

Nuestros fundamentos de sostenibilidad:
Memoria de Sostenibilidad
SBFE 2021/22

SUNTORY
BEVERAGE & FOOD EUROPE

Contenidos

.....

.....





Introducción

- 4 Bienvenida de nuestro CEO
- 5 Growing for Good (Crecer para Bien)
- 6 Suntory Beverage & Food Europe de un vistazo
- 7 Estadísticas clave
- 8 Resumen de la estrategia de sostenibilidad
- 9 Gobernanza de la sostenibilidad

Bienvenida de nuestro CEO

Las raíces de Suntory Beverage & Food Europe, tanto en Japón como en Europa, se remontan a mucho tiempo atrás. Todas las empresas y marcas de nuestro legado se fundaron con el espíritu de progresar, velar por el bienestar y devolver a la sociedad. Hoy en día, estas creencias son fundamentales para nuestra misión de “Crear armonía con las personas y la naturaleza”, y nuestro compromiso de construir un futuro sostenible.

Las expectativas para que las empresas impulsen un cambio positivo nunca han sido tan altas, y eso es bueno. Debemos actuar y responder a los consumidores, los clientes, los stakeholders y, sobre todo, a nuestros empleados. Estamos construyendo una compañía llena de personas motivadas para crear el cambio y que nos impulsen a ser innovadores, colaborativos y transparentes a la hora de afrontar los retos sociales y medioambientales. Ahí es donde cobra importancia este informe.

Las empresas, como todos nosotros, se enfrentan al reto inmediato de equilibrar la presión de la inflación creciente y el aumento de los costes, con la necesidad de tomar decisiones a largo plazo que definirán su futuro. Estos retos pondrán a prueba el compromiso de muchas de ellas con sus programas de sostenibilidad y su creencia en el poder de las empresas orientadas al logro de objetivos para alcanzar el éxito en el futuro.

Tenemos la suerte de que Suntory se haya constituido, desde el principio, sobre la idea del pensamiento a largo plazo. La visión que impulsa hoy nuestra estrategia de compañía es “Growing for Good” (Crecer para Bien). Creemos que existe un círculo virtuoso entre nuestro éxito como empresa y el bien que podemos hacer a través de nuestras acciones medioambientales y sociales. Unos buenos resultados empresariales y unos buenos resultados de sostenibilidad son totalmente compatibles y de hecho, pueden estar estrechamente relacionados.

Desde que iniciamos nuestro camino hacia la sostenibilidad, hemos tomado muchas decisiones difíciles basadas en nuestra convicción de que un cambio progresivo nos proporcionará el éxito a largo plazo. La decisión de la que me siento más orgulloso fue también una de las más difíciles: reducir

significativamente el azúcar de nuestras bebidas en el Reino Unido mucho antes de que entrase en vigor la normativa que nos obliga a ello. Este hito fue noticia. Muchos consumidores se molestaron y, durante un tiempo, nuestras ventas se resintieron, pero se recuperaron a medio plazo. Sin embargo, está claro que hicimos lo correcto. Hicimos lo mejor para la salud de nuestros consumidores, entendiendo que podíamos marcar una diferencia real en la cantidad de azúcar y calorías de las dietas de las personas y, por tanto, abordar la crisis de obesidad de la sociedad. Pero también fue una decisión positiva para nuestro negocio: establecimos el punto de referencia para el cambio en nuestra industria, al tiempo que triplicamos la venta de bebidas sin y con poco azúcar en los últimos cinco años.

Nuestro objetivo es tomar este tipo de decisiones con visión de futuro cada día. Está en la remodelación de nuestras fábricas para que nuestras botellas sean reciclables. Está en nuestro trabajo en Francia y España para regenerar los ecosistemas del entorno de las valiosas fuentes de agua. Está en nuestro nombramiento de un equipo de liderazgo de sostenibilidad y en la vinculación de los incentivos financieros a los objetivos de sostenibilidad en todo nuestro equipo ejecutivo. Estamos viviendo “Growing for Good”.

Este primer informe de sostenibilidad pretende exponer la estrategia que hemos seguido para situar la sostenibilidad en el centro de nuestro negocio durante los últimos cinco años e informar sobre los progresos que estamos haciendo hacia nuestros objetivos. Estamos orgullosos de la dirección que está tomando nuestra compañía y esperamos que se nos exija que cumplamos nuestras promesas y compromisos.

Peter Harding, Chief Executive Officer SBF Europe



Growing for Good (Crecer para Bien)

“Growing for Good” es nuestra visión de cómo hacemos negocios en SBFE. Su significado es sencillo: impulsando un cambio medioambiental y social positivo a través de las decisiones que tomamos, haremos crecer un negocio exitoso a largo plazo. Este crecimiento desencadena un círculo virtuoso que nos permite realizar más cambios a un ritmo más rápido y así, crear más bien.

“Growing for Good” reúne los impactos sociales y medioambientales más importantes de nuestro negocio e impulsa acciones que benefician a nuestros consumidores, socios, empleados y a las comunidades en las que operamos. En cada caso, queremos maximizar el impacto positivo que podemos tener. Esto significa crear bebidas placenteras y saludables, apoyar y desarrollar a nuestros empleados y comprometernos con nuestras comunidades mediante iniciativas que cambien vidas. Al mismo tiempo, trabajamos para minimizar el impacto negativo de nuestro negocio reduciendo las emisiones de carbono y el uso del agua, comprometiéndonos con un envasado sostenible y garantizando que nuestra cadena de suministro sea ética y transparente.

Pero “Growing for Good” no es simplemente un plan de sostenibilidad: está en el centro de toda nuestra estrategia empresarial. Nos impulsa a dirigir una compañía eficiente y ágil que invierte en su gente y se centra en la sostenibilidad para lograr el éxito. Es un modelo de negocio que SBFE promoverá en los próximos años. Seguiremos aumentando nuestra ambición, fijando objetivos que desencadenen un cambio positivo y aumentando la transparencia y la frecuencia con la que informamos de nuestros progresos. “Crecer para Bien” nos convertirá en una compañía más sostenible y exitosa.



