



ESG-ОТЧЕТ 2022

ОКРУЖАЮЩАЯ СРЕДА
СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ
КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ

#НАШ РЕЦЕПТ БУДУЩЕГО
Аливария, Carlsberg Group

СОДЕРЖАНИЕ

ESG-отчет компании «Аливария» за 2022 год

Данный отчет освещает деятельность компании «Аливария», часть Carlsberg Group, по вопросам окружающей среды, социальной ответственности и корпоративного управления в период с 1 января по 31 декабря 2022 года.

Отчет рассказывает о прогрессе, достигнутом с 2015 года в ходе реализации программы «Цель 4НОЛЯ: вместе для будущего», и представляет новую ESG-программу «Вместе к устойчивому будущему», презентуя её долгосрочные цели на 2030 и 2040 годы.

ВВЕДЕНИЕ

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО
РУКОВОДСТВА КОМПАНИИ 3

ВМЕСТЕ К УСТОЙЧИВОМУ БУДУЩЕМУ 6

НАШИ ЦЕЛИ

НОЛЬ
УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА 10

НОЛЬ
ФЕРМЕРСКОГО СЛЕДА 15

НОЛЬ
ОТХОДОВ УПАКОВКИ 18

НОЛЬ
ПОТЕРИ ВОДЫ 21

НОЛЬ
БЕЗОТВЕТСТВЕННОГО
ПОТРЕБЛЕНИЯ 24

НОЛЬ
НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ 28

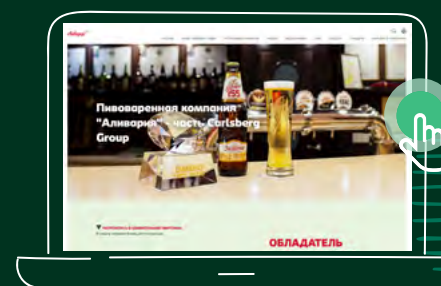
ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС 31

УЗНАТЬ БОЛЬШЕ

ESG-отчет Carlsberg Group

Отчет содержит подробную информацию о прогрессе Группы Carlsberg по вопросам окружающей среды, социальной ответственности и корпоративного управления



Корпоративный сайт пивоваренной компании «Аливария»

На сайте размещена информация об ESG-программе компании, ключевых целях и самых важных проектах «Аливарии»

Компания «Аливария» в социальных сетях:



ПИСЬМО ПРЕЗИДЕНТА КОМПАНИИ



В Carlsberg мы варим пиво для лучшего сегодня и завтра.

«ЦЕЛЬ 4НОЛЯ: Вместе для будущего» — программа, которая предусматривает достижение амбициозных целей по четырем направлениям — НОЛЬ углеродного следа, НОЛЬ потери воды, НОЛЬ безответственного потребления и НОЛЬ несчастных случаев.

На протяжении последних пяти лет был достигнут значительный прогресс, содействующий разработке стандартов в нашей отрасли и за её пределами. Мы были среди первых трёх компаний в мире, установивших научно-обоснованные цели, соответствующие стратегии по ограничению глобального потепления до 1.5 °С. В настоящий момент более 2000 компаний придерживаются данной цели. Теперь мы движемся дальше, предлагая расширенную программу «Вместе к устойчивому будущему» (TTZAB), которая призвана реализовать все наши наиболее значимые задачи и стимулировать усилия по решению новых глобальных проблем.

Презентованная в этом году программа «Вместе к устойчивому будущему» (TTZAB) опирается на достигнутый на сегодняшний день прогресс и подтверждает нашу готовность содействовать решению глобальных проблем, основанному на принципах Глобального договора ООН, и вносить вклад в достижение Целей устойчивого развития ООН. Данная программа является частью стратегии ПАРУСА`27, направленной на ускорение роста и создание ценности для наших акционеров, сотрудников и общества.

Программа «Вместе к устойчивому будущему» (TTZAB) не только демонстрирует высокий уровень наших амбиций, но и затрагивает более широкий круг значимых вопросов для формирования целостной ESG-программы.

«Вместе к устойчивому будущему» устанавливает новые задачи по поддержке регенеративного и устойчивого сельского хозяйства в рамках цели НОЛЬ фермерского следа, по работе над достижением цели НОЛЬ отходов упаковки, по восполнению водных ресурсов в зонах повышенного риска нехватки воды, а также по увеличению представленности женщин на руководящих должностях в рамках нашей программы по обеспечению многообразия, равенства и инклюзивности.

Программа также усиливает долгосрочные обязательства следовать нашему компасу, соблюдать права человека, подходить ответ-

ственно к выбору поставщиков и взаимодействовать с местным сообществом.

В преддверии 27-й Конференции ООН по климату я присоединился к другим членам Альянса руководителей компаний-лидеров в работе по вопросам климата лидеров с тем, чтобы совместными усилиями правительств и бизнеса работать над решением чрезвычайной климатической ситуации.

Carlsberg стремится внести свой вклад и к 2040 году достичь цели НОЛЬ углеродного следа по всей производственно-сбытовой цепочке, чтобы потребители могли наслаждаться отличным пивом с минимально возможным углеродным следом.

В 2022 году наш бизнес столкнулся с глобальной волатильностью. Серьёзными вызовами для нас стали энергетический кризис и продолжающиеся трудности, связанные с пандемией, в наших цепочках поставок и каналах сбыта в розничной торговле. Несмотря на эти неблагоприятные экономические факторы, Carlsberg реализовал свою стратегию, а наша приверженность устойчивому развитию осталась неизменной, поскольку мы считаем это важным для бизнеса и для общества.

Пятилетняя стратегия ПАРУСА`22 завершилась достойными результатами для нашего бизнеса. В рамках программы «ЦЕЛЬ 4НОЛЯ: Вместе для будущего»

мы перевыполнили поставленные на 2022 год цели по сокращению потребления углерода и использованию воды на пивоваренных заводах Carlsberg, сосредоточившись на эффективности, отказавшись от угля и переведя почти всю электроэнергию на возобновляемые источники.

Тем не менее нам необходимо приложить больше усилий для реализации целей НОЛЬ безответственного потребления и НОЛЬ несчастных случаев. В настоящий момент безалкогольное пиво доступно на 90% наших рынков и мы вводим маркировку ответственного потребления алкоголя на все большем количестве упаковок, однако пандемия и локальные вызовы привели к тому, что число партнерств по ответственному потреблению алкоголя оказалось не таким большим, как ожидалось.

Компании удалось значительно сократить количество несчастных случаев с временной потерей трудоспособности и инцидентов, связанных с «Правилами, сохраняющими жизнь», однако Группа глубоко обеспокоена, что в этом году произошло ДТП, в котором погиб наш сотрудник, и мы намерены продолжать работу по достижению цели НОЛЬ несчастных случаев. Carlsberg опирается на то, чему мы научились и чего достигли в рамках программы «ЦЕЛЬ 4НОЛЯ: Вместе для будущего», чтобы двигаться дальше. Программа «Вместе к устойчивому

будущему» (TTZAB) устанавливает конкретные измеримые цели для достижения осязаемого прогресса в тех областях, где мы можем оказать наибольшее влияние. Эти цели подтолкнули компанию к поиску инновационных решений для глобальных проблем и будут способствовать формированию глубокого чувства гордости за Carlsberg. Воплощение в жизнь этих амбиций потребует концептуальных изменений в нашей отрасли и за ее пределами, поэтому мы должны работать вместе с другими компаниями, чтобы достичь этой цели, и партнерство остается центральным элементом нашего подхода. Мы привлекли коллег, представляющих разный бизнес, к разработке данных целей и стратегии ПАРУСА`27, чтобы усилить вовлеченность, необходимую для ускорения ее реализации.

Заглядывая в будущее я уверен, что программа «Вместе к устойчивому будущему» (TTZAB) достигнет значимых результатов для общества и нашего бизнеса, укрепит кредит доверия к Carlsberg и наше умение варить лучшее пиво сегодня и в будущем, поскольку мы стремимся выполнить нашу цель — варить пиво для лучшего сегодня и завтра.

Кees `т Харт
Президент и исполнительный директор Carlsberg Group

ПИСЬМО ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА КОМПАНИИ «АЛИВАРИЯ»



В реализации наших целей важен вклад каждого члена команды.

Уважаемые коллеги и партнеры! Я рад представить вашему вниманию годовой ESG-отчет компании «Аливария» за 2022 год в области окружающей среды, социальной ответственности и корпоративного управления.

Компания «Аливария» является лидером пивного рынка Беларуси и стремится развивать бизнес в соответствии с принципами устойчивого развития, которые интегрированы во все направления деятельности компании. Реализация этих принципов на практике в ежедневной работе каждым сотрудником является залогом успешной работы компании на белорусском рынке.

«Аливария», как часть Carlsberg Group, с 2015 года реализовывала ESG-программу «ЦЕЛЬ 4НОЛЯ: вместе для будущего» и в данном

отчете мы поделимся результатами программы. Однако мы не только подводим итоги нашей работы, но и строим планы на будущее: с 2023 года «Аливария» внедряет расширенную ESG-программу «Вместе к устойчивому будущему» и устанавливает долгосрочные цели на 2030 и 2040 годы.

В 2022 году на деятельность компании продолжила оказывать влияние пандемия, волатильность в экономике, в течение года нам пришлось не раз реагировать на внешние вызовы и принимать быстрые решения. По итогам года пивоваренная компания «Аливария» усилила позицию лидера и занимает долю рынка пива Беларуси в 32,9% (в объемном выражении). Доля «Аливарии» — бренда № 1 в Беларуси — составила по итогам года 19,6% рынка пива страны.

Возвращаясь к нашим показателям в области устойчивого развития, в 2022 году мы продолжили работу для достижения Цели «4НОЛЯ: вместе для будущего».

Как социально ответственная компания мы реализуем цель «НОЛЬ безответственного потребления» и расширяем линейку безалкогольного пива: в прошедшем году была презентована безалкогольная новинка «Аливария безалкогольное», а объемная доля компании в сегменте

безалкогольного пива составила 77,9%. В сентябре во Всемирный день ответственного потребления «Аливария» обратилась к теме безопасности на воде и пригласила минчан на «сухой пляж», где все желающие могли пройти аквафест, получить тематические призы от бренда, а ещё сделать яркие фото в «сухом бассейне».

Нашей гордостью в деле продвижения пивной культуры является Музей «Аливария»: в 2022 году его посетило 7800 гостей.

В отчетном 2022 году была проделана большая работа по сокращению углеродного следа: количество холодильного оборудования с низким потенциалом глобального потепления было увеличено до 72,8%, число отходов производства, передаваемых для использования в качестве вторсырья, достигло 57%. В летний сезон на фестивалях Vulitsa Ezha «Аливария» провела акцию «Вклад каждого важен» и установила в Ботаническом саду интерактивный автомат для сортировки и переработки тары. За три прошедших пикника удалось собрать около 4500 ПЭТ-бутылок и 2100 жестяных банок. Все отходы были автоматически рассортированы и отправлены на перерабатывающие заводы. В рамках проекта «СЭКОНД-ПЭТ» в 2022 году было собрано более 104 тысячи пластиковых бутылок и алюминиевых банок.

По сравнению с 2015 годом нам удалось снизить удельную эмиссию выбросов CO₂ на 27%. Традиционно на упаковку приходится самый большой процент выбросов, для «Аливарии» это 44% от всех выбросов производственно-сбытовой цепочки. Мы работаем в этом направлении, используя ПЭТ-бутылки с облегченным колпачком и уменьшая вес упаковки, также с прошлого года «Аливария» снизила вес ПЭТ-преформы на некоторых форматах упаковки и применяет теперь более тонкую упаковочную пленку.

Во главе нашей деятельности всегда была и остается безопасность наших сотрудников. В 2022 году в компании не было ни одного несчастного случая и ни одной микротравмы. Благодаря усилиям команды рейтинг соответствия критически важным стандартам охраны труда Carlsberg Group составил 99,5%. В 2023 году мы продолжим работу, придерживаясь принципа «нет такой работы, которую нельзя было бы выполнить безопасно!».

Качество и безопасность нашей продукции совершенствуются с каждым годом. Компания ежегодно проходит многочисленные аудиты по интегрированной системе менеджмента (ИСМ) и системе менеджмента безопасной пищевой продукции (FSSC). Результатами аудитов в 2022 году стало подтверждение соответствия

ИСМ и FSSC требованиям международных стандартов. «Аливария» уделяет большое внимание личностному и профессиональному росту сотрудников. В 2022 году было организовано 161 образовательное мероприятие: 118 внешних, 41 внутреннее, 2 внутригрупповых. 602 работника прошли обучение.

Пивоваренная компания «Аливария» вносит существенный вклад в экономику страны, обеспечивая напрямую рабочими местами более 860 сотрудников и способствуя созданию дополнительных рабочих мест в смежных отраслях: сельском хозяйстве, складской и транспортной логистике, производстве упаковки, торговле и сфере гостеприимства. В 2022 году был запущен 10-й юбилейный сезон проекта «Жагда роста» и 430 молодых талантов подали заявки для участия в стажировке.

С 2023 году «Аливария» продолжит развитие в рамках ESG-программы «Вместе к устойчивому будущему», следуя нашим долгосрочным приоритетам.

