. Denk daarbij aan de vrachtwagens die ons bier naar de consument brengen. Alle vrachtwagens zijn inmiddels vervangen door wagens met zuiniger motoren. Ook op die manier kunnen we energie besparen. Met slimme planning van de routes beperken we het aantal kilometers dat de trucks moeten rijden. Dat bespaart niet alleen diesel, het is ook veiliger vanwege kortere reistijden voor onze chauffeurs.

Tot afgelopen jaar hadden we alleen doelstellingen voor ons elektriciteitsgebruik. Vanaf dit jaar hebben we onze doelstelling verbreed naar het totale energiegebruik en CO₂-uitstoot. Dat biedt een nog beter beeld van onze ambities. Ook onderzoeken we de mogelijkheden van hernieuwbare energie, die klimaatneutraal is.

Waterbesparing

Bier bestaat voor 95% uit water. Zuiver Surinaams water is voor PARBO-bier dan ook een belangrijke grondstof. Daarnaast gebruiken we water voor pasteurisatie, het reinigen van onze installaties, gebouwen en verpakkingen. Ook voor de teelt van rijst, gerst en hop is water nodig. We willen de hoeveelheid water die we per liter bier gebruiken niet alleen verminderen, we willen het water dat na het proces overblijft zo schoon mogelijk aan het oppervlaktewater teruggeven.

In 2014 is ons watergebruik tegen de verwachting en trend in gestegen. Voor het brouwen van één liter bier gebruikten we

5,1 liter water. In 2013 was dat nog 4,8 liter. In het begin van het jaar traden storingen in de verpakkinglijn op, die tot dit hogere watergebruik geleid hebben. In de tweede helft van het jaar konden we dit niet meer goed maken. Het gestegen watergebruik is incidenteel. We verwachten door efficiënter te werken en verbeterde schoonmaakcycli dit jaar weer verdere daling van ons watergebruik te kunnen realiseren. Zie ook onze doelstelling voor 2015 waarin we streven naar het reduceren van het totale waterverbruik tot 4,8 hl/hl.

Waterzuivering

Verantwoord omgaan met water betekent dat wij het water dat wij gebruiken op een verantwoorde manier moeten lozen. Hiervoor reinigen wij ons afvalwater voordat we het teruggeven aan de omgeving en nemen we dus onze verantwoordelijkheid. Wij hebben ruim € 2 miljoen geïnvesteerd in onze nieuwe afvalwaterzuiveringsinstallatie. Na enige tegenslagen hebben we deze in november 2014 kunnen opstarten. Deze installatie zuivert ons afvalwater zodat we schoner en pH-neutraal water op het oppervlaktewater kunnen lozen. Bovendien elimineert de installatie de geuroverlast voor onze burens.

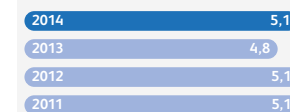
Recycling

Bij het brouwen van bier blijven ook vaste stoffen over. Het grootste gedeelte daarvan zijn graanresten die niet oplossen in het bier. Dat noemen we bostel. Bostel en gebruikte gist zijn waardevolle voedingsstoffen voor de veeteelt. We hebben een contract gesloten met een afnemer die bostel,



Waterverbruik

5,1 hl/hl



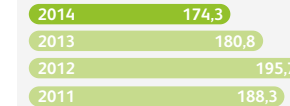
CO₂-uitstoot

13,0 kg CO₂-eq/hl



Energieverbruik

174,3 MJ/hl



gebruikte gist en kieselgoer (fijn zand om bier te filteren) bij ons ophaalt en afzet bij boeren in de buurt. Zo hebben we in 2014 ruim 3.000 ton bostel hergebruikt, 20% groei ten opzichte van 2.500 ton in 2013. Ook verpakkingsmaterialen leveren afvalstromen op. Op de brouwerij zijn we in 2014 gestart met het scheiden van de afvalstromen aluminium, plastic en karton. Wij laten gescheiden afvalstromen brengen naar een gespecialiseerd recyclingbedrijf. Dit bedrijf draagt zorg voor de verdere verwerking en recycling van ons afval. We vullen een groot gedeelte van onze bieren af in hervulbare verpakkingen. Op die manier kunnen we fusten en glazen flessen telkens opnieuw gebruiken. Hiermee besparen we jaarlijks veel glas dat anders in het milieu terecht zou kunnen komen. Wij stimuleren het gebruik van retourverpakkingen en zullen hier onverminderd aandacht voor vragen.

