

EXERCENDO NOSSA RESPONSABILIDADE

Nossa atuação para disseminar o consumo responsável inclui ações para profissionais de saúde e programas de mudança de comportamento com relação ao uso nocivo da bebida.

Faz parte das nossas metas de responsabilidade aumentar a cobertura de Heineken® 0.0 em bares e restaurantes, destinar um investimento anual da marca Heineken® para nossa plataforma de consumo responsável e conscientizar os consumidores para que não dirijam após consumir bebidas alcoólicas.



MODERAÇÃO

Conscientização de profissionais de saúde

Durante o ano de 2022, conduzimos ações de impacto com profissionais de saúde, principalmente nutricionistas, trazendo como tema central o consumo responsável. Realizamos visitas a consultórios, evento presencial, envio de material por correio, e-mail marketing e ações em universidades de nutrição, levando para esses profissionais informações que auxiliam na orientação de seus pacientes com relação ao consumo nocivo de bebidas alcoólicas.



10.369
profissionais impactados

Atuação principalmente nas cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba e Brasília

Prevenção e educação

O ModerAção é um programa de prevenção e educação em saúde desenvolvido em parceria entre o Grupo HEINEKEN, o Instituto Melhores Dias e os municípios de Jacareí (SP) e Araraquara (SP). Seu foco é treinar agentes da Estratégia Saúde da Família, do Sistema Único de Saúde (SUS), para que eles levem às comunidades conscientização sobre o consumo responsável de álcool por meio de intervenções breves, utilizando a metodologia da Organização Mundial da Saúde (OMS) para a mudança de comportamento. Neste primeiro ano de atuação, também foram mapeadas as necessidades e as soluções para aumentar o monitoramento de problemas relacionados ao abuso de bebidas alcólicas na população.

79

TIMES DE SAÚDE DA FAMÍLIA IMPACTADOS

790

PROFISSIONAIS DE SAÚDE ALCANÇADOS

APROXIMADAMENTE

9 mil

MEMBROS DAS COMUNIDADES IMPACTADOS



**SEMPRE
UMA
ESCOLHA**
Pega Leve



Consumir álcool é uma escolha individual. Riscos e benefícios pessoais devem ser considerados antes do consumo. É por isso que a HEINEKEN tem uma assinatura de consumo responsável.

Promover o equilíbrio do consumo é uma estratégia para nós, não apenas pelo bem-estar dos consumidores, mas também pela sustentabilidade do nosso negócio. Por isso, criamos a plataforma Pega Leve, para orientar o consumidor sobre como relacionar o consumo de álcool com um estilo de vida equilibrado. Queremos que nossos produtos sejam consumidos de maneira consciente, sempre pegando leve.

Criada em 2022, essa plataforma representa uma mudança na nossa forma de comunicar sobre consumo responsável, evoluindo do Day

After Project para o equilíbrio do Pega Leve. Em 2023, vamos concluir a estruturação dessa nova ferramenta e potencializar o canal com conteúdo educativo e de sensibilização para estimular a responsabilidade.

Em prol da moderação, temos também ampliado o portfólio com **produtos zero álcool ou com teor alcoólico reduzido**.

[Saiba mais.](#)

CONSUMO NOCIVO

WeLab

Com a experiência WeLab, convidamos jovens a equilibrar sua vida e sua relação com o álcool por meio de tecnologia social de mudança de comportamento. Saiba mais [aqui](#).

Nossas metas de responsabilidade

ÁREA

META

EVOLUÇÃO EM 2022

Moderação

10% do orçamento anual de mídia da marca Heineken® investido na plataforma de consumo responsável



100% de motoristas conscientes até 2030



Mais do que uma meta pontual, temos esse investimento como um compromisso que vem sendo cumprido todos os anos

Metodologia em construção

Sempre uma escolha

100% de cobertura de Heineken® 0.0 em bares e restaurantes até 2025



26,09% de cobertura de Heineken® 0.0 em bares e restaurantes

Consumo nocivo

Em 2021, anunciamos a meta de impactar (direta e indiretamente) 1 milhão de jovens de 18 a 24 anos pelo programa que, até então, tinha como principal foco a mudança de comportamento em relação ao consumo nocivo do álcool. Com o lançamento do Instituto HEINEKEN em 2022, decidimos manter o programa com jovens, mas priorizamos aqueles em situação de vulnerabilidade. Diante dessa decisão, seguimos um processo de escuta ativa desses jovens e de especialistas e organizações que dialogam com esse público-alvo e adaptamos a metodologia, agregando os elementos da empregabilidade e da ponte para o mercado de trabalho, necessidades centrais trazidas pelo público impactado. Essa mudança na rota estratégica do programa nos fez revisar a ambição e as metas numéricas, que ainda estão em processo de validação e deverão ser divulgadas no próximo ciclo de resultados