En Suntory, vivimos el espíritu de “Yatte Minahare”, que representa la ambición de soñar a lo grande, afrontar nuevos retos y no rendirse nunca. Nos impulsa a ser audaces y, a menudo, pioneros. Nuestros objetivos de sostenibilidad y los progresos que ya hemos hecho no son una excepción. Seguimos liderando algunos de los temas más importantes de nuestro sector y me enorgullece ver cómo todos nos unimos para hacer realidad “Growing for Good”

Michelle Norman, Sustainability and External Affairs Director

Suntory Beverage & Food Europe de un vistazo

Acerca de Suntory Beverage & Food Europe

Suntory Beverage & Food Europe (SBFE) se creó en 2014 y es una de las cinco divisiones regionales del Grupo Suntory, con sede en Japón, una de las principales empresas de bebidas del mundo. Estamos orgullosos de formar parte de una empresa familiar con su inspiradora herencia de 120 años y nos guiamos por el espíritu fundador de Shinjiro Torii. SBFE está formada por 3.800 personas apasionadas que trabajan en toda Europa en marcas enormemente icónicas como Schweppes*, Orangina, Lucozade, Ribena, La Casera, Oasis*, Pulco y MayTea, con el compromiso de producir bebidas de gran sabor y más saludables. Todo lo que hacemos fluye desde nuestra promesa Mizu To Ikiru y nuestra visión de Growing for Good. Estar en armonía con las personas y la naturaleza, está en el centro de nuestro negocio trabajando cada día para garantizar que las generaciones futuras hereden y disfruten de un planeta sano.

**Propiedad y comercialización en los territorios respectivos de SBFE*



Nuestra promesa: Mizu To Ikiru

Esta poderosa frase japonesa se traduce como "Vivir con el agua", una filosofía que fluye en todo lo que hacemos. El agua, preciosa y poderosa, da forma a nuestro mundo y hace posible la vida en todas partes. Y el agua está en el centro de nuestro negocio como empresa de bebidas.

Nuestra misión: Crear armonía con las personas y la naturaleza

Nuestro principio fundacional sigue siendo el mismo en más de 100 años. Queremos contribuir al bienestar, al tiempo que reforzamos los lazos entre las personas y el mundo que las rodea.



Nuestra visión: Growing for Good

Nuestra visión nos inspira a hacer crecer nuestro negocio de forma sostenible. Creemos que tanto el crecimiento como el bien son igualmente importantes porque cuanto más grandes seamos, mayor puede ser nuestro impacto positivo.

Nuestros valores: Yatte Minahare y Devolver a la Sociedad

Nuestros valores provienen directamente de nuestro fundador, Shinjiro Torii. Yatte Minahare fue su llamada de atención para soñar a lo grande, afrontar retos difíciles y no rendirse nunca. Es una cultura que fomentamos entre nuestros empleados y un poderoso recordatorio para tomar decisiones audaces en materia de sostenibilidad.

Shinjiro Torii fundó Suntory con la firme convicción de devolver a la sociedad. Lo hacemos a través de las bebidas que producimos, pero también a través de nuestra creencia en ser generosos con nuestro tiempo y nuestros recursos, y en construir relaciones duraderas y mutuamente beneficiosas.




Datos clave


 **9** centros de producción

 **3.400** empleados

 **8** marcas emblemáticas

Ventas en más de **80+** países

 **€1.81 millones**
de euros de valor neto (2021)

 **2441,7 millones de litros**
vendidos en 2021



Suntory es más que un entorno laboral: es un lugar para aprender, prosperar y desarrollarse, un equipo de empleados que creen en la misma visión y una familia que comparte los mismos valores. Como mujer joven me siento capacitada para ser quien realmente soy, y sé lo afortunada que soy al levantarme cada día con una sonrisa para ir a trabajar."

Marina Perez, Internal Communications Manager



Mi experiencia profesional es el reflejo de la gestión del talento de SBFE: apoyo a los empleados con el deseo de hacerlos crecer. Lo que me encanta de trabajar en SBFE es la cultura de asumir riesgos sin miedo al fracaso y estar rodeado de gente comprometida y apasionada."

Tristan Pasquet, Ingredients Procurement Category Manager



Estoy increíblemente orgullosa de trabajar para una empresa que, a través de su visión Growing for Good, se centra seriamente en la sostenibilidad, apoya generosamente muchas causas locales y devuelve a la comunidad."

Satvinder Dhillon, Packaging Development Manager



Resumen de la estrategia de sostenibilidad

Nuestra estrategia de sostenibilidad se basa en cuatro pilares fundamentales: Nuestros recursos, nuestras bebidas, nuestra sociedad y nuestra compañía.



Nuestras bebidas

Armonía con los consumidores

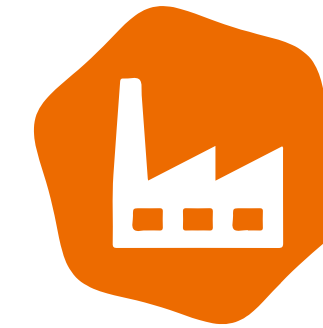
- Menos azúcar
- Opciones saludables
- Más natural



Nuestra sociedad

Armonía con las personas

- Capacitar a las comunidades
- Marcas con propósito



Nuestros recursos

Armonía con la naturaleza

- Menos y mejores materiales
- Menos residuos
- Respetar el agua
- Reducir de forma sostenible
- Adquirir de forma sostenible



Nosotros mismos

Armonía con los empleados

- Diversos, inclusivos y flexible
- Responsables de nuestra cadena de suministro
- Empleador ético

Nuestro marco se desarrolló identificando las cuestiones de sostenibilidad que son importantes para el funcionamiento de nuestra empresa. Lo hicimos con expertos externos y líderes empresariales, pero también con compañeros de toda la compañía a través de talleres de colaboración, garantizando que nuestro marco sea completo, relevante y significativo en toda la empresa. Este proceso no es estático. Trabajamos constantemente para identificar problemas nuevos y crecientes, integrándolos en nuestro marco. Este enfoque nos ha permitido estar a la vanguardia de los nuevos problemas de sostenibilidad.

Lanzada en 2018, nuestra estrategia de sostenibilidad se ha desplegado en todos los mercados y funciones de SBFE, impulsando un progreso significativo en nuestras cuestiones ambientales y sociales clave, como deja claro este primer informe. Sin embargo, la estrategia de sostenibilidad no está aislada, sino que se ha integrado estrechamente en nuestra estrategia corporativa como un área clave para el negocio.

Gobernanza de la sostenibilidad

Al incorporar la gobernanza de la sostenibilidad directamente en nuestras operaciones cotidianas, la responsabilidad de cumplir nuestros objetivos no se aísla. En su lugar, todos los miembros del equipo de SBFE trabajan en colaboración para hacer realidad el cambio.