Илья Крапивин,
Генеральный директор
ОАО «Пивоваренная компания Аливария»

БИЗНЕС ГРУППЫ

Carlsberg Group — одна из крупнейших международных пивоваренных групп в мире.

Компания работает на рынках трех регионов — Западной Европы, Центральной и Восточной Европы и Азии, а также присутствует за пределами этих регионов благодаря экспортным и лицензионным соглашениям.

Пивной портфель Carlsberg Group

включает в себя международные и локальные премиальные бренды, сильные локальные бренды и бренды, не относящиеся к пиву, такие, как сидр.

В 2022 году бизнес Группы показал высокие результаты, несмотря на рост инфляции, геополитическую ситуацию и перебои, связанные с пандемией.

В течение года мы продали более 125 миллионов гектолитров (гЛ)

качественного пива и напитков. Общий органический объем продаж вырос на 5,7%. Продажи безалкогольных напитков выросли на 7% в Западной Европе. Мировые объемы безалкогольного пива снизились на 6% из-за геополитической ситуации; без учета Украины мировые объемы выросли на 1%.

Почти 31 тысяча сотрудников поддерживают бизнес Группы на всех

предприятиях в Западной Европе, Центральной и Восточной Европе и Азии. Продукция Carlsberg продается по всему миру, поступая к потребителям через локальные продажи, экспорт и лицензионные соглашения.

Фонд Carlsberg является нашим мажоритарным акционером и использует полученные дивиденды на благо общества. Фонд Carlsberg, Фонд New Carlsberg

и Фонд Tuborg предоставили в общей сложности 1,03 млрд. датских крон на научные исследования, искусство и развитие гражданского общества в 2022 году.

Carlsberg Group вносит значительный положительный вклад в экономику и развитие общества по всему миру за счет создания рабочих мест и налогов, которые платит компания.

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ



Закупка
высококачественного зерна и другого сырья



Производство и розлив
Пива и напитков



Доставка
продукции морским, железнодорожным и автомобильным транспортом



Продажа
в барах, магазинах, ресторанах



Продвижение
культуры ответственного потребления среди потребителей



**ЦЕННОСТЬ
ДЛЯ АКЦИОНЕРОВ**

70.3 млрд датских крон
выручка

11.5 млрд датских крон
Операционная прибыль

3.4 млрд датских крон
Выплаченные дивиденды

4.4 млрд датских крон
Объем обратного выкупа акций



**ЦЕННОСТЬ
ДЛЯ ОБЩЕСТВА**

31,000
сотрудников

≈ 938,000
рабочих мест созданы по всей производственно-сбытовой цепочке, индустрии гостеприимства и торговле

39 млрд датских крон
Общий объем уплаченных налогов

97 млрд датских крон
Добавленная стоимость по всей цепочке поставок

ВМЕСТЕ
К УСТОЙЧИВОМУ
БУДУЩЕМУ



ВМЕСТЕ К УСТОЙЧИВОМУ БУДУЩЕМУ

Наша цель — варить пиво для лучшего сегодня и завтра.

«Вместе к устойчивому будущему» (TTZAB) –расширенная ESG-программа Carlsberg, способствующая достижению этой цели, и интегрированная в корпоративную стратегию SAIL 27.

Запущенная в этом году программа усиливает амбиции компании, устанавливая конкретные цели и обязательства, чтобы помочь в решении глобальных социальных и экологических вызовов. Программа сфокусирована на 11 направлениях, основанных на оценке значимости ESG-направлений, которые могут оказать наиболее существенное влияние на бизнес Группы и на общество.

Carlsberg принимает конкретные меры по всей производственно-сбытовой цепочке для выполнения целей и обязательств, управления наиболее существенными вопросами и увеличения положительного вклада компании в общество.

Партнерство с поставщиками, клиентами, потребителями и сообществами, в которых работает Carlsberg, является важнейшим условием достижения прогресса в рамках программы «Вместе к устойчивому будущему» (TTZAB).

ВМЕСТЕ К УСТОЙЧИВОМУ БУДУЩЕМУ



НОЛЬ
Углеродного
Следа



НОЛЬ
Фермерского
Следа



НОЛЬ
Отходов
Упаковки



НОЛЬ
Потери
Воды



НОЛЬ
Безответственного
Потребления



НОЛЬ
Несчастных
Случаев

Ответственный
выбор
поставщиков

Разнообразие,
равенство и
инклюзия

Права
человека

Следовать
нашему
компасу

Взаимодействие
с местным
сообществом

«Я убежден, что программа «Вместе к устойчивому будущему» принесет результаты для общества и нашего бизнеса, укрепит кредит доверия к Carlsberg и наше умение варить лучшее пиво сейчас и в будущем, поскольку мы стремимся выполнить нашу цель — варить пиво для лучшего сегодня и завтра».

Кеес `т Харт
Президент и исполнительный директор Carlsberg Group

ПОВЫШАЕМ УРОВЕНЬ АМБИЦИЙ В РАМКАХ ПРОГРАММЫ «ВМЕСТЕ К УСТОЙЧИВОМУ БУДУЩЕМУ»

С 2017 по 2022 год в рамках ESG-программы «ЦЕЛЬ 4НОЛЯ: Вместе для будущего» Carlsberg Group достигла значительного прогресса в 4-х основных направлениях: НОЛЬ углеродного следа, НОЛЬ потери воды, НОЛЬ безответственного потребления и НОЛЬ несчастных случаев. В 2022 году в рамках пятилетней программы 2017–2022 годов компании удалось реализовать большинство поставленных целей, иные цели были расширены или обновлены для обеспечения более значимого результата в ближайшие годы.

Сегодня Группа выходит на новый уровень с расширенной и дополненной программой целей и амбиций, призванных обеспечить трансформационные изменения и позитивное воздействие на бизнес компании, общество и планету.

Обновленная программа «Вместе к устойчивому будущему» повышает уровень амбиций компании, конкретизирует цели на 2030 год, добавляет долгосрочные цели на 2040 год и расширяет фокус нашего внимания, чтобы охватить большее количество наиболее существенных для компании ESG-тем. Для внедрения программы «Вместе к устойчивому будущему»

и достижения новых целей Carlsberg Group создала Руководящий ESG-комитет, в который вошли лидеры и эксперты из всех подразделений компании, а также Группа расширила Консультативный совет по устойчивому развитию Carlsberg (CSAB), включив в него двух членов Наблюдательного совета и независимых экспертов. Кроме того, выполнение целевых показателей программы «Вместе к устойчивому будущему» сотрудниками Группы на различных позициях, в том числе руководителями высшего звена и членами Правления, влияет на уровень вознаграждения.

ПОДДЕРЖКА БИЗНЕСА ГРУППЫ

Программа «Вместе к устойчивому будущему» является неотъемлемой частью стратегии ПАРУСА'27. Эта стратегия — ключевой аспект культуры победителей, которая необходима для выполнения цели компании и поддержания общей эффективности бизнеса.

Фокусируясь на наиболее значимых для компании ESG-вопросах, программа поможет нам снизить риски и повысить устойчивость, а также создать возможности для роста бизнеса, поскольку мы внедряем инновации для удовлетворения растущего по-

требительского спроса на более здоровые продукты, такие, как безалкогольные и слабоалкогольные сорта пива.

Помимо этого, ESG-программа Группы оказывает положительное влияние на репутацию и взаимодействие с заинтересованными сторонами. Программа «Вместе к устойчивому будущему» демонстрирует потребителям, клиентам и инвесторам, что Carlsberg Group глубоко привержена ответственному и проактивному подходу к вопросам ESG, создавая ценность для акционеров и общества в целом. Следование ESG-принципам также популярно среди сотрудников Группы, а соблюдение этических норм и ответственное поведение имеют решающее значение для сохранения нашей возможности успешно работать на благо местного сообщества.

ВКЛАД В РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА

Программа «Вместе к устойчивому будущему» отвечает актуальным глобальным вызовам современного мира. Carlsberg Group продолжит работу по достижению целей НОЛЬ углеродного следа, НОЛЬ потери воды, НОЛЬ безответственного потребления и НОЛЬ несчастных случаев. Помимо этого компания будет добиваться новых целей и поддерживать ини-

циативы в новых направлениях: НОЛЬ фермерского следа и НОЛЬ отходов упаковки.

Климатические изменения и дефицит водных ресурсов являются двумя крупнейшими экологическими проблемами для всего мира, вредная привычка злоупотребления алкоголем — глобальная проблема здравоохранения, безопасность на рабочем месте — является фундаментальной корпоративной ответственностью и неотъемлемым правом человека. Carlsberg продолжает осознавать свою ответственность, как глобальной компании, на всех этих направлениях.

Наши новые амбициозные цели направлены на достижение нулевого углеродного следа по всей производственно-сбытовой цепочке, восполнение на 100% объема воды, потребляемой в регионах с высоким уровнем риска нехватки воды, успешное развитие в категориях слабоалкогольных и безалкогольных напитков и недопущение несчастных случаев на наших предприятиях.

Цели в новых приоритетных областях — сельском хозяйстве и упаковке — позволят задействовать масштабы и влияние компании

для совместной работы с партнерами для ускорения внедрения регенеративных методов ведения сельского хозяйства и решений по оборотной упаковке в пивоваренной отрасли и за ее пределами. Действия компании в данных направлениях будут направлены на решение проблем биоразнообразия и истощения ресурсов, а также поддержание усилий по сокращению углеродного следа по всей производственно-сбытовой цепочке.

5 дополнительных направлений программы «Вместе к устойчивому будущему» фокусируются на постоянных политиках компании по развитию DE&I, следованию этическому ведению бизнеса, основанному на программе в области комплаенса «Наш компас», ответственному выбору поставщиков, соблюдению прав человека и взаимодействию с местным сообществом. Для обеспечения прогресса в реализации политике DE&I компания установила краткосрочные цели по увеличению числа женщин на руководящих должностях до 30% к 2024 году, 35% к 2027 году и минимум до 40% с течением времени.

Партнерство с поставщиками и другими организациями будет

по-прежнему играть важную роль в прогрессе компании и расширении влияния. Carlsberg Group находится в стратегических партнерских отношениях с Всемирным фондом дикой природы и работает с другими партнерами через членство в бизнес-коалициях. К ним относятся the RE100, the We Mean Business Coalition, the Race To Zero, the Alliance of CEO Climate Leaders, the World Federation of Advertisers' Planet Pledge, the International Alliance for Responsible Drinking, the Sustainable Agriculture Initiative Platform, the Paper Bottle Community, AIM-Progress.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕЛЕЙ И ОТСЛЕЖИВАНИЕ ПРОГРЕССА

Компания установила амбициозные цели на 2030 год по всем шести направлениям и пошла далее, поставив дополнительные цели на 2040 год по таким направлениям, как углеродный след и сельское хозяйство. В других пяти направлениях Carlsberg Group определила четкие цели, а также конкретные показатели по увеличению представленности женщин на руководящих позициях. В этом отчете представлены данные прогресса компании в области ESG, включая результат на 2022 год по реализации программы «ЦЕЛЬ 4НОЛЯ: Вместе для будущего» и то, к чему Carlsberg стремится в дальнейшем в рамках программы «Вместе к устойчивому будущему».

Компания, как и прежде, использует надежные методологии для определения исходных показателей и отслеживания эффективности в рамках нашей глобальной программы ESG. Целевые показатели по климату одобрены Science Based Targets initiative и приведены в соответствие с целевым показателем в 1,5 °C Парижского соглашения об изменении климата. Отдельные данные в этом отчете, касающиеся климата, воды, энергии, здоровья и безопасности, а также экономического вклада, подлежат независимому аудиту.

По всем направлениям программы «Вместе к устойчивому будущему» компания будет стремиться к дальнейшему улучшению показателей, одновременно повышая уровень раскрытия информации и прозрачности для всех заинтересованных сторон.