Tek a Moni

In Suriname is het nog niet bij iedereen de gewoonte om retourflessen ook daadwerkelijk terug te brengen. In het kader van duurzaamheid hecht Surinaamse Brouwerij groot belang aan het stimuleren van het terugbrengen van die hervulbare flessen. Met de campagne 'Tek a Moni' hebben wij een grote impuls gegeven aan het terugbrengen van de retourflessen PARBO-bier. We hebben inwisselpunten gecreëerd waar consumenten geld, waar ze recht op hebben, krijgen voor hun ingeleverde flessen. Bij de geselecteerde inleverpunten heeft de 'Tek a Moni'-campagne gemiddeld genomen een verdubbeling in emballage opgeleverd.



Medewerker



Medewerkers zijn de sleutel tot ons succes. Wij streven ernaar om voor onze medewerkers een gezonde en veilige werkomgeving te creëren. Daarnaast verwachten wij dat onze medewerkers zich verantwoordelijk opstellen en respect hebben voor onze kernwaarden.

Wij leggen de focus op veiligheid, gender diversiteit en het stimuleren van ontwikkeling en doorgroeimogelijkheden. Daarnaast investeren wij in kennis en vaardigheden van medewerkers door hen hierin te trainen. Ook het behoud en verbeteren van gezondheid en het terugdringen van de verzuimcijfers zijn van enorm belang.

Cijfers personeel

Surinaamse Brouwerij kan alleen maar succesvol zijn door haar toegewijde en vakkundige medewerkers. Het aantal personeelsleden is in 2014 gedaald naar 151 collega's bij Surinaamse Brouwerij. In 2014 mochten wij 18 nieuwe collega's begroeten (21 in 2013), terwijl er 16 medewerkers in 2014 ons bedrijf hebben verlaten (13 in 2013). Met name op stafniveau is de uitstroom het grootst geweest. Het verzuimpercentage is gestegen van 1,7% in 2013 naar 2,2% in 2014. De belangrijkste oorzaak hiervan is het uitbreken van het Chikungunya-virus in het Caribisch gebied. Ook in Suriname heeft de mug die dit virus verspreid toegeslagen met als gevolg dat ook bij Surinaamse Brouwerij medewerkers zijn uitgevallen.

Veiligheid

Veiligheid staat voor ons op nummer 1 in alles wat we doen. Voor het eerst sinds 664 dagen zijn we niet meer ongevallenvrij. In 2014 hebben er twee ongelukken plaats gevonden in de 'Supply Chain' en op het kantoorterrein. Het betrof een ongeval met een vorkheftruck en een valpartij als gevolg van ongelijk terrein op de brouwerij. In het eerste geval

is gecheckt of alle veiligheidsprocedures goed zijn gevolgd, in het tweede geval is vermoeidheid een mogelijke oorzaak gebleken. Alle acties zijn ondernomen om dit in de toekomst te voorkomen.

Op de wereldwijde 'World Safety Health Day' staan alle productielocaties van HEINEKEN wereldwijd stil bij veiligheid. Het thema bij ons in 2014 was 'Road Safety', aangezien het grote aantal verkeersslachtoffers in Suriname een groot probleem is. In de ochtend hebben we alle voertuigen onderworpen aan een 'pitstop' en deze gecheckt op bandenspanning, beschadigde ruiten en motorisch tekortkomingen. De dag begon verder met een toets waarbij we alle chauffeurs en rijders hebben ondervraagd over verkeersveiligheid. De Road Safety Day werd afgesloten met een verantwoorde borrel. Aan het eind kon bekend gemaakt worden dat Surinaamse Brouwerij de tweede prijs heeft behaald binnen HEINEKEN met deze succesvolle Road Safety Day. Het is inspirerend om te zien is hoe alle collega's van Surinaamse Brouwerij hun verantwoordelijkheid nemen en ook buiten de poort rekening houden met onze uitgangspunten.