Nuestra estrategia está respaldada por una serie de marcos, iniciativas y acreditaciones externas. Cada pilar y área de interés está alineado con uno o más de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, y nuestros compromisos apoyan plenamente los objetivos de la UE en torno a alimentos y bebidas más saludables y la economía circular. Somos signatarios del código de conducta de la UE sobre prácticas comerciales y de alimentación responsables. Este código de conducta ofrece “una vía común de aspiración hacia sistemas alimentarios sostenibles” y seguimos trazando e informando sobre nuestros progresos en relación con él. También somos miembros activos de UNESDA y de las asociaciones comerciales de nuestros países, y ayudamos a dar forma y mantener sus compromisos de sostenibilidad.





Nuestras bebidas

11 Nuestras bebidas: Introducción

12 En el punto de mira:
Menos azúcar

Nuestras bebidas

Las bebidas son lo que hacemos. Por eso, la construcción de un negocio sostenible tiene que empezar aquí. Queremos hacer las mejores bebidas posibles para nuestros consumidores. Por supuesto, esto significa un gran sabor y calidad, pero también significa asegurarse de que todo lo que vendemos contribuye a una vida feliz y más saludable.

Ya hemos hecho grandes progresos para que nuestras bebidas sean más saludables, reduciendo el azúcar y aumentando los ingredientes naturales. Solo en el Reino Unido hemos eliminado 98.000 millones de calorías de la dieta de las personas desde 2015. Se trata de un trabajo importante: la salud, el bienestar y la lucha contra la crisis de la obesidad son cuestiones clave para nuestra industria. Pero nuestro trabajo no se detiene ahí. Nuestra cartera de refrescos, y la forma en que hablamos de ellos, evolucionan continuamente para hacer que las opciones más saludables sean más fáciles y agradables.

Nuestra ambición:

- Reducir el azúcar añadido para alcanzar nuestro objetivo de **reducción del 35% para 2025**.
- **Aumentar el uso de ingredientes naturales** y reducir los colorantes y aromas artificiales.
- Dar a los consumidores la **información nutricional que necesitan** sobre nuestras bebidas para que tomen decisiones fundamentadas.
- Contribuir activamente a los nuevos compromisos de UNESDA en materia de salud y nutrición, con especial atención a la comercialización responsable. No realizamos publicidad dirigida a **niños menores de 13 años** en todos nuestros mercados (**menores de 16 en el Reino Unido**).
- Mantener la seguridad de nuestros consumidores **garantizando que ofrecemos productos de alta calidad** y aplicando medidas de garantía de calidad en todos nuestros procesos.



El gran sabor de nuestras bebidas icónicas es la razón por la que quise unirme a SBFE en primer lugar: son marcas que todo el mundo adora. Pero, al mismo tiempo, hacer elecciones más saludables es cada vez más importante para todos nosotros. Así que es increíble ver los resultados de la innovación y la reformulación que hemos hecho en toda nuestra cartera. Estamos ofreciendo a nuestros clientes opciones más saludables que siguen siendo fieles a todo lo que les gusta de nuestras bebidas. Eso sí que es una buena sensación."

Vincent Meron, SBFE Chief R&D Officer





En el punto de mira: Menos azúcar

En SBFE, estamos orgullosos de haber sido líderes del sector en la reducción de azúcares, y seguimos superando los límites de los refrescos más sanos y de gran sabor. En 2006, empezamos a reducir el azúcar en todas nuestras bebidas.

En 2015, las empresas que componen SBFE se unieron para desarrollar una ambición a largo plazo de reducir el azúcar añadido en un 35% en toda nuestra cartera para 2025. Esto supera con creces el compromiso combinado del sector del 10%. En la actualidad, consideramos que una nutrición más saludable es uno de los componentes clave de nuestra estrategia de sostenibilidad.

La reformulación de las bebidas, especialmente de sabores emblemáticos como Orangina, Lucozade y Ribena, no es una tarea fácil. La investigación y el desarrollo necesarios suponen una importante inversión durante un largo periodo de tiempo, en el que nuestros expertos en sabor y nutrición trabajan incansablemente para innovar, buscar nuevos enfoques y compartir las mejores prácticas en todo el mundo. No siempre acertamos a la primera, pero durante un largo periodo de tiempo hemos ido reduciendo progresivamente el azúcar en toda nuestra gama, y los resultados siguen siendo deliciosos. Unas bebidas más sanas que conservan el gran sabor que nos gusta a todos significa cumplir todos los requisitos.

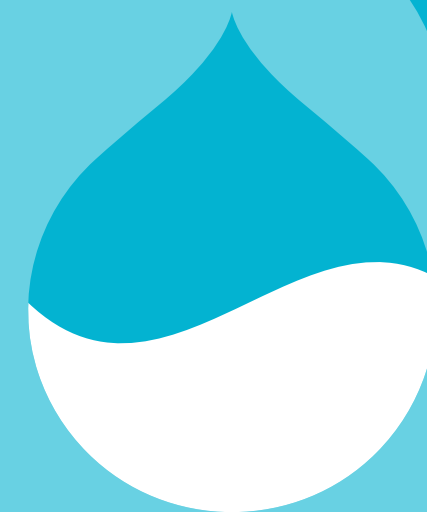


Mi equipo forma parte de una red mundial de expertos que comparten las mejores prácticas y experiencias y aportan estos conocimientos a nuestro negocio. Es fantástico ver la pasión que compartimos en la búsqueda de ingredientes emergentes y tecnologías diferentes que nos permitan seguir innovando.”

Zafer Gezgin, científico principal

35%

es nuestro objetivo de reducir la cantidad de azúcar añadido en nuestras bebidas para 2025



2027

es el número de bebidas de nuestra cartera europea que ya hemos reformulado

🔍 **En el punto de mira:** Menos azúcar

23

es la cantidad de contenido de azúcares añadidos que ya hemos reducido voluntariamente en nuestras bebidas desde 2015, en todo SBFE

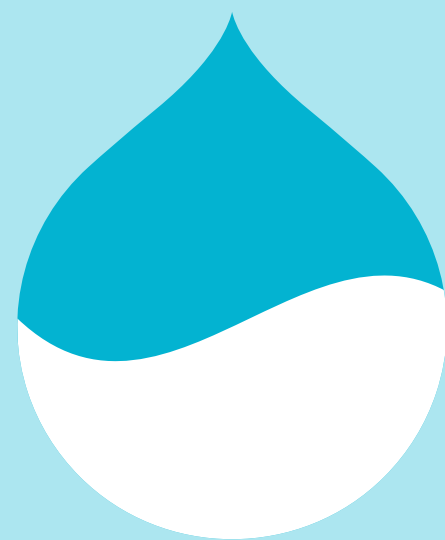
25.000
es el número de toneladas de azúcar que hemos eliminado en nuestra gama de bebidas principales en el Reino Unido e Irlanda



En Francia, nuestra nueva marca *MayTea*, Les Eaux de Thé, contiene un 70% menos de azúcar que la media de las bebidas del mercado.