Цели	Варим пиво для лучшего сегодня и завтра					Создание ценности для всех заинтересованных сторон
Приоритеты ПАРУСА '27	Портфель брендов	Географические приоритеты	Превосходное исполнение	Культура победителей	Финансирование путешествия	
ESG программа	Вместе к устойчивому будущему					
ESG-приоритеты	Цели					
Ноль Углеродного следа	2040	2030	<ul style="list-style-type: none"> Чистый Ноль углеродного следа по всей производственно-сбытовой цепочке Ноль углеродного следа на пивоварнях Группы 30% сокращение углеродного следа готовой продукции 100% использование энергии из возобновляемых источников на пивоварнях Группы 			
Ноль Фермерского следа	2040	2030	<ul style="list-style-type: none"> 100% сырья получено с помощью регенеративных методов ведения сельского хозяйства и из ответственных источников поставки сырья 30% сырья получено с помощью регенеративных методов ведения сельского хозяйства и из ответственных источников поставки сырья 			
Ноль Отходов упаковки	2030		<ul style="list-style-type: none"> 100% перерабатываемой, оборотной упаковки или тары из возобновляемых материалов 90% сбора и переработки бутылок и банок 50% сокращение пластиковых упаковок, произведенных из нефтепродуктов 50% переработанного сырья в бутылках и банках 			
Ноль Потери воды	2030		<ul style="list-style-type: none"> Эффективность использования воды: 2 т воды на гл пива на всех пивоварнях и 1,7 т воды на гл пива на пивоварнях с высоким риском нехватки воды 100% восполнение использованной воды на пивоварнях с высоким уровнем риска нехватки воды 			
Ноль Безответственного потребления	2030		<ul style="list-style-type: none"> 100% наличие предупредительных сообщений об ответственном потреблении на упаковке и в рамках активации брендов 100% рынков Группы сотрудничает с партнерами в поддержку ответственного потребления 100% доступность безалкогольного пива 35% всего пива Группы – слабоалкогольное или безалкогольное 			
Ноль Несчастных случаев	2030		<ul style="list-style-type: none"> Ноль несчастных случаев с временной потерей трудоспособности 			
Многообразие, равенство, инклюзия	<p>В этих областях компания концентрируется на постоянном совершенствовании и внедрении политик, партнерских отношений и других инициатив, направленных на решение дополнительных ESG - направлений, оказывающих существенное влияние на сотрудников и операционную деятельность, а также на всю производственно-сбытовую цепочку и обществ в целом</p>					
Следование нашему компасу	<p>Помимо того, что у компании есть четкие задачи и конкретный план действий для реализации политики многообразия, равенства и инклюзии (DE&I), в 2022 году Carlsberg Group представила дополнительные долгосрочные и краткосрочные цели: 30% женщин на руководящих позициях к 2024 году, 35% к 2027 году и как минимум 40% с течением времени</p>					
Права человека	<p>Carlsberg продолжает следовать нашему компасу и поддерживать культуру прозрачности через надежную программу в области комплаенса, уважение прав человека на всей производственно-сбытовой цепочке и ответственность общества</p>					
Ответственный выбор поставщиков						
Взаимодействие с местным сообществом						

НОЛЬ Углеродного следа

Сегодня как никогда высока необходимость действий по борьбе с климатическим кризисом, и Carlsberg повышает амбиции по достижению цели НОЛЬ углеродного следа.

Призыв Генерального секретаря ООН превратить обязательства в конкретные действия был подчеркнут в последнем докладе Межправительственной группы экспертов по изменению климата, а его необходимость подтверждена широко распространенными засухами, наводнениями и другими экстремальными погодными явлениями по всей планете в 2022 году.

В преддверии конференции по климату COP27 генеральный директор Carlsberg Group присоединился к другим членам Альянса руководителей компаний — лидеров по борьбе с изменением климата, призвав правительства и бизнес ставить смелые цели и выполнять свои обязательства в области климата. Carlsberg также была одной из 12 ведущих датских компаний на встрече с представителями ООН и призывающих правительство Дании ускорить «зеленый» переход.

Carlsberg была первой пивоваренной компанией и одной из трех компаний в мире, установивших целевые показатели выбросов, которые были одобрены инициативой Science Based Targets в соответствии с задачей удерживать рост средней общемировой температуры в пределах 1,5 °C.

Carlsberg Group снизила углеродный след пивоварен с 2015 года на 57% и продолжит внедрять передовые тех-

нологии низкоуглеродного пивоварения и технологии по достижению цели НОЛЬ углеродного следа к 2030 году.

Компания поставила долгосрочную цель — НОЛЬ углеродного следа по всей производственно-сбытовой цепочке к 2040 году. Инновации, сотрудничество и защита будут лежать в основе прогресса, включая стимулирование ключевых поставщиков следовать примеру Carlsberg, ставя перед собой научно обоснованные цели. Компания работает тесно с партнерами для изучения способов сокращения выбросов при производстве ингредиентов и упаковки, а также при транспортировке и охлаждении пива.



3.9.1



7.2.1, 7.3.1 & 7.b.1



12.2.1, 12.2.2,
12.6.1 & 12.a.1



13.1.1



17.17.1

ПРОГРЕСС «АЛИВАРИИ» В ДОСТИЖЕНИИ ESG-ЦЕЛЕЙ В 2022 ГОДУ

27%

сокращение выбросов CO₂ с 2015



22%

сокращение удельного потребления тепловой энергии с 2015



73%

холодильного оборудования с низким потенциалом глобального потепления



ЦЕЛЬ НА 2040 ГОД

› **НОЛЬ** выбросов углерода по всей производственно-сбытовой цепочке

ЦЕЛИ НА 2030 ГОД

› **НОЛЬ** углеродного следа на пивоварнях Группы

› **30%** сокращение углеродного следа готовой продукции

› **100%** использование энергии из возобновляемых источников на пивоварнях Группы



«ВМЕСТЕ К УСТОЙЧИВОМУ БУДУЩЕМУ» В ДЕЙСТВИИ: НОЛЬ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА

ВАРИМ ПИВО С ПОМОЩЬЮ ТЕПЛА ГРЕЧЕСКОГО СОЛНЦА

Для производства пива требуется почти в три раза больше тепловой энергии, чем электричества. Однако существующие на данный момент технологии по применению возобновляемых источников тепла не получили широкого распространения.

В рамках цели «НОЛЬ углеродного следа» Carlsberg Group разрабатывает новые способы выработки тепла с использованием возобновляемых источников энергии вместо ископаемого топлива. На заводе в Греции компания тестирует инновационную технологию тепловой энергии, которая использует солнечное тепло.

В рамках подготовки к годовому пилотному проекту с технологическим партнером Absolicon, Carlsberg установило оборудование, использующее солнечную энергию для производства пара, с целью применения его на пивоваренном заводе Olympiac в Синдосе, Салоники.

Солнечные коллекторы, запрограммированные на следование за солнцем, используют серию зеркал, которые фокусируют энергию солнечных лучей на высокоэффективных трубках, находящимся на коллекторах.

Горячая вода циркулирует по трубам под давлением, образуя пар, температура которого достигает 150°C. В летний период солнечные коллекторы могут поставлять до 70% энергии, необходимой для процесса пастеризации пива, что составляет 5% от общей суточной тепловой потребности пивоварни.

Используя солнечные коллекторы вместо природного газа для выработки тепла, компания планирует сократить выбросы CO₂ примерно на 70 тонн в течение одногодичного пилотного проекта. Carlsberg Group успешно протестировала данную технологию производства пара и официально начинает пилотный проект весной 2023 года, когда количество солнечной энергии позволит провести полноценные испытания.

Поле солнечных коллекторов занимает площадь 1900 м² (примерно семь теннисных кортов) и у компании есть возможность расширить его в шесть раз, чтобы генерировать еще больше солнечного тепла.

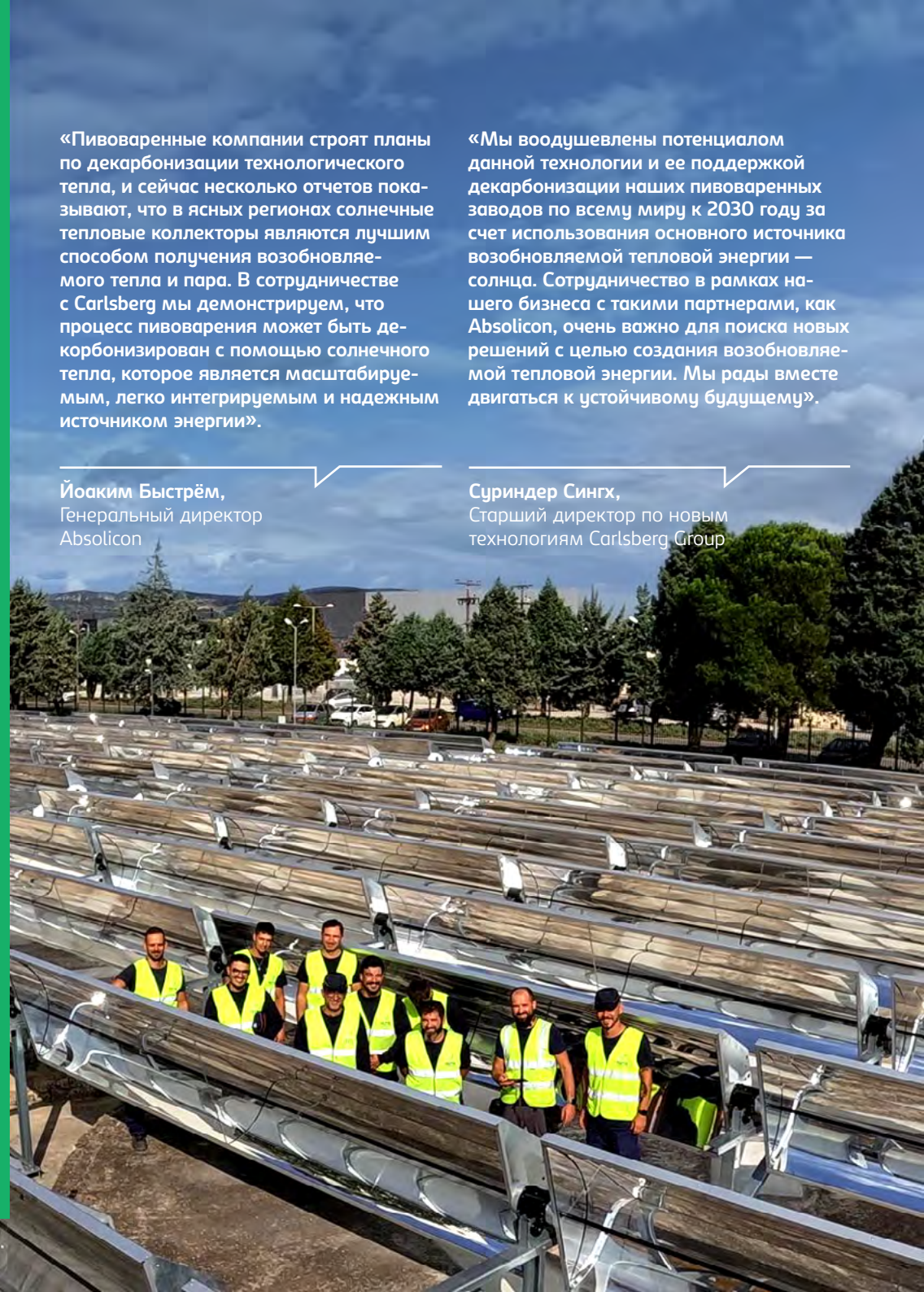
Компания будет использовать этот пилотный проект в Греции, чтобы продемонстрировать реальную эффективность технологии для других пивоваренных заводов Группы и иных отраслей.

«Пивоваренные компании строят планы по декарбонизации технологического тепла, и сейчас несколько отчетов показывают, что в ясных регионах солнечные тепловые коллекторы являются лучшим способом получения возобновляемого тепла и пара. В сотрудничестве с Carlsberg мы демонстрируем, что процесс пивоварения может быть декарбонизирован с помощью солнечного тепла, которое является масштабируемым, легко интегрируемым и надежным источником энергии».

Йоаким Быстрём,
Генеральный директор
Absolicon

«Мы воодушевлены потенциалом данной технологии и ее поддержкой декарбонизации наших пивоваренных заводов по всему миру к 2030 году за счет использования основного источника возобновляемой тепловой энергии — солнца. Сотрудничество в рамках нашего бизнеса с такими партнерами, как Absolicon, очень важно для поиска новых решений с целью создания возобновляемой тепловой энергии. Мы рады вместе двигаться к устойчивому будущему».

Суриндер Сингх,
Старший директор по новым
технологиям Carlsberg Group



СНИЖАЕМ УГЛЕРОДНЫЙ СЛЕД ПИВОВАРЕН

Усилия Carlsberg Group по декарбонизации процесса пивоварения сосредоточены на повышении эффективности производства и переходе на возобновляемые источники тепловой и электрической энергии.

На пути к цели «НОЛЬ углеродного следа» Carlsberg перевыполнила на 50% поставленную на 2022 год задачу по сокращению выбросов CO₂ на 1 гл производимого пива, сократив с 2015 года этот показатель на 57%. В 2022 году компания также полностью отказалась от использования угля на пивоварнях Группы в пользу более экологичного биотоплива. В настоящий момент в Западной Европе и Азии Carlsberg Group использует только возобновляемую электроэнергию на своих пивоварнях и продолжает искать альтернативные решения по использованию возобновляемой электро-

энергии на всех рынках, планируя достичь 100%-го показателя к 2030 году.

СОКРАЩЕНИЕ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА В «АЛИВАРИИ»

В своих действиях компания «Аливария» руководствуется глобальной Экологической Политикой Carlsberg Group, которая была разработана в соответствии с передовыми практиками. Данная политика обязывает соблюдать строгие экологические стандарты в отношении энергии, выбросов в атмосферу, использования воды, отходов и упаковки на всех пивоварнях Группы.

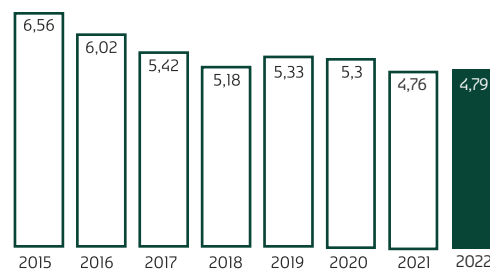
С 2015 года «Аливарии» удалось снизить удельное потребление тепловой энергии на 22% (с 15,7 кВт*ч/гл до 12,24 кВт*ч/гл), а также удельное потребление электроэнергии на 9% (с 6,71 кВт*ч/гл до 6,09 кВт*ч/гл). Ежегодно в компа-

нии проводятся мероприятия по охране окружающей среды и снижению затрат на потребление энергоресурсов: изменение схемы нагрева горячей воды, увеличение числа отходов, собранных для вторичного использования, и др.