Gender diversiteit

Van oudsher werken er in een bierbrouwerij meer mannen dan vrouwen. Aandacht voor het aantrekken en behouden van vrouwelijk talent is een onderdeel van ons personeelsbeleid. Het totaal aantal vrouwen is de afgelopen jaren toegenomen. Momenteel is 25% van alle 151 personeelsleden vrouw. Dit is een lichte daling ten opzichte van 2013 en valt te verklaren door natuurlijk verloop. Surinaamse Brouwerij blijft zich richten op een gebalanceerde verhouding tussen het aantal mannen en vrouwen als afspiegeling van de maatschappij.

Enjoy Responsibly Day

Surinaamse Brouwerij vindt het belangrijk om het bewustzijn onder de medewerkers over verantwoorde alcoholconsumptie te vergroten. We hebben de maandelijkse vrijdagmiddagborrel verplaatst naar de donderdag en vragen daar ook aandacht voor verantwoorde alcoholconsumptie. Ieder kwartaal blijven we willekeurig een aantal van onze medewerkers checken op gebruik van alcohol en drugs. In 2014 is niemand 'positief' getest. In de kwartaalmeetings is duurzaamheid in de breedste zin van het woord een vast onderwerp op de agenda, waar we met elkaar een update geven waar we staan in het bereiken van onze doelstellingen.

In september heeft Surinaamse Brouwerij deelgenomen aan de eerste HEINEKEN Enjoy Responsibly Day. Op deze dag hebben we willekeurig 70% van onze medewerkers getest op alcohol. Met de top-15 managers, inclusief het Management Team, hebben we een hele ochtend gefocust op verantwoorde alcoholconsumptie. Aan de hand van een presentatie door onze General Manager en de CSR Officer stonden we stil bij hoe Surinaamse Brouwerij omgaat met verantwoorde alcoholconsumptie. Het voornemen is om in 2015 opnieuw een ER-Day te organiseren en dan een nog groter deel van de organisatie hierbij te betrekken.

Sportdag en Wellness Yeti

Als Surinaamse Brouwerij streven wij ernaar om gezondheid te stimuleren door middel van ons wellness-programma. De Body Mass Index (BMI) is een index voor het gewicht in verhouding tot lichaamslengte. De BMI geeft een schatting van het gezondheidsrisico van je lichaamsgewicht. Een BMI van boven de 25 betekent overgewicht. Een deel van onze medewerkers zit hier in meer of mindere mate boven. Op dat gebied voldoen we nog niet aan onze doelstelling dat gemiddeld alle collega's een BMI hebben onder de 26. We zullen hier blijvend aandacht voor vragen.

Veel bewegen door te sporten, lopen en actief in het leven te staan is dan ook enorm belangrijk. Jaarlijks organiseren wij voor onze medewerkers een sportdag. In 2014 hebben we tijdens deze dag de Yeti geïntroduceerd, een interactief en competitief stappenteller-programma. Zes maanden lang

streden alle medewerkers in interdisciplinaire teams tegen elkaar om zoveel mogelijk te bewegen. Ieder team had een captain die het aantal stappen invoerde op de daarvoor ontwikkelde website. We hebben onze medewerkers hiermee aangespoord meer te gaan lopen en het aantal stappen te rapporteren. Iedere maand was er een winnaar en uiteindelijk een 'overall' winnaar. In 2015 gaan we door met het wellness-programma.

Gezonde kantine

Een goede gezondheid bereik je niet alleen door veel te bewegen, maar ook door het nuttigen van gezonde voeding. In onze bedrijfskantine hebben we een aantal gezonde gerechten geïntroduceerd. Samen met een diëtiste en onze kantinekok hebben we gekeken hoe we minder vette gerechten konden aanbieden, met meer keus dan alleen nasi en bami. Aan het assortiment zijn verse sappen toegevoegd met minder suiker en nu is meer keuze in het aantal gezonde broodjes. De 'gezonde kantine' wordt door Surinaamse Brouwerij gesubsidieerd en is door onze medewerkers erg positief ontvangen.