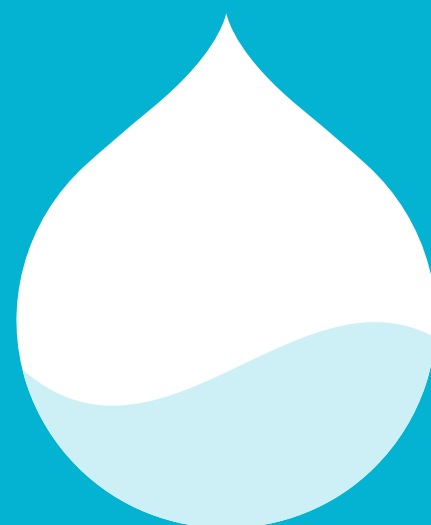
42%

es la cantidad de contenido de azúcar que hemos reducido en todas nuestras bebidas en España desde 2015



25%

es la cantidad de contenido de azúcar que se eliminará de la cartera polaca en 2021



En el Reino Unido e Irlanda, además de eliminar 98.000 millones de calorías en toda nuestra gama de bebidas principales desde 2015, hemos introducido una alternativa sin o con pocas calorías para cada una de nuestras bebidas más famosas.

Nuestra apuesta por las bebidas más saludables también refleja, y contribuye, a un cambio más amplio en las preferencias de los consumidores. En los últimos cinco años, se han triplicado las ventas de nuestras bebidas bajas en azúcar y sin azúcar (menos de 5 gramos de azúcar añadido por 100 ml). En Francia, donde nuestra estrategia de reducción del azúcar ha evitado los edulcorantes sin calorías, hemos conseguido, sin embargo, reducir el azúcar de Oasis en un 24% desde 2006, cambiando lentamente las expectativas en torno al dulzor.

Nuestra estrategia de reducción del azúcar en el Reino Unido fue audaz y líder en el sector. Nos arriesgamos a una reducción significativa antes de la normativa y capeamos la tormenta mediática que siguió. El resultado ha sido positivo: nuestro negocio en el Reino Unido es próspero y hemos abierto un camino para que otros lo sigan. Nos encanta el hecho de que nuestros clientes estén adoptando opciones más saludables y estamos muy motivados para darles más de lo que quieren.



Nuestros recursos

- 15** Nuestros recursos: Introducción
- 17** En el punto de mira:
Respetar el agua
- 19** En el punto de mira:
Menos y mejores materiales

Nuestros recursos

Somos conscientes del impacto que nuestra actividad puede tener en el planeta y nos proponemos minimizar nuestra huella medioambiental a lo largo del ciclo de vida de nuestros productos.

Al principio del proceso de elaboración de las bebidas, pensamos cuidadosamente en cómo obtenemos el agua, la fruta y otros ingredientes que necesitamos. Nuestros productos están repletos de sabores de frutas naturales y agua fresca, por lo que es importante para nosotros utilizar los ingredientes de forma responsable. En la producción nos fijamos en cómo se pueden reducir los residuos de todo tipo. Y estamos introduciendo cambios significativos en la forma de envasar y distribuir nuestras bebidas y, una vez disfrutadas, en el destino de esos envases.



Nuestros avances en la reducción del carbono

Emisiones de alcance 1 y 2



Objetivo:
Reducción del
50% para 2030



2021 progreso:
22% de reducción

Emisiones de alcance 3



Objetivo:
Reducción del
30% para 2030



2021 progreso:
16% de reducción

Carbono

Nuestra ambición:

- Queremos reducir las emisiones de carbono para alcanzar nuestros objetivos para 2030 y avanzar hacia nuestro objetivo de **cero emisiones netas para 2050**. En Francia y España hemos reducido las emisiones de carbono por litro de producto en aproximadamente un 35%, en parte gracias a nuestro cambio a energía 100% renovable en toda Europa. Una parte de la energía que utilizamos proviene de nuestra propia energía verde.
- Reubicamos y optimizamos nuestros almacenes para reducir las emisiones del transporte y pasar a un **transporte neto cero para 2030 en España**. Hoy el 56% de nuestra flota de vehículos ya es eco o cero emisiones y el 23% de nuestra fruta se cultiva a menos de 100 km de la planta de producción.

Embalaje

Nuestra ambición:

- Nos comprometemos a conseguir un **envase de plástico 100% sostenible para 2030** – la primera empresa mundial de bebidas en hacerlo – basándose en tecnologías ecológicas de nueva generación y en ambiciosos objetivos intermedios de materiales reciclados.
- Estamos en camino de cumplir nuestro objetivo de que el **100% de los envases sean reciclables en 2025**.

Agua

Nuestra ambición:

- Nuestro objetivo es **reducir en un 20% el uso de agua en todas nuestras operaciones para 2025** mediante prácticas más eficientes e invirtiendo en proyectos de regeneración del ecosistema hídrico.

Residuos

Nuestra ambición:

- Reciclamos el 95% de los residuos de nuestras fábricas, y para finales de 2022 pretendemos alcanzar nuestro objetivo de **cero residuos en nuestros vertederos**.
- **Reducimos el desperdicio de alimentos en un 50%** redirigiendo los productos sobrantes a organizaciones benéficas de bancos de alimentos para ayudar a los necesitados.

Trazabilidad

Nuestra ambición:

- Seguimos de cerca la **procedencia de nuestros ingredientes y las condiciones medioambientales y sociales en las que se han producido, procesado y vendido**. Esto implica trabajar directamente con nuestra red de fruticultores para imponer prácticas de agricultura sostenible y biodiversidad, así como unirse a la plataforma de la cadena de suministro responsable **SEDEX** para supervisar nuestras operaciones en general.
- Trabajamos con los agricultores de grosella negra de Ribena para garantizar un futuro sostenible para la fruta. Para ello se ha contratado a un agrónomo para que asesore sobre los planes de biodiversidad, se ha colaborado con el Instituto James Hutten para desarrollar nuevas especies que sean más resistentes a los futuros impactos del cambio climático y se ha empezado a trabajar en ideas relacionadas con la **agricultura sostenible y la agricultura regenerativa**.