Компания стремится к эффективности мирового уровня, применяя лучшие практики Carlsberg Group по всей производственно-сбытовой цепочке. В период с 2015 по 2022 год «Аливария» на 27% сократила удельные выбросы CO₂ (с 6,56 кг CO₂/гл до 4,79 кг CO₂/гл). Данного результата удалось достичь благодаря установке более экологичной производственной линии розлива, закупке холодильного оборудования с низким потенциалом глобального потепления и внедрению других технологий, направленных на сокращение углеродного следа.



УДЕЛЬНАЯ ЭМИССИЯ CO₂ «АЛИВАРИИ»
(кг/гл)



НОЛЬ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА: ЧТО МЫ ИМЕЕМ В ВИДУ

УГЛЕРОДНЫЙ СЛЕД ПИВОВАРЕН

К 2030 году Carlsberg Group планирует устранить выбросы парниковых газов, образуемых в процессе пивоварения, чтобы достичь цели «НОЛЬ углеродного следа» на пивоварнях Группы по всему миру. Выбросы пивоваренных заводов Группы включают прямые выбросы по Score 1 и косвенные выбросы по Score 2 (например, от покупки электроэнергии). Они не включают внутренние логистические операции, операции по дистрибуции, которые являются частью целевого показателя по всей производственно-сбытовой цепочке.

УГЛЕРОДНЫЙ СЛЕД В ПРОИЗВОДСТВЕННО-СБЫТОВОЙ ЦЕПОЧКЕ

К 2040 году Carlsberg стремится достичь цель «НОЛЬ углеродного следа» по всей производственно-сбытовой цепочке. На пути к этой цели компания будет следовать указаниям, изложенным в инициативе Science Based Targets (SBTi), с упором на сокращение выбросов, а не на компенсацию за счет возмещений выбросов углерода. Промежуточная цель Группы — к 2030 году сократить на 30% выбросы по всей производственно-сбытовой цепочке в расчете на гектолитр в процессе производства пива и напитков по сравнению с 2015 годом.

Цели по всей производственно-сбытовой цепочке на 2030 и 2040 годы включают выбросы CO₂-эквивалента по Score 1, 2 и 3 в результате выращивания и переработки сырья; процесса пивоварения, упаковки, транспортировки, распределения и охлаждения продукции; и обращения с использованной упаковкой. Carlsberg будет измерять прогресс с помощью анализа выбросов по производственно-сбытовой цепочке.

ВОЗОБНОВЛЯЕМАЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИЯ

Carlsberg Group обеспечивает почти 100% использование возобновляемой электроэнергии на своих пивоварнях, и теперь Группа ставит новые цели, чтобы к 2030 году вся возобновляемая электроэнергия поступала из новых источников. Компания определяет новые источники как ресурсы, которые приносят дополнительный вклад, поддерживая инвестиции в новые мощности возобновляемых источников энергии. Carlsberg достигнет поставленной цели путем установки на своих пивоварнях, где это возможно, возобновляемых источников энергии, и инвестируя в соглашения о покупке электроэнергии для получения ее из новых возобновляемых источников за пределами компании.

СОКРАЩЕНИЕ ВЫБРОСОВ ПО ВСЕЙ ПРОИЗВОДСТВЕННО-СБЫТОВОЙ ЦЕПОЧКЕ

Снижение воздействия на окружающую среду включает в себя деятельность не только в рамках процесса производства продукта.

Компания оценивает влияние каждого этапа по всей производственно-сбытовой цепочке, начиная от выращивания экологически чистого пивоваренного ячменя и заканчивая «озеленением» логистики и холодильного оборудования, сбором и утилизацией отходов упаковки.

Достижение цели Carlsberg Group — НОЛЬ выбросов углерода по всей производственно-сбытовой цепочке к 2040 году — означает принятие конкретных действий на каждом этапе «от поля до бокала». 2/3 производственно-сбытовой цепочки приходится на сельское хозяйство и упаковку, поэтому Carlsberg усилил внимание к этим двум направлениям и выделил их как отдельные цели «НОЛЬ фермерского следа» и «НОЛЬ отходов упаковки», которые направлены на содействие биоразнообразию и поддержке оборачиваемости ресурсов в качестве метода борьбы с климатическими изменениями.

УГЛЕРОДНЫЙ СЛЕД «ОТ ПОЛЯ ДО БОКАЛА» В «АЛИВАРИИ»

С момента установления целей по сокращению выбросов углерода по всей производственно-сбытовой цепочке компания проводит глубокий анализ углеродного следа каждые 3 года. Последний анализ показал снижение на 7% с 2015 по 2019 год. Оценка, основанная на данных 2022 года, будет завершена в 2023 году и представлена в следующем Отчете. Полученные результаты позволяют оценить и рассказать о прогрессе компании в достижении цели по сокращению углеродного следа на 15% к 2022 году (по сравнению с 2015 го-

дом). С 2023 года Carlsberg Group будет проводить анализ ежегодно, чтобы быстрее реагировать на изменения и ставить четкие цели по сокращению выбросов.

На основе данных 2019 года наибольший углеродный след на пути «от поля до бокала» приходится на этап упаковки продукции, занимая 44% в общем объеме, поэтому «Аливария» уделяет большое внимание сокращению выбросов на данном этапе. С 2015 года компания постепенно переходит на облегченную варианты ПЭТ-упаковки (вес ПЭТ-бутылок снизился на 8,5%, колпачков на 21%), уменьшает вес преформы (вместо 32,25г на литровых форматах тары используется преформа весом 27,2г), сокращает толщину стрейчпленки (с 23мкм на 17мкм).

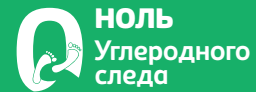
В 2022 году количество холодильного оборудования в компании с низким потен-

циалом глобального потепления достигло 72,8%, а в рамках работы по разделному сбору, учету и вывозу отходов производства за прошедший год 57% отходов было передано для вторичного использования. В прошлом году в компании появился 3D-принтер, на котором производятся детали оборудования из композитов. За счёт быстрого производственного цикла изготовления деталей 3D-принтером остается значительно меньше отходов, чем при традиционной обработке. В работе 3D-принтера используется эко-пластик, а сам процесс производства деталей требует меньше электроэнергии и не выделяет токсичных паров (за счёт быстрого производственного цикла изготовления деталей), в отличие от традиционных методов производства деталей.



ДОЛЯ ВЫБРОСОВ ПАРНИКОВЫХ ГАЗОВ НА КАЖДОМ ЭТАПЕ ЖИЗНЕННОГО ЦИКЛА ПРОДУКЦИИ «АЛИВАРИЯ»





«ВКЛАД КАЖДОГО ВАЖЕН»

«Вклад каждого важен» — акция компании «Аливария», направленная на привлечение внимания горожан к теме экологии и заботы об окружающей среде.

На фестивалях Vullitsa Ezha, которые проходили в летнем сезоне 2022 года в Ботаническом саду, «Аливария» установила интерактивный автомат для сортировки и переработки тары. Все гости мероприятия могли опустить тару в специальное окошко автомата для её дальнейшей сортировки и переработки, а взамен получить тикеты (чеки), по которым промоутеры выдавали приятные подарки от компании.

За три прошедших пикника удалось собрать около 4500 ПЭТ-бутылок и 2100 жестяных банок. Все отходы были автоматически рассортированы и отправлены на перерабатывающие заводы.

Продолжая тему экологии, в конце летнего сезона «Аливария» установила «адказную» экоскамейку из переработанного пластика на территории новой экспозиции «Японский сад» в Ботаническом саду.

Скамейка была изготовлена специально для проекта единственной в СНГ компанией, которая специализируется на производстве изделий из переработанного сырья. На её производство было потрачено почти 3 тысячи ПЭТ-бутылок. Антивандальная экоскамейка весит более 100 кг, долговечна, может быть переработана несколько раз, спасает минимум 1 дерево, а также является первым в Беларуси парковым полимеркомпозитным сооружением без содержания химикатов, при изготовлении которого используются только полимеры, применяемые в пищевой промышленности, и песок.



О НОЛЬ Фермерского Следа

Новая амбициозная цель Carlsberg Group — стимулировать деятельность по защите климата и биоразнообразия посредством развития регенеративного сельского хозяйства и устойчивого снабжения ингредиентами.

Почва имеет решающее значение для жизни на Земле. Она лежит в основе производства продуктов питания, накапливает углерод, поддерживает биоразнообразие, очищает воду и помогает смягчить последствия наводнений и засухи. Однако современные методы ведения сельского хозяйства приводят к истощению земельных ресурсов и способствуют выбросам парниковых газов, которые приводят к изменению климата¹.

Использование синтетических удобрений и пестицидов, произведенных из ископаемого топлива, приводит к выделению CO₂, метана и закиси азота, а избыток удобрений загрязняет близлежащие водные пути. Обильная обработка почвы высвобождает CO₂ из неё, способствуя изменению климата, что в свою очередь влияет на урожайность.

Все более частые наводнения, засухи и жара могут снизить качество и урожайность сельскохозяйственных культур, включая ячмень, во многих регионах мира².

Ежегодно мы покупаем более миллиона тонн сырья для производства пива. Меняя способы получения сырья, мы стремимся сократить выбросы по производственно-сбытовой цепочке, обеспечить надежность поставок, повысить уровень жизни фермеров и стимулировать более серьезные шаги для перехода к регенеративному сельскому хозяйству в пивной промышленности и за ее пределами.

Carlsberg Group делает это в сотрудничестве с другими компаниями, чтобы установить и внедрить регенеративные методы ведения сельского хозяйства. Такие методы направлены на восстановление здоровья почвы, развитие биоразнообразия и повышение способности почв для накопления и хранения углерода.

К 2030 году цель компании — получить 30% сырья с помощью регенеративных методов ведения сельского хозяйства и из экологически чистых источников, чтобы к 2040 году выйти на показатель в 100%.

Carlsberg уже использует для производства пива ячмень, выращенный с помощью регенеративных методов в Финляндии и Франции, а вскоре будет использовать и в Великобритании.

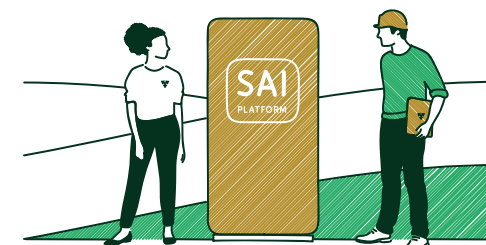
Новая амбициозная цель

Способствовать росту популярности регенеративного сельского хозяйства с помощью надежных поставщиков – одно из направлений программы «Вместе к устойчивому будущему»



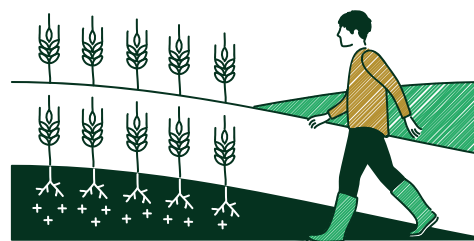
Платформа инициативы по устойчивому сельскому хозяйству

Участие в платформе для создания общего понимания стандартов регенеративной культуры



На пути к использованию регенеративного ячменя

Использование для производства пива ячменя, выращенного с помощью регенеративных методов в Финляндии и Франции, а в 2023 и в Великобритании



-70%

снижение использования синтетических удобрений и увеличение урожайности на 30% на нашей экспериментальной площадке по выращиванию риса в Лаосе.



ЦЕЛИ НА 2040 ГОД

› **100%** сырья получено с помощью регенеративных методов ведения сельского хозяйства и из ответственных источников

ЦЕЛИ НА 2030 ГОД

› **30%** сырья получено с помощью регенеративных методов ведения сельского хозяйства и из ответственных источников

¹ Intergovernmental Panel on Climate Change: Climate Change and Land.

² Xie, W et al, Decreases in global beer supply due to extreme drought and heat, Nature Plants 4 (2018).

«ВМЕСТЕ К УСТОЙЧИВОМУ БУДУЩЕМУ» В ДЕЙСТВИИ: НОЛЬ ФЕРМЕРСКОГО СЛЕДА

ПЕРЕСМОТР ЦЕПОЧКИ ПОСТАВОК ЯЧМЕНЯ

Carlsberg Group меняет ячмень, используемый для производства пива Kronenbourg 1664 Blonde. Группа сотрудничает с производителем солода Malteries Soufflet и покупателем зерна Soufflet Agriculture (часть сельскохозяйственной группы InVivo), чтобы создать первую экологичную и прозрачную цепочку поставок «регенеративного ячменя» во Франции.

В 2022 году Carlsberg Group вместе с партнерами объединили 45 фермеров для внедрения комплекса регенеративных методов с целью развития биоразнообразия и сокращения углеродного следа в процессе сельскохозяйственного производства. Эти методы включают: диверсифицированный севооборот для сохранения биоразнообразия; посев покровных культур во время паровых периодов для повышения содержания углерода в почве; оптимизация расхода удобрений на основе регулярного анализа почвы.