Gedragscode

Vanuit de internationale 'Business Code of Conduct' hebben we afspraken gemaakt over hoe je met elkaar omgaat en welke normen en waarden we hanteren waar elke medewerker zich aan moet houden. Onze organisatie heeft zich gecommitteerd aan de zakelijke gedragscode om eerlijk, integer en met respect voor wetgeving en waarden zaken te doen. Deze code is bestemd voor alle medewerkers binnen Surinaamse Brouwerij en dient door een ieder te worden nageleefd. Door middel van een e-learning module maken wij medewerkers bewust van de zakelijke gedragscode. Ook alle nieuwe medewerkers worden geïnformeerd en getraind.

Trainingen

In 2014 heeft bij een groot aantal trainingen van onze medewerkers de focus gelegen op salestraining, waarvoor een substantieel budget is vrijgemaakt. In de 'Supply Chain' zijn technische trainingen gevolgd en trainingen op het gebied van veiligheidsbewustzijn. Nieuw waren de taalcursussen Engels en Chinees/Mandarijn. In totaal zijn 315,5 trainingsuren aangeboden in de vorm van e-learning, hetgeen bijna een verdubbeling is ten opzichte van 2013 (183 uur). Het gemiddeld aantal uren training per FTE was in 2014 36,48 uur. Minstens zo belangrijk vinden wij de RCC-trainingen, wat staat voor 'Responsible Commercial Communication'. Dit werkt als een gids voor iedereen die betrokken bij de marketing en verkoop van onze producten om ervoor te zorgen dat we niet bijdragen aan overmatige alcoholconsumptie of -misbruik. In 2014 hebben 28 commerciële medewerkers, inclusief top 15-stafleden, deze RCC-training gevolgd.



Maatschappij



Surinaamse Brouwerij wil een actieve bijdrage leveren aan de samenleving. Dit gebeurt onder andere door het stimuleren van verantwoorde alcoholconsumptie het hanteren van een leverancierscode, het beschikbaar stellen van studiebeurzen en het sponsoren van maatschappelijke projecten.

Stimuleren verantwoorde alcoholconsumptie

Meer dan voorheen heeft Surinaamse Brouwerij zich ingezet voor verantwoorde alcoholconsumptie, zowel klant- als consumentgericht. Behalve onze eigen activiteiten op dat gebied met het merk PARBO hebben we de Heineken®-commercial 'Dance More Drink Slow' uitgezonden.

Biertje op, laat je rijden

Op 20 november organiseerde Surinaamse Brouwerij samen met Suriname Taxi Centrale (STC) een persconferentie op ons brouwerijterrein. Tijdens de persconferentie werd de bewustwordingscampagne 'Biertje op, laat je rijden' door Minister Belfort van Justitie & Politie onthuld. Samen met de STC hebben we deze slogan op bumpers van ruim 240 gele taxi's geplakt. Voor Surinaamse Brouwerij was dit een belangrijke stap in het stimuleren van verantwoorde alcoholconsumptie onder onze consumenten. Deelnemen aan het verkeer onder invloed van alcohol is een maatschappelijk probleem in Suriname. Met de start van onze bewustwordingscampagne proberen wij door samen te werken met STC een oplossing te bieden voor dit probleem door gezamenlijk verantwoordelijkheid te nemen.

Waterbreaks

Tijdens de succesvolle 'PARBO Bier Nights', waar traditiegetrouw duizenden bezoekers naartoe komen, hebben we de 'Waterbreaks' gelanceerd. Behalve onze bars met PARBO-bier hebben we twee waterpunten toegevoegd, waar

de gehele avond gratis water gedronken kon worden. Halverwege de avond deed de DJ de muziek uit en vertelde de MC over het belang van water en verantwoorde alcoholconsumptie. Tijdens dat moment gingen de andere bars tien minuten dicht en konden wij de feestvierende bezoekers aansporen verantwoord met ons product om te gaan.

