

## Mattoni 1873 v roce 2020 prokázala svou odolnost

Praha, 8. března 2021

**Mattoni 1873, lídr středoevropského trhu s nealkoholickými nápoji, udržel svou výkonnost i ve výjimečném roce 2020. Prodeje skupiny se snížily jen o 2,7 % na 15 mld. Kč a EBITDA vzrostla o 12,2 %. Protipandemická omezení nezabránila skupině dále usilovat o dlouhodobou udržitelnost podnikání a snížení dopadu na životní prostředí.**

Středoevropská skupina se sídlem v ČR loni vyrobila více než 1,6 miliardy lahví. Objem výroby se tak ve srovnání s rokem 2019 i přes nepříznivou situaci snížil pouze mírně. Solidního výsledku skupina dosáhla díky pohotové reorganizaci práce a četným inovacím.

*„Loňský nebývalý rok prokázal sílu a flexibilitu naší firmy. Ukázal, že se nebojíme dělat nové věci a pracovat s menšími zdroji. Velice rychle jsme se vypořádali s množstvím technologických i organizačních změn spojených s prací z domova i se zachováním fungování našich závodů, logistiky a prodejních týmů, které z domova pracovat nemohly. Naši zaměstnanci pracovali tvrdě, měli odvahu a neztráceli naději. Za to jsem jim vděčný a jsem na ně hrdý,“ říká **Alessandro Pasquale, generální ředitel Mattoni 1873.***

V roce **2020** se skupina Mattoni 1873 věnovala třem klíčovým oblastem:

**1. konsolidaci skupiny po dvou hektických letech,** kdy finalizovala akvizici PepsiCo v Česku, na Slovensku a v Maďarsku, a také získala lídra srbského nápojového trhu, firmu Knjaz Miloš. Skupina nyní operuje v osmi evropských zemích, kde zaměstnává na 3 200 zaměstnanců.

**2. řešení situace kolem pandemie Covid-19.** Prioritou Mattoni 1873 bylo postarat se o bezpečnost i zdraví zaměstnanců, zajistit plynulou výrobu a zásobování trhu výrobky firmy, a také pomoci oblastem čelícím dopadu pandemie. Společnost napříč republikou darovala nápoje zdravotníkům v nemocnicích, záchranářům, policistům, hasičům či domovům seniorů. Mattoni 1873 se také zapojila do projektu „Zachraň hospodu“ a s RESTU a MAKRO rozjela program podporující gastronomické služby. Na podzim pak realizovala kampaň „Rozbalte to“ motivující lidi k nákupu jídla z restaurace v krabíčce. Této kampani přenechala Mattoni 1873 veškerý koupený mediální prostor za několik milionů korun.

Byznys Mattoni 1873 byl loni zasažen především omezeními v segmentu hotelů, restaurací a kaváren, což nebylo úplně možné dohnat v maloobchodě. Mattoni 1873 ale vyvinula množství inovací. V extrémně krátkém čase tři měsíců během prvního lockdownu spustila vlastní e-shop, vymýšlela nové způsoby, jak podpořit zákazníky, jak dělat více s menším rozpočtem. Díky tomu se podařilo tento výpadek minimalizovat.

**3. udržitelnosti podnikání.** „Udržitelné podnikání je pro Mattoni 1873 zásadní. Klíčem je přijetí principů cirkulární ekonomiky, o které usilujeme ve všech zemích, kde působíme, i na evropské úrovni. Aktivně prosazujeme zavedení plošného zálohového systému v Maďarsku a Srbsku. Na Slovensku jsme již v procesu zavádění plošných záloh. V rámci členství v Natural Mineral Waters Europe (evropské asociaci výrobců minerálních vod) usilujeme o plnou cirkularitu celého evropského nápojového odvětví.“ uvádí **Alessandro Pasquale**.

Strategie trvalé udržitelnosti podnikání Mattoni 1873 je komplexní a vedle přepravy výrobků po železnici a péče o prameny i zdroje zahrnuje také zaměření na principy cirkulární ekonomiky. To vede od snižování množství materiálu pro výrobu PET lahví až k úsilí o zavedení zálohového systému a o důslednou recyklaci z lahve do lahve.

Prvním nezbytným krokem k recyklaci použitých PET lahví zpět do nových lahví je snížení počtu barev PET lahví. V tom jde Mattoni 1873 příkladem a postupně sjednocuje barvy u svých značek – nejprve u Mattoni, v roce 2020 pak u Hanácké kyselky a Dobré vody, v roce 2021 je na řadě Poděbradka. Menší počet barev by přinesl zásadní výhodu, pokud by se podařilo, i díky zavedení záloh, nastartovat recyklaci „z lahve do lahve“.