Carlsberg Group использует технологию блокчейн для обеспечения полноценного отслеживания и кон-

троля за ответственным подходом к процессу производства от поля до бокала. Фермерам гарантируется справедливое вознаграждение через систему бонусов, чтобы поощрить их за приверженность использованию более устойчивых методов, сохраняя при этом высокий уровень качества ячменя.

С 2023 года 20% солода, используемого для варки пива Kronenbourg 1664 Blonde, будет производиться из ячменя, выращенного с использованием этих регенеративных методов, с производственным планом 900 гектаров. К 2026 году Carlsberg Group стремится достичь 100% результата, планируя привлечь около 250 фермеров, выращивающих ячмень на территории размером в 5000 гектаров.

Хотя для того, чтобы считать этот ячмень полностью регенеративным, необходимо выполнить дополнительные требования, внедрение данных методов позволяет сделать большой шаг вперед на пути к цели НОЛЬ фермерского следа во Франции.

«Мы очень рады сотрудничать с Kronenbourg SAS в рамках подхода к работе по производственно-сбытовой цепочке, который продвигает передовые агроэкологические методы. Как преданный партнер солодовни, компания Malteries Soufflet всегда была глубоко обеспокоена проблемами всех заинтересованных сторон, от фермеров до потребителей. Поэтому мы поддерживаем фермерские хозяйства, развивая устойчивые практики для совершенствования наших действий в соответствии с ожиданиями клиентов.»

Гийом Кутюр
генеральный директор Malteries
Soufflet

«Этот решительный и привлекательный подход, разработанный с нашими партнерами Malteries Soufflet и Soufflet Agriculture, является частью давней традиции бренда Kronenbourg — уделять первоочередное внимание экологическому и социальному влиянию в ходе своей деятельности. Он также иллюстрирует нашу страсть к искусству пивоварения и инновациям.»

Андерс Рёед
Председатель правления и генеральный
директор Kronenbourg SAS



ФОРМИРОВАНИЕ БУДУЩЕГО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Регенеративные методы используют большое разнообразие техник. Они включают минимизацию нарушения почвенного покрова; покрытие земли между сборами урожая культурами, которые способствуют поглощению углерода, сохранению питательных веществ (в частности, азота) в почве, поддерживая ее структуру и плодородие, а также будущие урожаи; разнообразные севообороты; агролесоводство; посадка буферных полос; целенаправленное использование удобрений в соответствии с потребностями культур.

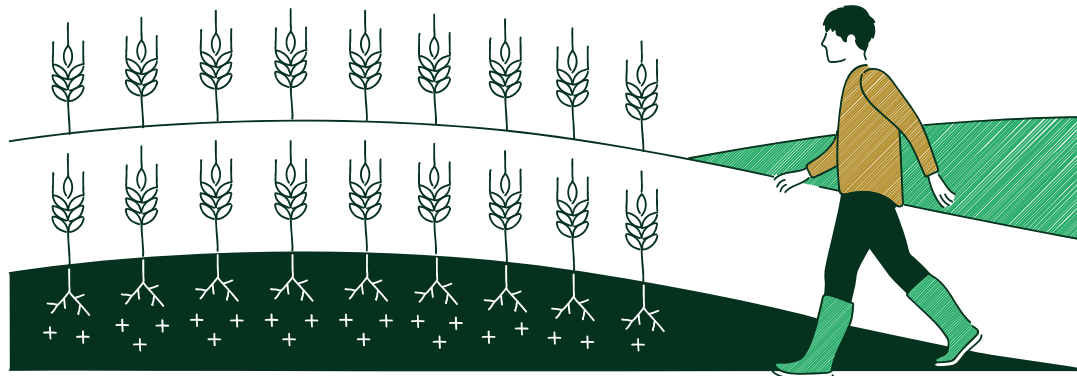
Использование регенеративных методов для улучшения структуры почвы повышает способность удерживать влагу, что, в свою очередь, обеспечивает большую устойчивость к уже происходящим изменениям климата. Некоторые из этих методов

также способствуют накоплению углерода в почве и сохранению биоразнообразия, а также помогают сократить использование таких средств производства, как синтетические удобрения и пестициды. Испытания более устойчивых методов выращивания риса в Лаосе позволили компании сократить использование синтетических удобрений, обеспечив при этом более высокую урожайность.

Carlsberg Group изучает возможности получения большего количества зерна с ферм, использующих регенеративные методы ведения сельского хозяйства. Бренд KOFF в Финляндии стал лидером в использовании ячменя для рождественского пива KOFF. С 2023 года при производстве пива Kropenbourg 1664 Blonde 20% ячменного солода будет получено из зерна, выращенного во Франции с использованием регенеративных методов. В Великобритании Carlsberg установил прогрессивные цели по получению

100% ячменя из регенеративных источников для Carlsberg Danish Pilsner, за которым следуют все британские бренды. Чтобы начать переход в 2023 году, в прошлом году были проведены консультации с партнерами-экспертами для адаптации подхода к рынку Великобритании, и заключены новые соглашения с первыми фермерами-партнерами компании.

Внедряя методы регенеративного сельского хозяйства на практике, Carlsberg продолжает обеспечивать сохранение высоких стандартов качества зерна, которое необходимо для производства пива. Например в Дании Carlsberg Group проводит оценку качества зерна и получаемого солода из ячменя, выращенного с минимальной обработкой почвы, чтобы сравнить его с зерном, полученным при традиционном земледелии.



НОЛЬ ФЕРМЕРСКОГО СЛЕДА: ЧТО МЫ ИМЕЕМ В ВИДУ

РЕГЕНЕРАТИВНЫЕ МЕТОДЫ ВЕДЕНИЯ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА

Цель компании на 2030 год — получение 30% сырья (по весу) с помощью регенеративных методов ведения сельского хозяйства и увеличение данного показателя к 2040 году до 100%.

Carlsberg работает совместно с другими компаниями для выработки единого понимания регенеративных практик. В то же время глобальные критерии для определения регенеративно выращенного сырья включают поле, возделываемое без обработки или с минимальной обработкой почвы, посев почвы в течение 95% времени года, минимум четыре посева на одном участке в течение четырех сезонов сбора урожая, использование синтетических удобрений и пестицидов в количествах, не превышающих потребности урожая (во избежание их чрезмерного использования и долгосрочного ущерба биоразнообразию в почвах и водоемах), а также полное документирование и отслеживание всех применяемых методов.

Эти глобальные критерии являются обязательными для достижения цели компании, если только местные полевые или климатические условия не оправдывают использование иных регенеративных методов. У фермеров также есть возможность использовать территорию вдоль границы полей в качестве среды обитания для опылителей или других полезных насекомых, восстанавливать почву с помощью компоста или органических удобрений, или задействовать домашний скот (где это возможно) для дальнейшей поддержки биоразнообразия.

ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТОЕ СЫРЬЁ

Цель компании на 2030 год — получение 30% сырья (по весу) с помощью регенеративных методов ведения сельского хозяйства и увеличение данного показателя к 2040 году до 100%. Сырьё из экологически чистых источников производится на фермах, которые имеют внешнюю сертификацию не ниже бронзового уровня Оценки устойчивости фермы (FSA), разработанной Платформой инициативы по устойчивому сельскому хозяйству (Платформа SAI), или на фермах, сертифицированных по схемам, которые охватывают тот же объем, что и FSA.

НОЛЬ Отходов упаковки

В Carlsberg экологичность продукции — это не только то, что мы добавляем в пиво, но и то, во что мы добавляем наше пиво.

Упаковка играет ключевую роль в поступлении пива к потребителю и обеспечении качества продукции на пути от производственной площадки до пива в бокале. Она также оказывает значительное влияние на то, какие продукты покупают люди.

Потребители все больше обеспокоены влиянием упаковки на окружающую среду, а растущее количество нормативных актов, таких, как Положение ЕС об упаковке и упаковочных отходах, делает экологичную упаковку важным направлением деятельности компании.

Carlsberg учитывает эту тенденцию. Снижение воздействия упаковки на климат было и остается ключевой движущей силой стремления к цели НОЛЬ углеродного следа, так как на упаковку приходится самая большая доля выбросов (41%) по всей производственно-сбытовой цепочке.

Компания взаимодействует с поставщиками и партнерами, чтобы сократить этот след путем облегчения веса бутылок и банок, по

возможности выбирая варианты с более низким содержанием углерода и внедряя инновации для принятия более экологически рациональных решений.

Сейчас Carlsberg наращивает усилия в данном направлении, чтобы уменьшить углеродный след упаковки за счет повышенного внимания к ее оборачиваемости. С новой целью — НОЛЬ отходов упаковки — компания поставила амбициозные задачи по переходу к оборотной упаковке.

К 2030 году компания нацелена сделать всю упаковку пригодной для переработки, многократного использования или возобновляемой. Уменьшение использования первичного пластика, переход к вторичному сырью и обеспечение сбора и переработки не менее 90% банок и бутылок после использования являются важными задачами компании для перехода к оборачиваемой упаковке.



12.2.1, 12.2.2,
12.5.1 & 12.6.1



14.1.1

Новые цели

запущены для продвижения оборачиваемой тары в рамках новой цели НОЛЬ отходов упаковки



8,000

прототипов бутылок из фиброволокна были изготовлены и протестированы потребителями в Западной Европе



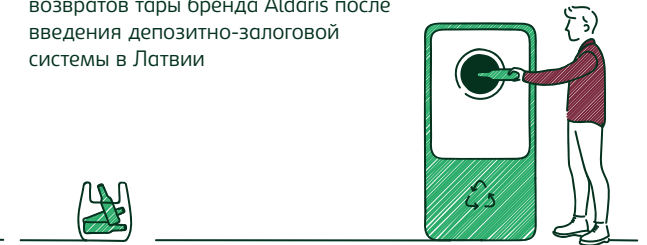
70%

мультипаков на 4 и 6 банок на рынке Великобритании используют технологию Snap Pack, уменьшающую использование пластика на 76% в каждой упаковке



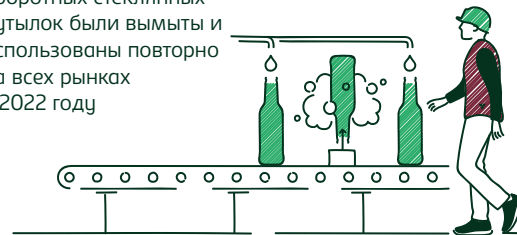
66%

возвратов тары бренда Aldaris после введения депозитно-залоговой системы в Латвии



5.3 миллиона

оборотных стеклянных бутылок были вымыты и использованы повторно на всех рынках в 2022 году



2,064 тонн

пластиковой упаковки было произведено на европейском рынке из 100% перерабатываемого пластика. Например, из отходов потребления и перерабатываемых материалов с производственных площадок Carlsberg



ЦЕЛИ НА 2030 ГОД

- › **100%** перерабатываемой оборотной упаковки или тары из перерабатываемых материалов
- › **90%** уровень сбора и переработки банок и бутылок
- › **50%** сокращение пластиковых упаковок, произведенных из нефтепродуктов
- › **50%** переработанного сырья в бутылках и банках

«ВМЕСТЕ К УСТОЙЧИВОМУ БУДУЩЕМУ» В ДЕЙСТВИИ: НОЛЬ ОТХОДОВ УПАКОВКИ

ДВИГАЕМСЯ В БУДУЩЕЕ, ИСПОЛЬЗУЯ БУТЫЛКИ ИЗ ФИБРОВЛОКНА (FIBRE BOTTLE)

Возобновляемые и пригодные для вторичной переработки материалы являются ключевыми понятиями для оборотной упаковки и имеют решающее значение в реализации цели НОЛЬ Фермерского следа. Бутылка из фиброволокна относится и к первому, и ко второму.

Эта инновационная упаковка на биооснове, полностью пригодная для вторичной переработки, разрабатывалась шесть лет, и сейчас компания продолжает совершенствовать ее во втором поколении.

Fibre Bottle изготовлена из древесных волокон и полиэтиленфураната (PEF), растительного полимера, разработанного компанией Avantium, партнером Carlsberg Group и ведущим экспертом в области возобновляемой химии. Она полностью получена из натурального сырья (за исключением крышки).

Концепция бутылки предусматривает ее переработку в рамках основных схем сбора вторсырья, а если она окажется вне системы переработки, то будет разлагаться естественным образом. Исходя из ожидаемого расши-

рения производственных мощностей и запланированных итераций дизайна, ожидается, что углеродный след будущей бутылки из волокна будет на 80% ниже, чем у современных одноразовых стеклянных бутылок.

В 2022 году Carlsberg Group еще на шаг приблизил эту инновацию к коммерческой реальности, впервые передав 8000 бутылок второго поколения Fibre Bottle в руки потребителей — на фестивалях, флагманских мероприятиях и в процессе отбора проб на восьми западноевропейских рынках: Дания, Финляндия, Франция, Германия, Норвегия, Польша, Швеция и Великобритания.

Результаты испытаний будут использованы при разработке дизайна новых поколения, а следующие шаги компания направит на поиск возобновляемого решения для крышки — единственной части бутылки Fibre Bottle, которая еще не на 100% состоит из биоматериалов.

Пилотный проект помог получить необходимую информацию для подготовки к масштабному производству, и компания готова интегрировать Fibre Bottle в ассортимент коммерческой упаковки, чтобы расширить выбор потребителей.

