

Presença da Heineken no NOS Alive resulta em redução de mais de 280 toneladas de emissões de CO2

21 de Julho, 2022

Na 14.ª edição do NOS Alive, a Heineken® reforçou o seu compromisso com as ambições definidas no seu programa de sustentabilidade – “Brew a Better World” –, sendo disso exemplo os 36 painéis fotovoltaicos instalados, desde 24 de junho, no bar central do recinto.

Esta iniciativa, desenvolvida em parceria com a EDP Comercial, permitiu uma “produção de energia solar de 1085kw/h”, o equivalente à energia necessária para servir “51% das cervejas de pressão tiradas no Green Bar da Heineken durante os quatro dias de festival”. Foi ainda possível “reduzir, em cerca de 287 toneladas, as emissões de CO2”, refere a marca.

Os copos usados nesta edição do festival voltaram a ser reutilizáveis e solidários. A Heineken®, em parceria com a organização do NOS Alive, promoveu uma ação de devolução de copos a favor de causas sociais e ambientais que permitiu recolher cerca de vinte mil copos, convertidos em donativo para a Associações Casa do Artista, Mansarda e Brigada do Mar.

Adicionalmente, a Heineken® promoveu algumas ativações centradas na mais recente inovação da marca – Heineken Silver. No dia 8 de julho, foi promovida uma iniciativa de sampling exclusivamente digital, inspirada na campanha de lançamento de Heineken Silver. Os consumidores que partilhassem um conteúdo do regresso ao NOS Alive com Heineken nas suas redes sociais recebiam um QRcode com a oferta de uma Heineken® Silver nos bares do recinto.