



**Jornada de sustentabilidade e responsabilidade social**

## **A Heineken® na 16.<sup>a</sup> edição do NOS Alive**



- *Número de copos recolhidos na 16.<sup>a</sup> edição do NOS Alive aumentou 23% em relação à edição anterior;*
- *No bar central de Heineken® foram servidas a totalidade das cervejas com recurso ao equivalente da energia produzida pelos painéis solares instalados no recinto;*
- *A energia produzida (1685 kWh)<sup>1</sup> pelos painéis instalados permitiu que 36%<sup>2</sup> das cervejas de pressão servidas durante os 3 dias de festival fosse realizado com o equivalente da energia solar produzida.*

**Lisboa, 24 de julho de 2024.** A Heineken® tem como propósito criar a alegria da verdadeira união para inspirar um mundo melhor. Além de ter o poder de juntar as pessoas e de proporcionar momentos inesquecíveis, acrescenta valor à experiência vivida pelos seus consumidores e pelos fãs da marca. No NOS Alive, e enquanto cerveja oficial do

[1] Informação com base em cálculos validados pela EDP Comercial.

[2] A ligeira redução da potência instalada e dos dias de produção, na edição de 2024, explicam a variação face ao ano anterior.



evento, voltou a reafirmar o seu empenho em contribuir para um impacto positivo da sua atividade.

Depois de em 2023 ter sido considerada a marca mais associada a ações de sustentabilidade no festival, de acordo com o relatório *Brand Sponsor da Scopen*, a Heineken® assumiu novamente um papel ativo e renovou as suas ambições para a edição deste ano.

Em parceria com a organização do NOS Alive, o apelo à devolução dos copos reutilizáveis e o trabalho fundamental dos voluntários no local, resultou, nesta 16.ª edição do festival, na angariação de 34 467 copos, mais 23% do que em 2023. Estes serão agora convertidos em valor de donativo, a reverter a favor das causas sociais e ambientais da Brigada do Mar, Casa do Artista e a Cerci Oeiras. Por se tratar de copos reutilizáveis, depois de higienizados, os copos devolvidos voltarão a estar presentes em outros eventos da marca, cumprindo assim o propósito de reutilização.

Também este ano, a parceria com a EDP volta a dar frutos no uso de energia renovável, numa combinação entre painéis solares e bateria para o armazenamento do excedente de energia produzida durante o dia, destinada ao consumo nas horas sem incidência solar. Os 104 painéis solares instalados em bares Heineken®, no bar central e no stand Heineken® produziram aproximadamente 1685 kWh<sup>1</sup> de energia.

No bar central de Heineken®, especificamente, foi possível servir a totalidade das cervejas com recurso ao equivalente da energia produzida pelos painéis solares instalados no recinto. Nos três dias do festival, na totalidade dos bares e espaços da marca, foi possível servir 36% das cervejas<sup>2</sup> de pressão com base em energia solar.

“Nesta edição conseguimos voltar a assegurar um volume muito significativo de produção de energia com origem renovável. Mesmo sabendo que as nossas ambições são exigentes, a transição para fontes de energia renovável para reduzir a nossa pegada de carbono é uma opção que cumprimos neste festival e que já estendemos a outros”, refere Filipa Magalhães, responsável de marketing da marca Heineken em Portugal.

A marca Heineken continuará a implementar ações nos três pilares fundamentais do seu programa de sustentabilidade: ambiental, social e responsável, reforçando a sua ambição

[1] Informação com base em cálculos validados pela EDP Comercial.

[2] A ligeira redução da potência instalada e dos dias de produção, na edição de 2024, explicam a variação face ao ano anterior.



em 'Produzir um Mundo Melhor' (*Brew a Better World*), com emissões zero, mais saudável, inclusivo e equitativo.

**Pode fazer download de um vídeo ilustrativo da presença de Heineken no NOS Alive [aqui](#).**

**Saiba mais em:**

<https://www.heineken.com/pt/pt/sustentabilidade>

<https://www.theheinekencompany.com/sustainability-and-responsibility>

Para mais informações por favor contactar:

**M Public Relations**

Hugo Alegre | 913 873 203 | [halegre@mpublicrelations.pt](mailto:halegre@mpublicrelations.pt)

Sílvia Abreu | 912 329 570 | [sabreu@mpublicrelations.pt](mailto:sabreu@mpublicrelations.pt)

**Sobre Heineken®:**

Em 1873, um jovem empresário chamado Gerard Heineken descobriu a paixão pelo fabrico de cerveja. Comprou então um terreno na região que é hoje o centro de Amesterdão, construiu uma cervejeira e dedicou-se a aperfeiçoar a receita que em breve se tornaria a primeira cerveja lager "premium" da Holanda. A notícia rapidamente se espalhou, e o nome Heineken®, estampado em cada garrafa, tornou-se um símbolo nacional de qualidade. No coração do sucesso da Heineken® estão ingredientes puros e naturais: malte de cevada, água, lúpulo e um pequeno, mas significativo elemento, chamado levedura A. A levedura A, exclusiva da Heineken®, é responsável pelo sabor rico e equilibrado, bem como pelas subtis notas frutadas que têm distinguido cada Heineken® desde o século XIX. Heineken® é a marca de cerveja premium mais internacional do mundo, vendida em mais de 170 países.

[1] Informação com base em cálculos validados pela EDP Comercial.

[2] A ligeira redução da potência instalada e dos dias de produção, na edição de 2024, explicam a variação face ao ano anterior.