En el Reino Unido, nos hemos asociado con la red benéfica de redistribución de alimentos Fareshare desde 2018. Esto nos ha permitido ahorrar más de 560 toneladas de nuestras bebidas que, de otro modo, irían a parar a la basura y redirigirlas a los necesitados. La gestión diaria de las existencias y una política de cero residuos a los vertederos en nuestro centro de fabricación y oficinas en el Reino Unido significa que, junto con nuestra asociación con Fareshare, también tenemos relaciones sólidas con los bancos de alimentos en el Bosque de Dean, Gloucestershire y cerca de nuestras oficinas en Londres y Dublín. En 2021 donamos 703.276 bebidas a organizaciones benéficas de primera línea.



El 90% de las grosellas negras que se cultivan en el Reino Unido se utilizan para fabricar Ribena. Desde 2004 hemos creado planes de biodiversidad para nuestros agricultores, adaptados a los hábitats individuales de sus explotaciones. Esto ha ayudado a restaurar 322 kilómetros de márgenes de campos yermos, construir más de 2.000 cajas nido y sembrar más de 290 hectáreas de plantas ricas en polen y néctar.



Los cambios, en materia de sostenibilidad, que hemos realizado en la fábrica en los últimos años han sido enormes. Nueva maquinaria, nuevos procesos para reducir el desperdicio de agua y formas completamente nuevas de embotellar y etiquetar nuestras bebidas para que usen menos plástico y puedan reciclarse más fácilmente. Son muchos cambios con los que trabajar, pero es fantástico formar parte del impulso de una transformación tan positiva.”

Daniel Gray, UK Manufacturing Sustainability Manager





En el punto de mira: Respetar el agua

El agua forma parte de todo lo que hacemos como empresa. Proteger este precioso recurso para las generaciones futuras es una parte fundamental de nuestra promesa de Mizu to Ikiru. Para cumplir esta promesa, innovamos constantemente para reducir el consumo de agua en nuestras operaciones e invertimos en los ecosistemas que rodean nuestras fuentes de agua.

Nos proponemos reducir el uso de agua en la producción de nuestras bebidas en un 20% para 2030, y estamos en camino de alcanzar este objetivo. Lo estamos consiguiendo, invirtiendo en nuevas tecnologías para reducir el consumo de agua y creando nuevas iniciativas internas para ser lo más eficientes posible en el uso del agua. Por ejemplo, en 2020 nuestro negocio en el Reino Unido invirtió 13 millones de libras en una nueva línea de llenado de alta velocidad que utiliza un 40% menos de energía y agua para funcionar.

En Francia, colaboramos desde hace 20 años con el Grand Parc Miribel Jonage (en la foto), situado cerca de nuestra planta de Meyzieu, para ayudar a preservar y restaurar el precioso y biodiverso bosque de ribera que rodea el río Ródano y ofrecer programas de educación ecológica a las familias locales.



Nuestros avances en la reducción del consumo de agua



Objetivo:

Reducir un 20% el uso de agua en nuestras operaciones directas para 2030



Progreso en 2021:

Reducción del 12%

🔍 En el punto de mira: Respetar el agua



Además del trabajo en nuestras fábricas, respetamos el agua mediante proyectos que preservan los entornos acuáticos en torno a nuestras fuentes de agua e imparten educación sobre la conservación del agua. En España, nuestra iniciativa Guardianes del Tajo opera en el embalse de Guajaraz, que abastece a nuestra fábrica de Toledo. El proyecto trabaja para mejorar la calidad del agua, conservar y mejorar la biodiversidad y hacer frente a la escasez de agua aumentando la cantidad de agua que abastece a la ciudad local. También involucra a la sociedad en los temas relacionados con el ecosistema del agua: más de 500 niños de escuelas de Toledo han sido educados sobre el agua y su uso responsable a través del programa MIZUIKU de Suntory. En la realización de Guardianes del Tajo participan numerosos expertos, como representantes de ECODES, la Universidad de Alcalá y la Confederación Hidrográfica del Tajo.



Estoy muy orgullosa de nuestros proyectos hídricos en toda Europa que tienen el objetivo de proteger los ecosistemas acuáticos en torno a las zonas donde todos vivimos y trabajamos. He participado en Guardianes de Júcar, en España, y ha sido un proyecto muy emocionante: no sólo se trata de recuperar la biodiversidad, sino de hacerlo junto a las comunidades locales que más se benefician de los resultados. Nuestra empresa no existiría sin el agua, así que es inspirador poder hacer algo para conmemorarla.”

Paula del Rio Sousa, External Communication Manager, SBF Iberia



En el punto de mira: Menos y mejores materiales





La sostenibilidad de nuestros envases y lo que ocurre con ellos cuando están vacíos es muy importante para nosotros, y sabemos que es algo que a todo el mundo -nuestros clientes, nuestros consumidores y a la sociedad en general- le preocupa profundamente. En términos de envasado, la industria de las bebidas no alcohólicas se ha construido en torno a la comodidad, en primer lugar. Pero ahora hay otras prioridades. Ahora nuestro trabajo es hacer que estas botellas y envases sean lo más sostenibles posible.

Incluso los pequeños cambios en el envase pueden marcar una gran diferencia. Nuestra marca Ribena es una prueba de ello. Ribena lleva más de 10 años utilizando botellas de plástico reciclado. Sin embargo, en los últimos dos años, la sustitución de las pajitas de plástico por otras de papel ha eliminado 16 toneladas de plástico de los cartones. La sustitución de la funda de plástico de la botella por una pequeña etiqueta ha eliminado otras 200 toneladas.




Nuestros avances en materia de envases sostenibles

 **Nuestro objetivo para 2030:**
Envases de plástico 100% sostenibles

 **Objetivo:**
100% de envases reciclables en 2025

 **Progreso en 2021:**
Media del 77% de reciclables

 **Objetivo:**
Un mínimo de 50% de plástico reciclado en nuestras botellas para 2025

 **Progreso en 2021:**
Media del 18% de plástico reciclado

🔍 En el punto de mira: Menos y mejores materiales

La reinención completa de nuestros envases es una de las mayores inversiones que ha hecho nuestra empresa, y una de las más importantes.