Light beer

Met de introductie eind 2014 van Heineken® Premium Light heeft Surinaamse Brouwerij het Heineken® portfolio uitgebreid met een nieuw en verfrissend product. Heineken® Light heeft minder calorieën, minder koolhydraten en minder alcohol. Heineken® Premium Light, dat in Amerika al jaren een groot succes is, zal in 2015 beschikbaar zijn in vrijwel alle Surinaamse supermarkten en horeca. Op die manier bieden wij de consument een laag-alcoholisch bier.



Lokale inkoop

Als Surinaamse Brouwerij proberen wij zoveel mogelijk lokaal in te kopen, uiteraard afhankelijk van een goede prijs- en kwaliteitverhouding. Helaas hebben we onze target van 2% groei van lokale inkoop niet kunnen behalen. In 2013 werd 30% lokaal ingekocht en in 2014 was dit 31%, oftewel een stijging van 1%. We zijn goed op weg en blijven er hard aan werken dit percentage omhoog te kunnen krijgen.

Leverancierscode

Bij de inkoop van goederen voor het brouwen, verpakken en verkopen van ons bier vragen we leveranciers om onze 'leverancierscode' te ondertekenen. Hierin verplichten zij zich onder andere integer te handelen, mensenrechten te respecteren en werknemers een veilige werkomgeving te bieden. Ook op het gebied van duurzaamheid vragen wij leveranciers bewust te zijn van de invloed die hun bedrijfsactiviteiten hebben op het milieu en deze invloed zo veel mogelijk te reduceren. 100% van onze huidige leveranciers heeft de code ondertekend en ook in de toekomst zullen wij enkel samenwerken met nieuwe leveranciers die zich verbinden aan onze leverancierscode en deze ondertekenen.

Studiebeurzen en stagiaires

Duurzaamheid betekent ook nadrukkelijk investeren in de toekomstige generaties, bijvoorbeeld door opleiding en verhogen van kennisniveau. In 2014 hebben wij vijf studenten een studiebeurs aangeboden. Eén student is uitgezonden naar Nederland om daar een opleiding te volgen, vier studenten hebben lokaal in Suriname hun studie mogen doen. Wij hechten belang aan opleiding van onze mensen en een hoog kennisniveau. Er zijn twee studenten afgestudeerd en een derde volgt op dit moment een management traineeship in de brouwerij. Daarnaast bieden wij het hele jaar door plek aan stagiaires (9 in 2014) en geven wij zelf gastcolleges aan de Anton de Kom Universiteit in Paramaribo met de focus op duurzaamheid in relatie tot het bedrijfsleven.

Friends of Green Suriname

De samenwerking in het 'Friends of Green Suriname' platform biedt ons de mogelijkheid om - naast het reduceren van onze impact op het milieu - iets terug te doen voor het Surinaams milieu. Door deel te nemen aan de mooie projecten van CIS (Conservation International Suriname) kunnen wij investeren in



het groenste land ter wereld dat ook nog eens 10% van 's werelds rivierwater bevat. Wij gaan er vanuit dat CIS in de toekomst meer mooie projecten zal initiëren en dat alle andere partners hierin een wezenlijke bijdrage zullen leveren.



Maatschappelijke projecten

Niet alleen op het gebied van milieu en onze mensen nemen wij onze verantwoordelijkheid. Surinaamse Brouwerij heeft in 2014 ook ruim SRD 270.000 geïnvesteerd in de Surinaamse maatschappij. Een deel daarvan is gegaan naar Kinderhuis Saron, waar het directieteam gemeenschapswerk heeft verricht. Tevens hebben wij een bedrag van SRD 25.000 gedoneerd aan SuAid. Het overgrote andere deel is gegaan naar maatschappelijke projecten in Suriname.

Stakeholderdialoog

Stakeholders houden ons scherp en vertellen wanneer zij het gevoel hebben dat we van onze koers afwijken. In 2014 hebben we extra focus gelegd op onze dialoog met stakeholders om samen te kunnen werken aan een duurzaam Suriname. Surinaamse Brouwerij hecht daarom grote waarde aan deze gesprekken.