«2022 год стал знаменательным годом для развития Fibre Bottle. Мы сделали большой шаг на долгом пути, продемонстрировав прогресс благодаря нашему бизнес-подходу и сотрудничеству с Avantium, Raboco и другими партнерами. Производство опытных образцов на нашем экспериментальном заводе во Франции позволило получить ценные сведения, которые помогут нам преодолеть технические проблемы для достижения высокоскоростного производства в масштабах страны, а сведения, полученные от потребителей, помогут оптимизировать наше следующее поколение Fibre Bottle.»

Марин Андре
Директор по инновациям в упаковке,
Carlsberg Group

«Это поистине захватывающий этап — впервые потребители могут попробовать бутылку пива из биопластика. С такими бизнес-партнерами, как Carlsberg Group, Avantium может развивать производственно-сбытовую цепочку с использованием биопластика, удовлетворяя растущий глобальный спрос на применение оборачиваемых и возобновляемых материалов. В этом и состоит задача по переходу к другим материалам: обеспечить потребителей доступом к новейшим и экологичным продуктам в необходимом количестве.»

Том ван Акен
CEO, Avantium



ПРОЕКТ «СЭКОНД-ПЭТ» ОТ «АЛИВАРИИ»

Компания «Аливария» уделяет большое внимание вопросам раздельного сбора, учета и вывоза отходов производства. На предприятии оборудованы места для сбора и временного хранения отходов производства, установлены контейнеры для раздельного сбора различного вида отходов: бумаги, пластика, стекла и др.

С 2020 года «Аливария» совместно с торговой сетью Green реализует проект «Сэконд-ПЭТ» с целью привлечения внимания людей к раздельному сбору мусора и повышению инициативности на пути к улучшению экологической ситуации в Беларуси и в мире. Таромат «Сэконд-ПЭТ» принимает ПЭТ-тару и алюминиевые банки любых производителей, а взамен дает скидку на покупки в торговой сети Green.

Согласно статистике, возможность собирать мусор раздельно есть у 94% белорусов, порядка 50% населения систематически сортирует отходы.

Сейчас на переработку попадает только 30% реализованной ПЭТ-тары от напитков, оставшиеся 70% выкидывают в контейнеры общего сбора — они отправляются на полигон. Отчасти это стало причиной негативного имиджа ПЭТ-тары, хотя наносит вред экологии не сам материал, а отсутствие или невозможность его переработки.



Главная цель — сделать так, чтобы свой жизненный цикл ПЭТ-тара завершила на мусороперерабатывающем заводе.

За 2022 год тароматом «Сэконд-ПЭТ» было собрано более 104 тысячи пластиковых бутылок и алюминиевых банок, ежедневно в среднем на переработку отправляется порядка 2000 единиц тары.

Проект демонстрирует, что раздельный сбор мусора — это не сложно и его можно превратить в повседневную привычку.

НОЛЬ ОТХОДОВ УПАКОВКИ: ЧТО МЫ ИМЕЕМ В ВИДУ

ПРИГОДНЫЕ ДЛЯ ВТОРИЧНОЙ ПЕРЕРАБОТКИ, ПОВТОРНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИЛИ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫЕ

Цель Carlsberg Group к 2030 году — 100% использование упаковки, пригодной для вторичной переработки, повторного использования или возобновляемой переработки. Упаковка считается пригодной для вторичной переработки, если ее сбор, сортировка и переработка после потребления доказали свою эффективность на практике. Упаковка, которая может быть переработана только для применения, не допускающего дальнейших циклов использования, не считается пригодной для вторичной переработки. Упаковка является многоразовой, если она была разработана для использования как минимум дважды с одной и той же целью. Возобновляемая упаковка изготавливается из биоматериалов природного происхождения, который можно постоянно пополнять.

Целевой показатель включает всю первичную упаковку, находящуюся в непосредственном контакте с нашим продуктом (например, стеклянные бутылки или банки), а также вторичную упаковку, предназначенную для потребителя и помогающую ему взять продукт домой (например, термоусадочную пленку и картон, удерживающий мультипаки вместе).

СБОР И УТИЛИЗАЦИЯ ОТХОДОВ

Carlsberg стремится к 2030 году достичь 90% уровня сбора и переработки бутылок (стеклянных и пластиковых) и банок. Подсчет проводится путем сравнения гектолитров проданного пива на каждом рынке, с коэффициентом переработки для каждого типа упаковки на этом рынке. Этот показатель также включает полимерные и стальные кеги. Цель не включает в себя крышки и этикетки.

ВТОРИЧНОЕ СЫРЬЁ

Компания стремится достичь 50% содержания вторичного сырья в бутылках (стеклянных и пластиковых) и банках. Вторичное сырьё должно быть получено из материалов «после потребителя» (например, алюминия из банок, которые уже использовались для доставки напитков, а затем были выброшены потребителями), как определено международным стандартом ISO 14021. Стандарт не включает в себя переработанные материалы до потребления (например, производственные отходы). Целью также являются одноразовые полимерные кеги.

ПЕРВИЧНЫЙ ПЛАСТИК ИЗ ИСКОПАЕМОГО СЫРЬЯ

Группа стремится сократить на 50% использование первичного пластика из ископаемого сырья к 2030 году. Это может быть достигнуто путем уменьшения количества необходимого пластика за счет облегчения тары или путем замены первичного пластика из ископаемого сырья на перерабатываемые или возобновляемые материалы (как определено выше), такие, как переработанный ПЭТ или ПЭФ.

НОЛЬ Потери воды

Вода — это важный ресурс при создании пива. Охрана водных ресурсов имеет большое значение для бизнеса Carlsberg Group и для общества на рынках Группы.

Вода не только сама по себе является ключевым ингредиентом, она также используется в ходе процесса очистки и производства на пивоварнях Группы, а также для выращивания хмеля и зерна, которые компания использует для приготовления пива.

Carlsberg требуется достаточно воды для поддержания работы пивоварен и Группа обязалась использовать этот жизненно важный природный ресурс таким образом, чтобы не ставить под угрозу водоснабжение окружающих населенных пунктов, особенно в регионах с высоким риском нехватки воды.

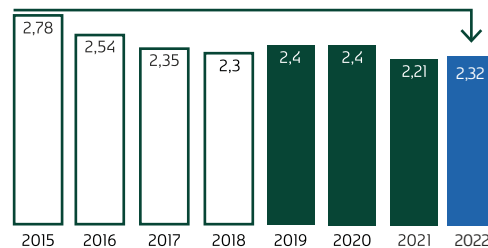
Лучший способ добиться этого — сделать пивоварни Carlsberg Group максимально эффективными, чтобы вода не расходовалась впустую, и повторно использовать воду там, где это возможно.

С 2015 года компания сократила количество используемой воды с 3,6 до 2,5 гектолитров (гл) на каждый гектолитр пива, которое производится на всех рынках Группы. Данный результат демонстрирует снижение показателя на 31%, что превышает цель на 2022 год в 25%, и делает Carlsberg одной из самых эффективных крупных пивоваренных компаний в мире. К 2030 году Carlsberg Group стремится снизить этот показатель до лидирующего в отрасли и по всему миру уровня 2,0 гл/гл.

Компания ставит новые цели по достижению результата в 1,7 гл/гл на собственных пивоварнях в зонах повышенного риска нехватки воды, при этом достигнув сокращения на 43% на этих пивоварнях к 2015 году.

Carlsberg Group также обеспечивает водоснабжением местные населенные пункты в районах повышенного риска нехватки воды с помощью местных партнерств и ставит перед собой новую амбициозную цель — восполнить к 2030 году 100% воды, потребляемой Группой в этих районах.

**УДЕЛЬНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ВОДЫ
В «АЛИВАРИИ»
(гл/гл)**



ПРОГРЕСС «АЛИВАРИИ» В ДОСТИЖЕНИИ ESG-ЦЕЛЕЙ В 2022 ГОДУ

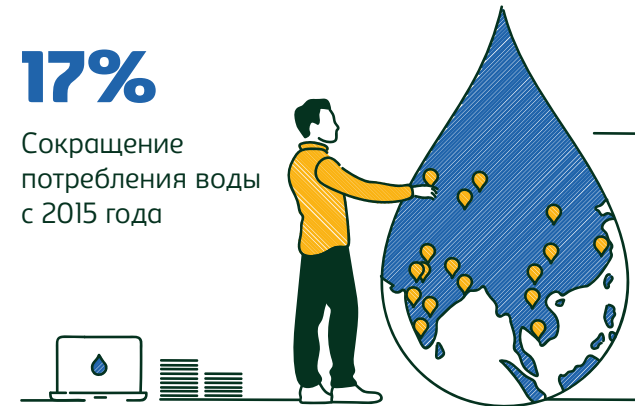
2,32 гл

Воды требуется пивоварне для производства 1 гл пива



17%

Сокращение потребления воды с 2015 года



ЦЕЛИ НА 2030 ГОД

- > Эффективность использования воды: **2 гл** воды/гл пива на всех пивоварнях Группы, и **1,7 гл** воды/гл пива на пивоварнях с высоким уровнем риска нехватки воды
- > **100%** восполнение использования воды на пивоварнях с высоким уровнем риска нехватки воды



ВМЕСТЕ К УСТОЙЧИВОМУ БУДУЩЕМУ В ДЕЙСТВИИ: НОЛЬ ПОТЕРИ ВОДЫ

СОМЕСТНАЯ РАБОТА ПО ЭКОНОМИИ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ В КИТАЕ

Повышение эффективности водопользования не всегда требует капиталовложений. На пивоваренном заводе Carlsberg Group в Лянпине (Китай) изменения в методах работы обеспечили достойные результаты по экономии водных ресурсов практически без затрат. Эти достижения принесли предприятию первую ежегодную награду как пивоваренному заводу с наилучшими показателями экономии воды в Азии в 2022 году.

Успешный результат предприятия в Лянпине основан на командной работе. Сотрудников пивоварни попросили придумать, как можно сэкономить воду, исходя из их опыта работы на производственной линии.

Более 80 идей сотрудников были воплощены в жизнь, а люди, чьи предложения привели к значительной экономии водных ресурсов, получили вознаграждение за работу их команд. Технологические корректировки вари-

ровались от относительно простых до более сложных, от устранения потерь воды до её извлечения и повторного использования. Внедрение большинства идей практически не требовало затрат на реализацию, что сделало эти водосберегающие решения экономически эффективными и имеющими большой потенциал для применения на других пивоваренных заводах региона.

Эти, казалось бы, небольшие изменения имеют большое значение, способствуя сокращению потребления воды на 26% в течение двух лет и позволяя пивоварне достичь высокой эффективности: 2,0 гл воды на каждый гл пива, произведенного в 2022 году.

Уроки, полученные в ходе этого пилотного проекта в Лянпине и аналогичного испытания в Дачжулине, с 2023 года будут применяться на других пивоваренных заводах Carlsberg Group с высоким уровнем риска нехватки воды по всей Азии, опираясь на единый командный дух.

«Мы стремимся прививать привычку экономии воды и устанавливать лимиты по потреблению воды.»

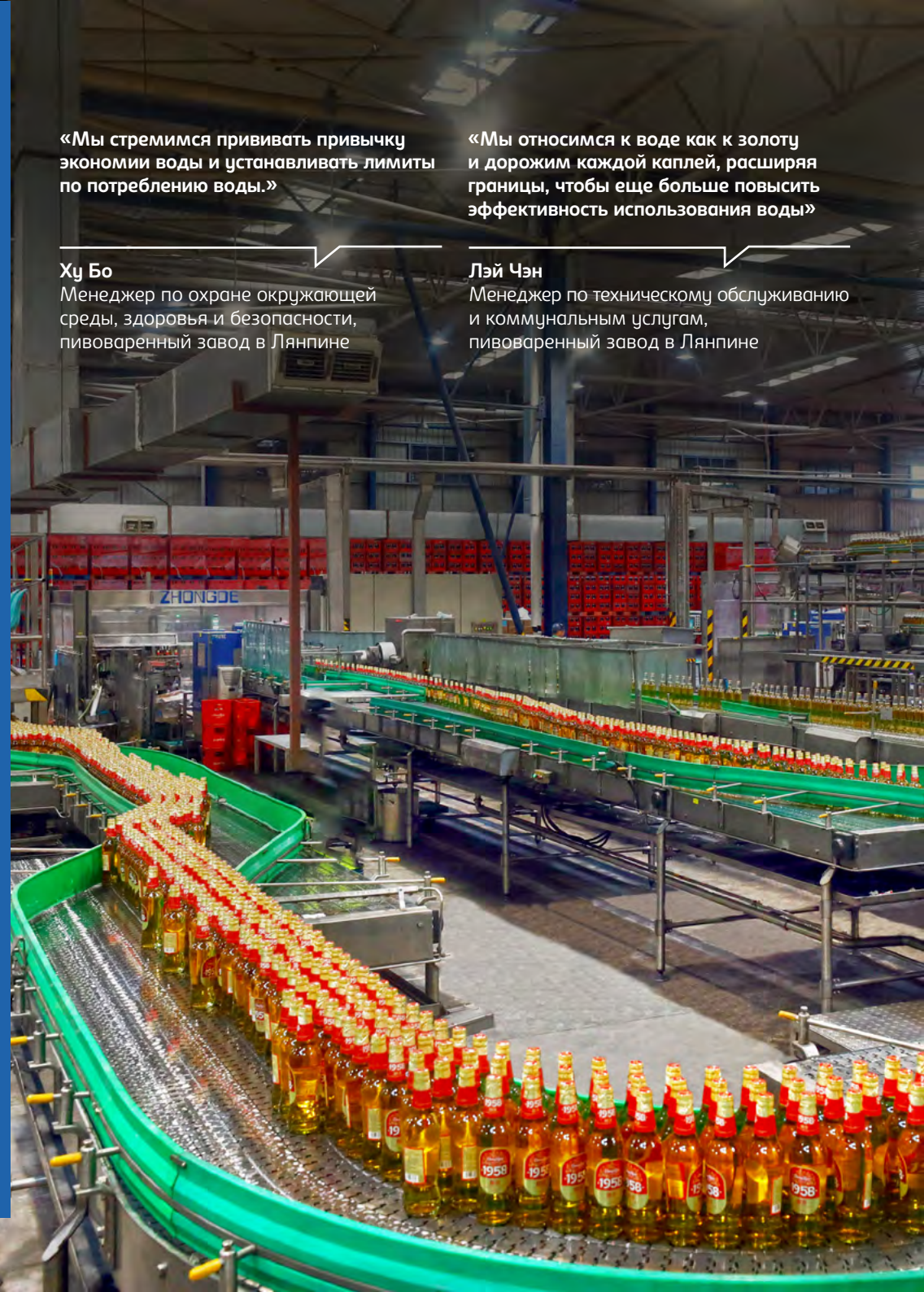
Ху Бо

Менеджер по охране окружающей среды, здоровья и безопасности, пивоваренный завод в Лянпине