En septiembre de 2019 anunciamos nuestro objetivo de ser la primera empresa mundial de bebidas en utilizar envases 100% sostenibles para 2030. ¿Qué entendemos por envase sostenible? Nos referimos a la utilización de materiales de origen vegetal, plástico reciclado o plástico que no se fabrica con combustibles fósiles, todos los cuales tienen una huella de carbono drásticamente menor. El plástico es un recurso muy preciado, así que queremos recoger y reciclar todo lo que podamos para crear nuevas botellas. Si se repite este proceso, se obtiene la verdadera economía circular por la que estamos trabajando. Sin embargo, comprometerse a utilizar rPET – plástico reciclado – no es suficiente. Las tecnologías de reciclaje actuales hacen que el producto final del reciclaje no sea lo suficientemente puro como para ser utilizado para fabricar una botella completamente nueva. Queremos formar parte de la creación de una solución mejor. En 2019 invertimos en Carbios, una empresa francesa pionera en el desarrollo de una tecnología de reciclaje “enzimática” que descompone completamente el plástico durante el proceso de reciclaje, lo que permite reciclarlo infinitamente para convertirlo en aquello de lo que procede: nuestras botellas. Es un verdadero cambio de juego para la economía circular.

En 2021 presentamos la primera botella del mundo fabricada con plástico 100% reciclado enzimáticamente: la botella de Orangina más bonita que jamás hayamos creado.

Al mismo tiempo, mostramos el prototipo de nuestra nueva botella 100% vegetal, hecha de astillas de madera y melaza. Y estamos avanzando rápidamente hacia nuestro objetivo de hacer que toda nuestra cartera sea completamente reciclable en 2025.



El problema global de los residuos de plástico requiere un pensamiento transformador, asociaciones creativas y marcas innovadoras que se unan para buscar nuevas soluciones. La inversión continua en nuevas formas de abordar los residuos y crear una verdadera circularidad, como esta tecnología innovadora de Carbios, será clave para que alcancemos nuestra ambición de un plástico 100% sostenible.”

Alistair Sayers, Packaging Director





Nuestra sociedad

- 22 Nuestra sociedad: Introducción
- 23 En el punto de mira:
Empoderando a las comunidades

Nuestra sociedad

El fundador de Suntory, Shinjiro Torii, fundó la compañía en 1899 basándose en la creencia de devolver algo a la sociedad. Es una creencia que continúa en SBF hoy en día, no sólo a través de nuestras donaciones benéficas, sino también a través de las asociaciones y programas que creamos y el papel que nuestras marcas desempeñan en la sociedad. El cambio positivo proviene de la construcción de relaciones sólidas que enriquecen las vidas y crean un impacto duradero. Por lo tanto, nos centramos en colaboraciones con propósito con socios que son relevantes y auténticos en sus mercados.



Es estupendo trabajar en una empresa que crea oportunidades para que sus empleados devuelvan algo a la comunidad. Me encanta formar parte del proyecto 'Lazos telefónicos' con la organización benéfica Adopta un Abuelo. Una vez a la semana hablo con la persona mayor con la que he sido asociada y ahora espero con impaciencia nuestras conversaciones. Este programa me ha ayudado a crecer como persona y es maravilloso ver cómo un poco de mi tiempo puede marcar una gran diferencia en la vida de alguien."

Maria Luisa López García, Portfolio and Programme Manager, SBF Iberia

Nuestra ambición:

- Llevamos a cabo programas comunitarios de gran impacto para **eliminar los obstáculos a la educación de los jóvenes**. En Francia trabajamos con organizaciones benéficas para reducir las tasas de abandono escolar. En el Reino Unido, nuestra marca Lucozade lleva años trabajando para empoderar a los jóvenes, más recientemente a través de una asociación con Apprentice Nation.
- Animar a nuestros empleados a que se tomen un **día "Growing for Good"** cada año para realizar un voluntariado en su comunidad local. En España, nuestro voluntariado se centra en nuestros proyectos de agua y en la conexión intergeneracional, así como en el apoyo a la Cruz Roja en caso de emergencia, como la erupción del volcán en La Palma.
- La **lucha contra la exclusión social y la pobreza en los mercados en los que operamos**, por ejemplo, a través de nuestra asociación con Secours Populaire Français.
- A través de nuestra actividad en Francia, **apoyamos a organizaciones benéficas medioambientales de todo el mundo** que ayudan a las comunidades locales a proteger su medio ambiente y fomentar el desarrollo sostenible.
- **Apoyo a los bancos de alimentos** de los Países Bajos, Bélgica, Polonia, Ghana y Trinidad, tanto desde el punto de vista financiero como con donaciones de productos.
- Continuando con parte del trabajo que realizamos durante la pandemia para entregar productos excedentes a los necesitados. **Durante la Covid-19, entregamos más de 2 millones de bebidas** a los trabajadores sanitarios de primera línea, además de donar EPIs y recoger generosas donaciones de nuestros empleados.



En el punto de mira: Empoderar a las comunidades

Liberar el potencial en el Reino Unido

Desde 2018, nuestro negocio en el Reino Unido, y en particular nuestra marca Lucozade, se ha centrado en ayudar a los jóvenes a alcanzar su potencial. Creemos que, aunque el potencial es universal, la oportunidad no lo es. Los sucesivos programas de SBFE en el Reino Unido se han propuesto formar parte de ese cambio.

En 2018 lanzamos B Active, un programa de tres años que utilizó el poder del deporte y el ejercicio para forjar trayectorias profesionales y tener un impacto positivo en la vida de los jóvenes de 16 a 24 años que viven en las comunidades que más lo necesitan. El programa obtuvo resultados estupendos, ayudando a más de 10.000 jóvenes a desarrollar sus habilidades, incluyendo casi 2.500 que salieron del programa con una cualificación profesional reconocida.


El éxito del programa y su evaluación independiente por parte de la Universidad Leeds Beckett forjaron una nueva idea, e inmediatamente lanzamos un programa de seguimiento. El objetivo de "Coach the Coaches" es aumentar la confianza y mejorar las perspectivas de empleo de los jóvenes de algunas de las zonas más desfavorecidas del Reino Unido a través de tutorías entre iguales sobre deporte.

Al mismo tiempo, Lucozade puso en marcha una asociación emblemática, Unlock Your Potential, con Apprentice Nation, una plataforma pionera que utiliza el poder de la música para ayudar a los jóvenes a adquirir competencias y empleo. La nueva colaboración consiste en ayudar a los jóvenes de entornos desfavorecidos y comunidades subrepresentadas a iniciar sus carreras, liberando el potencial que sabemos que tienen. Lucozade proporcionará mentores a la plataforma Apprentice Nation, organizando eventos y ofreciendo oportunidades de experiencia laboral en SBFE.