O zavedení plošného zálohového systému v ČR usiluje Mattoni 1873 jako jeden ze zakladatelů iniciativy Zálohujme.cz. Díky práci iniciativy pokročily diskuze do seriózní roviny na oficiálních platformách. Podpora veřejnosti se dlouhodobě pohybuje kolem 80 % a přes 22 tisíc lidí již podepsalo petici Zálohujme. Konstruktivní diskuze o možnostech a případné podobě zálohového systému probíhá i mezi výrobci a tématem se začala seriózně zabývat i řada zákonodárců. Podpora ministerstva životního prostředí ČR bohužel stále chybí.

I to byl jeden z důvodů, proč Mattoni 1873 v lednu 2020 spustila pilotní projekt zálohovaných PET lahví minerální vody Mattoni, které jsou vyrobené z 80% recyklovaného PETu, prodávají se exkluzivně v online obchodu Košík.cz a váže se na ně záloha 3 Kč. V říjnu 2020 pak opět s Košík.cz začal podobný projekt minerální vody Mattoni v zálohované plechovce. Oba projekty mají prokázat, že o vratné zálohy na nápojové PET lahve a plechovky je mezi spotřebiteli skutečně zájem.

### **Hlavní záměry Mattoni 1873 v roce 2021**

„V roce 2021 se soustředíme se na dvě priority – růst a udržitelnost. Chceme růst díky silným inovacím a rozvíjet naše portfolio napříč zeměmi. V rámci našeho směřování k uhlíkové neutralitě budeme i nadále usilovat o uzavření cirkulární smyčky našich obalových materiálů, tedy především o zavedení plošného zálohového systému na PET lahve a plechovky v Česku a dalších zemích. Intenzivně se budeme připravovat na zálohování našich PET lahví a plechovek na Slovensku, které systém spustí od ledna 2022 a přiblíží se tak plné cirkularitě nápojových obalů,“ uzavírá **Alessandro Pasquale**.

### **O Mattoni 1873**

Mattoni 1873, skupina kolem mateřské společnosti Mattoni 1873 a. s. (do 31. 1. 2020 Karlovarské minerální vody, a.s.) je největším distributorem nealkoholických nápojů ve střední Evropě. Ambicí skupiny je přinášet díky skvělým značkám a úspěšné tradici lidem do života osvěžení, nyní i v budoucnu.

Kořeny skupiny sahají do roku 1873, ke karlovarskému rodákovi Heinrichu Mattonimu. Novodobé kapitoly se začaly psát v 90. letech díky výrazným investicím nových majitelů, italské rodiny Pasquale.

V ČR vyrábí skupina vedle tradiční minerální vody Mattoni také pramenitou vodu Aquila a minerální vody Magnesia, Poděbradka, Dobrá voda a Hanácká Kyselka; dále značky nealkoholických nápojů Pepsi, Mirinda, 7UP, Schweppes, Gatorade, Mountain Dew, a další. Distribuuje také snacky značky Lay's.

Své produkty v současné době Mattoni 1873 vyváží do téměř 20 zemí světa a jako mateřská společnost vlastní zahraniční značky minerálních vod v Rakousku, Maďarsku a Srbsku. V Bulharsku, Slovensku a Maďarsku je Mattoni 1873 výhradním výrobcem a distributorem nealkoholických nápojů značek firmy PepsiCo. Ve všech zemích, kde skupina operuje, zaměstnává na 3 200 zaměstnanců.

Mattoni 1873 se významně podílí na kulturním, sportovním a společenském životě. Podporuje také projekty spojené s ochranou přírody a otázkou ekologie. Mattoni 1873 je členem Asociace společenské odpovědnosti (A-CSR), největší iniciativy společenské odpovědnosti (CSR) a Cílů udržitelného rozvoje (SDGs) od OSN v Česku. Také je zakladatelem iniciativy Zálohujme.cz, která usiluje o dlouhodobou udržitelnost nápojového odvětví prostřednictvím lokální recyklace PET lahví a plechovek. Další zajímavé informace o společnosti naleznete na Twitteru @Mattoni1873, Facebooku @Mattoni1873 a LinkedIn.

## **Kontakt pro média**

Andrea Brožová, PR manažer

Mattoni 1873

Telefon: 721 150 737

E-mail: [andrea.brozova@mattoni.cz](mailto:andrea.brozova@mattoni.cz)