«Мы относимся к воде как к золоту и дорожим каждой каплей, расширяя границы, чтобы еще больше повысить эффективность использования воды»

Лэй Чэн

Менеджер по техническому обслуживанию и коммунальным услугам, пивоваренный завод в Лянпине



Пивоваренный завод «Аливария» не находится в зоне риска нехватки воды. Однако являясь компанией, ответственно подходящей к использованию природных ресурсов, «Аливария» стремится обеспечить экономное расходование воды по всей производственно-сбытовой цепочке.

С 2015 года компании удалось уменьшить удельное потребление воды на 17%, сократив потери воды и увеличив эффективность технологических процессов. В 2015 году для производства 1 гектолитра пива компания расходовала 2,78 гл воды, в 2022 году показатель удельного водопотребления составил 2,32 гл., что выше показателя 2021 года в 2,21 гл.

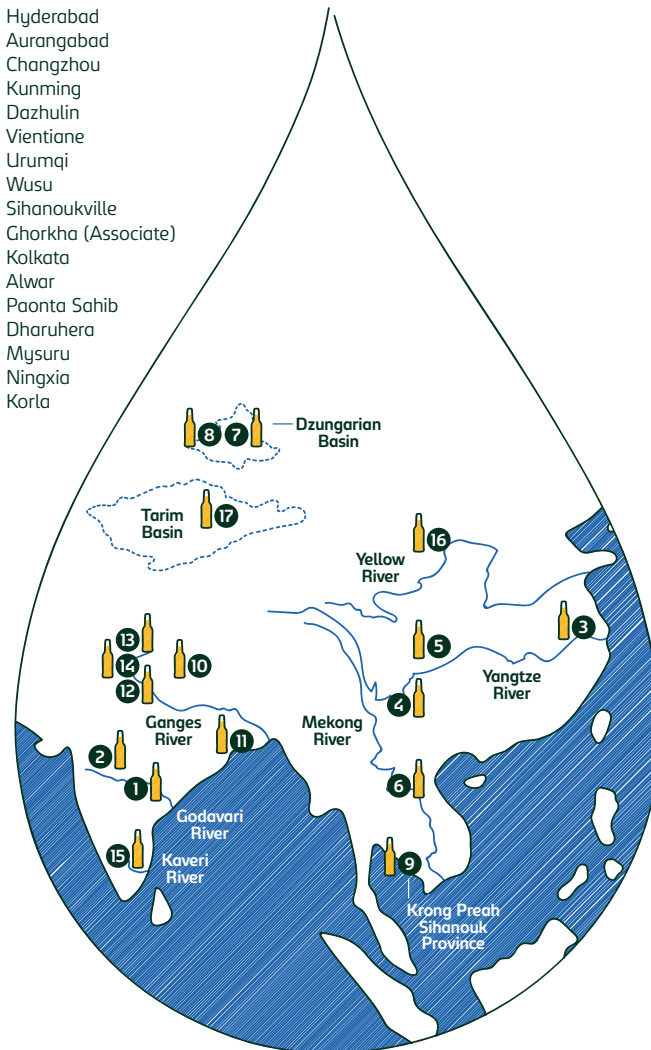
Рост расхода воды в прошлом году связан с увеличением числа СИП-моёк при переходе с пивных напитков на пиво, а также из-за изменения объемов розлива в разные типы упаковки: продукция, которую ранее разливали в алюминиевую тару на других площадках, в 2022 году стали разливать на территории «Аливарии» в стеклянную тару.

Прогресс в эффективности потребления воды с 2015 года был достигнут благодаря внедрению системы оборотного и повторного водоснабжения для технических нужд, использованию режимных карт, ежесуточному контролю за потреблением воды на водоподготовке.

«Аливария» продолжит в 2023 году работать над снижением удельного потребления воды, чтобы достичь стратегической цели к 2030 году — **НОЛЬ** потери воды.

Пивоваренные заводы в районах с высоким риском нехватки водных ресурсов

- 1 Hyderabad
- 2 Aurangabad
- 3 Changzhou
- 4 Kunming
- 5 Dazhulin
- 6 Vientiane
- 7 Urumqi
- 8 Wusu
- 9 Sihanoukville
- 10 Ghorkha (Associate)
- 11 Kolkata
- 12 Alwar
- 13 Paonta Sahib
- 14 Dharuhera
- 15 Mysuru
- 16 Ningxia
- 17 Korla



НОЛЬ ПОТЕРИ ВОДЫ: ЧТО МЫ ИМЕЕМ В ВИДУ

ПИВОВАРЕННЫЕ ЗАВОДЫ

Компания стремится сократить количество воды, используемой для производства каждого гектолитра пива и напитков, до среднего уровня 2 гл/гл на всех рынках. Сюда входят все пивоваренные заводы с контрольным пакетом акций, а также заводы по производству безалкогольных напитков и воды. Программа включает в себя все операции пивоваренного завода, в том числе офисы на территории предприятия, производство и склады.

Carlsberg Group ставит новую цель — достичь результата в 1.7 гл/гл на пивоваренных заводах в зонах повышенного риска нехватки воды, определенных в результате анализа рисков, связанных с водными ресурсами, с использованием инструмента оценки рисков WWF Water Risk Filter. Данный анализ выявил, что в зоне повышенного риска находятся 17 пивоваренных заводов Группы, все они расположены в Азии. Из них 16 включены в рамках цели Carlsberg group 1.7 гл/гл. Один завод не был включен, поскольку он не является дочерним предприятием компании.

ОБЩЕСТВО

К 2030 году Carlsberg Group ставит цель восполнить 100% водных ресурсов, используемых на пивоваренных заводах в зонах повышенного риска нехватки воды. Компания планирует достичь этого результата в местах, где расположены пивоварни Группы, за счет партнерства, обеспечивающего сохранение и восстановление водных ресурсов для местного населения, проживающего в бассейнах рек, которые отнесены к категории высокого риска.

Восполнение воды, потребляемой каждой пивоварней, должно происходить в бассейне реки, где расположена эта пивоварня. С 2023 года Carlsberg начнет оценивать и измерять количество воды, восполняемой в рамках водных партнерств Группы, используя критерии, определенные стандартом по учету водных льгот the World Resources Institute's Volumetric.



НОЛЬ Безответственного потребления

Carlsberg Group работает над расширением безалкогольного ассортимента в портфеле компании, поддерживает и поощряет ответственное потребление алкоголя.

Потребители во всем мире ведут здоровый, сбалансированный образ жизни, и это все больше отражается на их выборе напитков.

Пиво и сидр уже имеют относительно низкое содержание алкоголя по сравнению с вином и другими спиртными напитками. Carlsberg повышает привлекательность, разнообразие и доступность безалкогольной и слабоалкогольной продукции в своем портфеле. Расширяя выбор для потребителей, компания будет еще больше дифференцировать свои продукты таким образом, чтобы это было полезно для общества и бизнеса Группы.

Программа «Вместе к устойчивому будущему» включает в себя новую амбициозную цель: 35% пива, производимого на пивоварнях Группы, содержит не более 3.5% алкоголя.

Carlsberg также продолжает призывать потребителей ответственно относиться к потреблению всех продуктов компании. Злоупотребление алкоголем, в том числе употребление алкоголя несовершеннолетними, за рулем или в чрезмерных количествах, остается глобальной проблемой общественного здравоохранения. Группа решает эту проблему с помощью собственных действий и партнерств, адаптируя свой

подход к различным культурам потребления алкоголя и отношению к алкоголю на каждом рынке.

Как ответственный производитель пива, Carlsberg Group стремится создать позитивную культуру потребления на каждом из рынков компании, предоставляя потребителям безалкогольные и слабоалкогольные варианты продукции, а также информацию, помогающую сделать правильный выбор. Борьба с употреблением алкоголя несовершеннолетними является глобальным приоритетом и Carlsberg продолжает размещать информацию о возрастных ограничениях на всех продуктах компании.

Цель НОЛЬ безответственного потребления алкоголя поддерживает цель ООН и Всемирной организации здравоохранения по сокращению злоупотребления алкоголем. Это также помогает защитить нашу репутацию и лицензию на деятельность, способствует росту бизнеса, поскольку мы руководствуемся потребительским спросом на безалкогольное и слабоалкогольное пиво.



3.5.2 & 3.6.1



12.6.1

ПРОГРЕСС «АЛИВАРИИ» В ДОСТИЖЕНИИ ESG-ЦЕЛЕЙ В 2022 ГОДУ

100%

торговых точек, которые продают пиво компании, предлагают безалкогольный продукт



77,9%

доля продукции компании «Аливария» в сегменте безалкогольного пива



12,1%

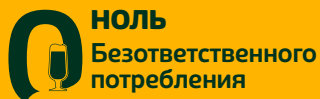
рост доли рынка безалкогольного пива с 2021 года в Беларуси*

* по данным Nielsen



ЦЕЛИ НА 2030 ГОД

- › **100%** наличие предупредительных сообщений об ответственном потреблении на упаковке и в рамках активаций брендов
- › **100%** рынков Группы сотрудничает с партнерами в поддержку ответственного потребления
- › **100%** доступность безалкогольного пива
- › **35%** всего пива Группы слабоалкогольное или безалкогольное



ВМЕСТЕ К УСТОЙЧИВОМУ БУДУЩЕМУ В ДЕЙСТВИИ: НОЛЬ БЕЗОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

ПОДВОДНЫЙ БАР ПОДНИМАЕТ ВОПРОС ОПАСНОСТИ УПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ НА МОРСКОМ ОТДЫХЕ

Реклама Carlsberg известна своей креативностью и остроумием. В 2022 году Группа использовала свой товарный знак, чтобы привлечь внимание к серьезной проблеме в Швеции: опасности употребления алкоголя на море во время летнего сезона катания на лодках.

В период COVID-19 интерес к плаванию на лодках возрос. Однако употребление алкоголя во время катания на лодке очень распространенное явление и его последствия могут быть фатальными. В период с 2011 по 2019 год в Швеции в результате несчастных случаев на прогулочных лодках погибли 230 человек, более, чем у половины из них, в крови был обнаружен алкоголь.

Компания Carlsberg Sverige поставила перед собой цель привлечь внимание

к проблеме и представила безалкогольное пиво от Carlsberg в качестве решения. Результатом стала кампания, которая охватила более 35 миллионов человек с основным сообщением: «Не стоит выпивать и кататься на лодке. Оставайся трезвым и плыви».

Инновационный подход включал в себя рекламу с подводным баром, до которого можно добраться с помощью дайвинга. Бар, расположенный недалеко от пирса в популярном летнем городе Смёген, предлагал туристам возможность попробовать безалкогольное пиво на морском дне под руководством местного дайвинг-клуба.

Полностью оборудованный бар включал в себя стойку, табуретки, охладитель пива и краны, а также выбор вкусных безалкогольных сортов пива Carlsberg Sverige.

«Мы считаем, что подводный бар Carlsberg Sverige был фантастической инициативой, которая, мы надеемся, заставит больше людей выбирать безалкогольные альтернативы на море.»

Самуэль Лёфгрэн
Рыбный ресторан Гёста в Смёгене

«Как ведущая пивоварня и дистрибьютор алкогольных напитков мы несем ответственность за то, как потребляются наши напитки. Мы стремились к тому, чтобы подводный бар стал важным напоминанием о необходимости воздержаться от употребления алкоголя в море и выбрать вместо него безалкогольную альтернативу.»