🔍 **En el punto de mira:** Empoderar a las comunidades


Entre 2018 y 2021 B Active:

Ayudó a
 **3.699**
 jóvenes a ser voluntarios
 en su comunidad

Ayudó al desarrollo de
 **10.703**
 jóvenes adultos en cinco
 ciudades del Reino Unido

Se ha concedido a
 **2.312**
 jóvenes la acreditación de cualificaciones
 profesionales reconocidas

El
 **94%**
 de los participantes dijo que B
 Active había sido un punto de
 inflexión positivo en sus vidas

El
 **74%**
 pensaba que tenía
 más oportunidades
 profesionales gracias
 a su participación



B Active me ha ayudado a crecer y a alcanzar logros y me ha dado la oportunidad de completar el nivel 2 de Líderes Deportivos, que ha desarrollado mis habilidades de empleabilidad y me ha inspirado a seguir una carrera en el deporte. También me ha mantenido disciplinada, me ha dado un propósito y me ha proporcionado un enfoque alejado del comportamiento negativo.”

Ellie O'Brien, B Active Manchester





Nosotros mismos

26 Nosotros mismos: Introducción
27 En el punto de mira:
Diversa, inclusiva y flexible

Nosotros mismos

La creación de un impacto social positivo comienza con nuestra actividad principal y con los Suntorianos que conforman nuestro talentoso equipo. Esto significa construir una cultura y un lugar de trabajo que apoye, incluya y desarrolle a nuestros empleados, creando una atmósfera en la que todos puedan prosperar. Y nos referimos a todos. Estamos al principio de nuestro viaje de diversidad, equidad e inclusión (DE&I), pero estamos dando pasos concretos y significativos para progresar.

El bienestar y la seguridad de nuestro equipo es una de nuestras responsabilidades más importantes. Pero también somos responsables del bienestar de las personas que trabajan en nuestra cadena de suministro, proporcionando los ingredientes y materiales que hacen que nuestro negocio funcione. Nos esforzamos por llevar a cabo un negocio bueno y ético en nuestra compañía y en cada etapa de nuestra cadena de valor.



Animamos a todo el mundo a dar lo mejor de sí mismo en el trabajo, y estamos ahí en todo momento para apoyarlo y facilitararlo. Damos prioridad a la salud y el bienestar de todos nuestros empleados, desde los programas de bienestar activo y físico hasta el apoyo a la salud mental.”

Catarina Bijlard, Directora de Recursos Humanos de Suntory Beverage & Food Europe

En 2020 lanzamos una nueva plataforma de aprendizaje digital para asegurarnos de que los Suntorianos puedan seguir ampliando sus conocimientos. MySu es una plataforma online que ofrece más de 60.000 cursos y recursos sobre temas tan variados como la sostenibilidad, la visualización de datos, la creación de resiliencia o cómo dirigir reuniones virtuales. Los cursos, verdaderamente inclusivos, están disponibles en seis idiomas

Nuestra ambición:

- Trabajamos en colaboración con nuestros empleados a través de **nuestro grupo de trabajo de desarrollo e innovación para crear y poner en marcha nuestra estrategia de progreso e innovación en todo SBFE**, dirigida por nuestro director general, con acciones significativas que ya se están llevando a cabo en toda la empresa.
- **Defendemos el trabajo flexible**, siempre que sea práctico, dando a nuestros empleados el poder de decidir cómo trabajar y colaborar con otros. Esta nueva política para todo SBFE se ha creado a partir de lo que nuestros empleados nos han dicho que es importante para ellos en el mundo post-pandémico.
- Apoyamos y fomentamos el **talento y el desarrollo profesional de nuestros empleados** a través de la formación interna, incluyendo el desarrollo de habilidades específicas para cada función y los programas de promoción de la gestión. Todos nuestros empleados están inscritos en **MySu**, nuestra Universidad Suntory que ofrece oportunidades de formación para cada área y nivel del negocio.
- Fomentamos que nuestros empleados pasen **un día a la semana “en el Gemba”**, saliendo de la oficina para pasar tiempo con nuestros clientes, socios y las comunidades en las que trabajamos.
- Aumentamos la **transparencia en toda nuestra cadena de suministro a través de nuestra asociación con SEDEX**, y garantizamos que se mantengan altos niveles de condiciones de trabajo, salario y bienestar en todos los puntos.
- Buscamos resultados **medioambientales y sociales positivos en nuestra cadena de valor**, apoyando a los proveedores y socios para que pongan en marcha sus propias estrategias y acciones de sostenibilidad.
- Garantizamos **un alto nivel de salud y seguridad** en todos nuestros centros de producción.
- **Operamos nuestro negocio de forma ética**, dando prioridad a la formación en materia de cumplimiento para cada empleado en todas las áreas relevantes para su función.



En el punto de mira: Diverso, inclusivo y flexible

Sólo podemos alcanzar nuestra visión de “Growing for Good” si tenemos un lugar de trabajo diverso y equitativo, y una cultura de trabajo inclusiva en la que todos puedan aportar su auténtico yo al trabajo.

¿Por qué? Hay muchas razones. Un lugar de trabajo más diverso, equitativo e inclusivo nos hará estar mejor conectados, más fuertes y más felices como comunidad. Mejorará el trabajo que hacemos, los conocimientos que identificamos y la creatividad de la que somos capaces. Beneficiará a nuestros empleados, nuestro negocio y nuestra marca. Y esperamos que forme parte de la garantía de un mundo más equitativo e inclusivo.


En 2019, bajo la dirección de nuestro director general, iniciamos nuestro camino para formalizar un enfoque de DE&I en SBFE. Esto condujo, en 2020, a la creación de un grupo de trabajo de DE&I, abierto a todos y compuesto por más de 70 personas de todos nuestros mercados y de todas las procedencias. Este grupo compartió sus experiencias, su visión y su comprensión tanto de los temas que están en el centro de la DE&I como de nuestro día a día. Trabajando en colaboración con este grupo y con expertos externos en DE&I, lanzamos nuestra estrategia de DE&I de SBFE en 2021.


Es alentador ver la respuesta positiva que hemos recibido del grupo de trabajo y de la empresa en general. Sin embargo, todavía estamos en las etapas iniciales de nuestro trabajo en materia de desarrollo e innovación. Para seguir avanzando, nos comprometemos a escuchar, actuar y colaborar con otros para crear una experiencia más inclusiva y unos resultados más justos para todos los asociados a nuestra empresa.