Veel stakeholders hebben ons zelf benaderd, waarna wij met hen onze duurzaamheidsagenda hebben besproken. Denk hierbij aan dialoog met stakeholders, investeerders, NGO's, internationale organisaties, leveranciers, overheid en consumenten. Vanuit de overheid hebben we twee ministers mogen ontvangen op onze brouwerij. De Minister van ATM heeft ons duurzaamheidsverslag 2013 in ontvangst genomen en de Minister van Veiligheid, Justitie en Politie heeft met ons van gedachten gewisseld over verantwoorde alcoholconsumptie en de aanpak van alcoholmisbruik in het verkeer. Vanuit onze eigen branche hebben we in 2014 de eerste gesprekken gevoerd met StivaSur over de oprichting van de Stichting Verantwoord Alcoholgebruik Suriname.

Onze trotse medewerkers over duurzaamheid

Desmond Main, Supply Chain medewerker:

"Als Utility Engineer ben ik verantwoordelijk voor alle voorzieningen in de productie. Zo ben ik ook nauw betrokken bij onze afvalwaterzuiveringsinstallatie van de brouwerij. Tien jaar geleden zat ik in de buurt van de brouwerij op school en stonk het er van het afvalwater. Vandaag brengen wij neutraal afvalwater terug in de natuur via het kanaal naar de Surinamerivier. We vangen ook condenswater op dat we hergebruiken, we verzamelen regenwater dat we gebruiken bij de schoonmaak en we hebben een nieuwe energiezuinige stoomboiler. Het besparen van water en energie geeft mij een 'boost' in mijn dagelijks werk. Ik ben vereerd dat ik deel uitmaak van die plannen. Ten opzichte van andere bedrijven in Suriname zijn we echter veel stappen verder. Ik vertel met trots aan vrienden en familie, die bij andere bedrijven werken, hoe wij bewust targets en ons handelen meten. Met passie draag ik de boodschap om te besparen en niet te verspillen verder uit."



Nalini Kanhai, Customer Relation Supervisor:

"Op onze afdeling zetten we de orders in het klantensysteem en plannen we de afspraken voor onze mensen die taps en koelingen installeren. Meer dan vroeger letten we daarop ook op veiligheid, dat gaat voor alles. We letten goed op de regels en laten onze collega's niet onverantwoord sjouwen of te snel handelen. Binnen de brouwerij letten we erg goed op onze gezondheid. Alleen iemand die 100% fit is kan zijn werk goed doen. Het Yeti Wellness programma maakt mij bewust van een gezonde levensstijl. Zo zijn er nu ook vers geperste sappen in de kantine en stimuleren we elkaar om vaker te gaan lopen. Veel collega's gaan samen trainen en sporten. En bij de maandelijkse borrelmiddagen letten we op dat we niet teveel drinken. Ik ben super trots om bij Surinaamse Brouwerij te werken en dat onze werkgever iedereen kansen biedt om trainingen te volgen. Ik volg nu een training Chinees/Mandarijn. Veel van onze klanten zijn Chinees en op de afdeling telesales kan ik hen straks nog beter te woord staan. Surinaamse Brouwerij investeert echt in haar medewerkers."



Sergio Tikai, Trade Marketing Manager:

"Surinaamse Brouwerij is mijn tweede thuis. Vanuit onze marketinggedachte zijn we steeds meer bewust bezig om duurzaamheid en verantwoorde alcoholconsumptie terug te laten komen in al onze communicatie-uitingen. Tijdens evenementen vertellen we de boodschap 'Drink, but Don't Drive' en houden we Waterbreaks. Onze PARBO Bier Nights zijn erg populair, er komen zo'n 10.000 man op af. Op bepaalde tijdstippen schenken we even geen bier maar gratis water en de MC op het podium besteedt er aandacht aan. Wij geven hiermee het goede voorbeeld. Ten opzichte van de afgelopen jaren hebben we hele grote stappen gemaakt. Zo willen we bijvoorbeeld ook veel meer statiegeldflessen introduceren. Duurzaamheid is nu echt één van de pilaren van Surinaamse Brouwerij. Ik ben daar enorm trots op."