🔍 **En el punto de mira:** Diverso, inclusivo y flexible


Nuestras acciones de DE&I hasta este momento han incluido:

 Organizar un ejercicio de escucha para conocer las experiencias de nuestros empleados y reflejarlas en el desarrollo de nuestra estrategia


 Actualización de algunas de nuestras políticas clave para los empleados con una perspectiva de DE&I en el Reino Unido


 Creación de un grupo de trabajo de DE&I de libre acceso en toda la empresa

 Lanzamiento de comunicaciones periódicas para toda la empresa sobre DE&I, incluidas las editadas por expertos internos en la materia

 Desarrollar un módulo de formación en materia de DE&I para toda la empresa, que se lanzará a finales de este año

 Desarrollar una misión y una visión de DE&I

 Dirigir la formación en DE&I con nuestro Excom de SBFE, y con nuestro equipo de contratación

 Lanzamiento de nuestra estrategia de DE&I de SBFE



Formar parte del Grupo de Trabajo de Diversidad e Inclusión de la SBFE ha sido una experiencia muy positiva. Durante los dos últimos años, nuestras voces han sido escuchadas y hemos podido contribuir a la acción que SBFE está llevando a cabo en materia de diversidad, equidad e inclusión. Ninguno de nosotros tiene todas las respuestas, pero juntos estamos haciendo todo lo posible para tener un impacto positivo en las vidas de nuestros compañeros y de las comunidades en general.”

Laia Gomez Valle, R&D Portfolio Manager and DE&I Taskforce member



🔍 **En el punto de mira:** Diverso, inclusivo y flexible

El compromiso DE&I en Suntory Beverage & Food Europe

¿Qué?

DE&I tiene que ver con la composición de nuestra plantilla y cadena de suministro, la experiencia de las personas dentro de nuestra organización y la forma en que nuestras marcas operan en la sociedad, innovan y se comunican. Inspirados por los atributos de nuestros fundadores, nuestra misión es crear una empresa en la que todo el mundo sea bienvenido, reciba un trato justo, forme parte de nuestra comunidad y reciba apoyo para prosperar.

¿Por qué?

Llevar a cabo nuestra misión DE&I nos hará estar mejor conectados, más fuertes y más felices como comunidad, y beneficiará a nuestros empleados, nuestro negocio y nuestras marcas. También esperamos que suponga un paso hacia la creación de un mundo más equitativo e inclusivo.

¿Cómo?

Con humilde determinación, trabajaremos para crear una organización más diversa, equitativa e inclusiva: es un compromiso que asumimos con nuestros empleados y socios, a largo plazo. Seremos auténticos, escucharemos, actuaremos, reincidiremos y colaboraremos con otros para crear una experiencia más inclusiva y unos resultados más justos para todas las partes interesadas de nuestra empresa. Nuestra actuación incluirá la impartición de formación, la actualización de nuestras políticas y la provisión de espacio y apoyo a nuestros empleados para que contribuyan a nuestra agenda compartida. También dejaremos claras nuestras expectativas y nuestros compromisos como organización para que todos podamos avanzar juntos.



**Mirando
al futuro**

Este primer informe pretende reunir en un solo lugar algunas de las acciones y compromisos más cruciales en materia de sostenibilidad que hemos venido realizando en los últimos cinco años en SBFE. Es el primer documento público que formaliza nuestra estrategia de sostenibilidad y ofrece una actualización de nuestros progresos. Pero aún queda mucho por hacer.

En primer lugar, habrá mucha más acción, basada en los pasos que hemos dado para llegar a este punto. Tenemos objetivos audaces en todas las áreas clave de nuestra estrategia de sostenibilidad, y nos comprometemos a cumplirlos. Todos nuestros mercados están haciendo progresos significativos, y nuestro increíble equipo de SBFE está inmerso en seguir demostrando cómo "Growing for Good" es un modelo de negocio líder en la industria para un crecimiento rentable y sostenible.

En segundo lugar, vamos a ir mucho más allá en la presentación de informes y la transparencia. En 2023 publicaremos nuestro primer informe de sostenibilidad completo, que incluirá información detallada sobre todos los aspectos importantes de la sostenibilidad. Este informe proporcionará una referencia para nuestro progreso y nos hará rendir cuentas sobre el cumplimiento de nuestros compromisos y objetivos. El proceso de recopilación de datos para este informe ya ha comenzado, y estamos deseando compartirlo con todos vosotros el año que viene.

Por último, ampliaremos los límites para ir aún más lejos en nuestros compromisos. Por ejemplo, hemos reforzado varios objetivos de sostenibilidad para hacerlos aún más ambiciosos, como aumentar nuestro objetivo de reducción de agua del 15% al 20% y hacer más ambiciosos nuestros objetivos de GEI en línea con el ajuste del objetivo del IPCC a 1,5 grados. Seguiremos buscando nuevas soluciones, como hicimos con nuestra inversión en el plástico sostenible de Carbios, y aprovecharemos las oportunidades sostenibles siempre que podamos. Es la forma de "Growing for Good"; la forma en que hacemos negocios en SBFE.

Si quieres saber más sobre lo que hacemos para impulsar el cambio sostenible y seguir nuestros progresos y planes futuros, visita <https://www.suntorybeverageandfood-europe.com/es-ES/spain>

Las cifras en un vistazo

Nuestras bebidas

Reducción de azúcar

Objetivo	Progreso
Reducir la cantidad de azúcar añadido en nuestras bebidas en un 35% para 2025	23% de reducción

Nuestros recursos

Emisiones de GEI

Objetivo	Progreso
Reducir la cantidad de emisiones de Alcance 1 y Alcance 2 en un 50% para 2030	22% de reducción
Reducir la cantidad de emisiones de alcance 3 en un 30% para 2030	16% de reducción

Uso del agua

Objetivo	Progreso
Reducir la cantidad de agua utilizada en nuestras operaciones directas en un 20% en 2030	Reducción del 12%.

Plástico y embalaje

Objetivo	Progreso
Envases de plástico 100% sostenibles para 2030	
Envases 100% reciclables para 2025	Promedio 77% reciclable
Un mínimo de 50% de plástico reciclado en nuestras botellas para 2025	Media del 18% de plástico reciclado

SUNTORY
BEVERAGE & FOOD EUROPE