Onze blik vooruit

Surinaamse Brouwerij neemt als een van de grootste productiebedrijven van Suriname haar verantwoordelijkheid zeer serieus. De uitdagingen zijn groot en vragen een gerichte inzet en aanpak. De 'Brewing a Better World'-strategie vormt daarmee onze 'roadmap' voor duurzaamheid. Met onze focus op milieu, medewerker en maatschappij weten we welke vooruitstrevende mijlpalen we in 2015, 2016 en 2017 willen bereiken.

Onze doelstellingen voor 2015



- Totale energieverbruik reduceren tot 171 MJ/hl
- Totale waterverbruik reduceren tot 4,8 hl/hl
- Recycling van aluminium, papier, karton, plastics op eigen terrein
- 100% naleving leverancierscode¹⁾



- 0 ongevallen
- Medewerkers begrijpen en onderschrijven de BaBW-activiteiten
- 90% van onze medewerkers met BMI van <25²⁾
- 0 medewerkers positief getest tijdens bedrijfs alcohol- en drugstest



- 5% TV-communicatiebudget investeren in verantwoorde alcoholconsumptie
- Reclamecode voor Alcoholhoudende dranken implementeren
- Gemiddeld 1 dag vrijwilligerswerk per FTE
- 4% groei lokale inkoop³⁾
- Minimaal 1 strategisch partnership gericht op verantwoorde alcoholconsumptie
- Verantwoorde alcoholconsumptie programma in 10% van de premium horeca-outlets⁴⁾

¹⁾ Leverancierscodenaleving volgens HEINEKEN Supplier Code standaard

²⁾ BMI van 25 is de grens van overgewicht

³⁾ Baseline 2013

⁴⁾ Selectie van totaal x-aantal horeca-outlets



Brewing a Better World

Over dit duurzaamheidsverslag

Dit verslag vat de voortgang samen die Surinaamse Brouwerij N.V. in 2014 met betrekking tot het duurzaamheidsprogramma 'Brewing a Better World' heeft geboekt. De gegevens in dit rapport hebben betrekking op de geconsolideerde cijfers van Surinaamse Brouwerij N.V., onderdeel van HEINEKEN N.V.

Het volledige duurzaamheidsverslag is als PDF te downloaden vanaf www.ParboBier.com

Het HEINEKEN N.V. duurzaamheidsverslag is online beschikbaar en bevat gedetailleerde informatie en illustratiefilm en beeldmateriaal van de wereldwijde HEINEKEN-activiteiten.

www.sustainabilityreport.HEINEKEN.com

Dit overzicht is een uitgave van Surinaamse Brouwerij N.V.

Brouwerijweg 1, Paramaribo, Suriname
Telefoon +597 402255
Fax +597 404093
www.ParboBier.com

Hoofdredactie en productie

Flip van Woerkom

Redactie

Birdy Communicatie / Zwijndrecht, Nederland
Fedor Vogel
Henri Reuchlin

Vormgeving

Rob HoflandDesign / Barendrecht, Nederland

Fotografie

Helio Phoelie (omslag Brownsberg, pagina's 3, 5, 6, 12-14, 16, 18).
Fotocollectie Van de Poll (pagina 1, Prins Bernhard in de Surinaamse Brouwerij N.V. te Paramaribo ter gelegenheid van de opening, 28 oktober 1955). Pagina 5: Conservation International Suriname/Photo by Ivor Balsemhof

Druk

Multiforms N.V., Paramaribo, Suriname

Papier

Cyclus Offset 200 grams (omslag)
Cyclus Offset 140 grams (binnenwerk)

Door in onze totale oplage CyclusOffset te kiezen in plaats van een niet-recycled papier, verminderen wij de milieu-impact met:



76 kg afval



1.922 liter water



18 kg CO₂



243 kWh energie



Ruim 180 km met
een gemiddelde auto



124 kg hout

Bron: Labelia Conseil:

CO₂-voetafdrukgegevens. Europese BREF (papier uit zuivere vezels).