Хенрик Быстрём
Директор по корпоративным отношениям,
Carlsberg Sverige



РАСШИРЕНИЕ ВЫБОРА ЗА СЧЕТ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ И СЛАБОАЛКОГОЛЬНЫХ СОРТОВ ПИВА

Привычки потребления алкоголя меняются, поскольку люди все больше уделяют внимание здоровью и хорошему самочувствию вследствие пандемии COVID-19.

Многие потребители сегодня акцентируют внимание на качестве, а не на количестве, и почти четверо из десяти (38%) говорят, что предпочитают употреблять алкоголь в умеренном количестве.

Carlsberg обладает всеми ресурсами для удовлетворения спроса благодаря многолетней работе по созданию разнообразных сортов пива с интересными вкусами, а также инвестициям в развитие безалкогольного портфеля. Все международные бренды Carlsberg Group уже предлагают как минимум один сорт безалкогольного пива. Компания нацелена к 2030 году предлагать потребителям безалкогольное пиво на 100% рынков, в 2022 году этот показатель

достиг 90%, а объем продаж AFB портфеля вырос на 94% с 2015 года. Благодаря меньшему содержанию алкоголя (3,5% или менее) слабоалкогольные сорта (LAB) также набирают популярность.

Значительное внимание компании к категориям AFB и LAB оказывают положительное влияние на здоровье населения и способствуют росту бизнеса Группы. Продукция с низким содержанием алкоголя у потребителей ассоциируется с более положительным влиянием на здоровье, а стимулирование потребителей выбирать данный тип продукции способствует снижению злоупотребления алкоголем.

Всемирная организация здравоохранения призвала предприятия заменить продукцию с высоким содержанием алкоголя на безалкогольную или слабоалкогольную в поддержку своей цели по снижению вредного потребления алко-

ля на 20%. В некоторых регионах роль безалкогольных и слабоалкогольных напитков в поддержке здоровья общества подкрепляется нормативными актами, включая новое руководство Европейского Союза, которое позволяет странам-участницам освобождать производителя от налогов на пиво с низким содержанием алкоголя (менее 3,5%).

Ускоренное развитие безалкогольных и слабоалкогольных предложений является центральным элементом как бизнес-стратегии ПАРУСА'27, так и программы «Вместе к устойчивому будущему». Впервые Carlsberg поставил цель объединить категории AFB и LAB, чтобы к 2030 году достичь доли данных категорий в 35% от всей продукции, которую мы продаем. В 2022 году эта доля уже составляла 26%.

БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ И СЛАБОАЛКОГОЛЬНЫЕ СОРТА ПИВА В 2022 ГОДУ

3,3 млн. гл
МИРОВОЙ ОБЪЕМ ПРОДАЖ БЕЗАЛКОГОЛЬНОГО ПИВА

32
НОВЫХ БЕЗАЛКОЛЬНЫХ ПРОДУКТА БЫЛИ ВЫПУЩЕНЫ НА ВСЕХ РЫНКАХ

42
РЫНКА ПРЕДЛАГАЮТ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЙ ПРОДУКТ ЧЕРЕЗ ЭКСПОРТНЫЕ И ЛИЦЕНЗИОННЫЕ СОГЛАШЕНИЯ

+94%
РОСТ МИРОВОГО ОБЪЕМА ПРОДАЖ AFB С 2015 ГОДА

+26%
ДОЛЯ AFB И LAB КАТЕГОРИЙ В ПОРТФЕЛЕ CARLSBERG GROUP

НАИБОЛЬШАЯ ДОЛЯ РЫНКА AFB В ЗАПАДНОЙ, ЦЕНТРАЛЬНОЙ И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЕ

НОЛЬ БЕЗОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ: ЧТО МЫ ИМЕЕМ В ВИДУ

БЕЗАЛКОГОЛЬНОЕ И СЛАБОАЛКОГОЛЬНОЕ ПИВО

Цели Carlsberg Group на 2030 год включают повышение внимания к предложению потребителям ответственного выбора напитков. Группа расширила свою цель на 2022 год — продажа безалкогольного пива (AFB) на 100% рынков компании — и также поставила новую цель: к 2030 году 35% производимого пива Группы (пиво, сидр, квас и напитки на основе солода) во всем мире должны быть слабоалкогольными (LAB) или безалкогольными (AFB). Carlsberg Group определяет AFB как 0,0–0,5% алкоголя по объему (ABV) и LAB как 0,6–3,5% ABV.

СООБЩЕНИЯ НА УПАКОВКЕ

Вместе с другими представителями отрасли Carlsberg Group обязалась к концу 2024 года включить предупредительные сообщения об ответственном потреблении, связанные с возрастными ограничениями, на 100% упаковки всех алкогольных и безалкогольных продуктов компании. Цель компании на 2030 год в рамках программы «Вместе к устойчивому будущему» обеспечит поддержание этого результата по мере развития глобального портфеля компании.

МЕСТНЫЕ ПАРТНЕРСТВА

Из-за задержек в работе, частично вызванных пандемией COVID-19, Carlsberg пролонгировал цель на 2022 год по созданию партнерских отношений на каждом рынке с целью поддержки ответственного потребления до 2030 года. Группа отказалась от целей для каждого отдельного рынка на 2030 год по развитию культуры ответственного потребления от года к году, поскольку другие цели Carlsberg Group на 2030 год будут способствовать прогрессу в этой области, что делает отдельную цель излишней.





НОЛЬ

Безответственного потребления

ВСЕМИРНЫЙ ДЕНЬ ОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ: СУХОЙ ПЛЯЖ ОТ «АЛИВАРИИ»

Тема безопасности во время пляжного отдыха актуальна каждое лето: не все соблюдают простые, но важные правила, как результат статистика гибели в водоемах, к сожалению, обновляется ежегодно. Именно поэтому в преддверии Всемирного дня ответственного потребления бренд «Аливария» решил обратиться к теме безопасности на пляже и на воде.

С целью ответственного закрытия купального сезона «Аливария» пригласила минчан и гостей столицы на «сухой пляж», где все желающие могли пройти аквафест, получить тематические призы от бренда, а ещё сделать яркие фото в «сухом бассейне» и просто отдохнуть. Поддержать акцию, проходившую на

Комсомольском озере, пришли также популярные блогеры и лидеры мнений для привлечения внимания своей аудитории к теме безопасности на воде.

На протяжении летнего сезона «Аливария» много внимания уделяла ESG-принципам устойчивого развития, неотъемлемой частью которого является и культура ответственного потребления. В 2022 году бренд представил безалкогольную новинку, а в продолжение темы поддержал Всемирный день ответственного потребления, который ежегодно отмечают в сентябре более чем в 62 странах.



НОЛЬ Несчастных случаев

Безопасность — главный приоритет Carlsberg Group. Любая травма является недопустимой, ведь цель компании — достижение культуры НОЛЬ несчастных случаев.

Обеспечение безопасности сотрудников Carlsberg Group и всех, кто работает с компанией, является необходимым условием для ведения бизнеса. Знание того, что Группа уделяет первостепенное внимание здоровью и безопасности, также помогает сотрудникам Carlsberg чувствовать, что они являются ценной частью команды-победителя. Строгие стандарты безопасности действуют на всех предприятиях Группы. Они подкреплены Правилами, сохраняющими жизнь (Life Saving Rules), которые определяют безопасные методы работы на пивоваренных заводах, складах и офисах, а также на дорогах.

Безопасное поведение является центральным элементом культуры НОЛЬ несчастных случаев. Руководители, линейные сотрудники, контрагенты и временные работники должны заботиться о своей безопасности и о безопасности окружающих. Компания проводит четкий инструктаж и обучение, чтобы дать людям возможность работать безопасно, а также выявлять, сообщать и принимать меры для предотвращения небезопасного поведения.

Carlsberg Group прилагает все усилия для создания безопасной среды, улучшая ее каждый год, неуклонно следуя курсу НОЛЬ несчастных случаев.

С 2015 года Группа сократила количество несчастных случаев с временной потерей трудоспособности на 37%. Но изменение поведения требует времени, и Carlsberg еще предстоит работа по внедрению культуры НОЛЬ несчастных случаев на пивоваренных заводах, которые были приобретены в 2020 году.

Глобальные показатели безопасности Carlsberg улучшаются от года к году и к 2022 году компания добилась значительного сокращения несчастных случаев, связанных с деятельностью в условиях высокой опасности, на которую распространяются Правила, сохраняющие жизнь.

В 2022 году в целях дальнейшего усиления контроля на уровне Исполнительного комитета вице-президент по операционной деятельности взял на себя общую ответственность по достижению результата в данном направлении в качестве главы Совета по охране труда и технике безопасности.



8.8.1



12.6.1

ПРОГРЕСС «АЛИВАРИИ» В ДОСТИЖЕНИИ ESG-ЦЕЛЕЙ В 2022 ГОДУ

1053

визита безопасности было проведено в «Аливарии»



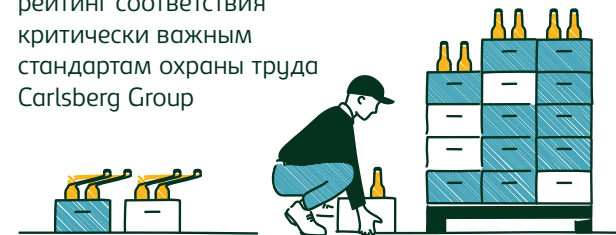
0

показатель несчастных случаев с временной потерей трудоспособности



99,5%

рейтинг соответствия критически важным стандартам охраны труда Carlsberg Group



ЦЕЛИ НА 2030 ГОД

- › **НОЛЬ** несчастных случаев с временной потерей трудоспособности
- › Сокращение числа несчастных случаев **от года к году**



ВМЕСТЕ К УСТОЙЧИВОМУ БУДУЩЕМУ В ДЕЙСТВИИ: КУЛЬТУРА НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ

РАСШИРЕНИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ВОДИТЕЛЕЙ ПО ВЫЯВЛЕНИЮ И ИЗМЕНЕНИЮ НЕБЕЗОПАСНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Безопасность на дорогах остается одним из самых больших рисков для Carlsberg Group. Поездка за рулем на расстояние 25 000 миль по рабочим вопросам в течение года занимает третье место среди самых опасных видов деятельности, связанных с работой человека¹.

Carlsberg Group обучает всех своих водителей правилам безопасности на дорогах. По оценкам 94%² дорожно-транспортных происшествий происходит по вине человека, и сейчас компания делает еще один шаг вперед чтобы помочь сотрудникам действовать на дорогах безопасно с помощью простого в использовании приложения Brightmile.

Водителям достаточно загрузить Brightmile на свой смартфон, чтобы получать регулярные отчеты о том, насколько хорошо они выполняют свою работу. Его приборная панель отслеживает такие факторы, как частота превышения водителями скоростного режима, резкое ускорение или слишком быстрое пересечение перекрестков,

а также длительность перерывов в движении. Также анализируется, не слишком ли долго водитель без перерыва едет за рулем. Идея состоит не в том, чтобы неодобрительно наблюдать за водителями — менеджеры не видят отчеты о местонахождении водителей или об отдельных поездках, — а в привлечении внимания водителей к рискованному поведению, о котором они могут даже не подозревать. Carlsberg Group также использует приложение для стимулирования безопасного поведения, позволяя водителям зарабатывать баллы, которые можно обменять на призы, и награждая бонусами самых безопасных водителей.

В Малайзии, где Carlsberg Group внедрила Brightmile для всех своих водителей, количество рискованных действий уже снизились на 24%, а превышение скорости — на 28%, что способствовало значительному сокращению ДТП.

К концу 2022 года более 1600 водителей Carlsberg в Малайзии, Камбодже, Гонконге и Вьетнаме использовали Brightmile. Вместе они уже проехали в приложении более 2,7 миллиона километров. В 2023 году Группа планирует расширить использование Brightmile или аналогичных приложений для своих водителей на других рынках.

«В 2022 году компания Carlsberg внедрила одну из самых инновационных и дружелюбных к водителям программ по безопасности и устойчивому развитию на четырех азиатских рынках, а в ближайшее время программы будут внедрены и на других рынках. Мы используем поощрение и вознаграждение, чтобы стимулировать изменение поведения водителей. Результаты говорят сами за себя — значительное сокращение рискованного поведения водителей».

Адам Хоус
Соучредитель, Brightmile

«Пять направлений приложения Brightmile — риск, превышение скорости, отвлечение внимания, усталость и экологичность — помогли мне уделять больше внимания дорожным условиям и каждой возникающей потенциально рискованной ситуации. Благодаря Brightmile я теперь соблюдаю скоростной режим в различных местах, таких как школы, жилые районы и автомагистрали с серьезной осторожностью, чтобы избежать несчастных случаев».

Бе Е Сон
Carl's Shop Project Executive, Carlsberg Malaysia



¹ Royal Society for the Prevention of Accidents (UK).
² National Highway Traffic Safety Administration (USA).



НОЛЬ Несчастных случаев

ПРАВИЛА, СОХРАНЯЮЩИЕ ЖИЗНЬ



Всегда следуйте правилам безопасного движения (стоя на месте и в дороге)



Всегда следуйте процедуре lockout/tagout (loto)



Не обходите и не удаляйте защитные устройства и установленные барьеры в виде машин и оборудования



Всегда следуйте правилам работы на высоте



Всегда следуйте процедурам и требованиям для входа в замкнутое пространство

КУЛЬТУРА НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ В «АЛИВАРИИ»

В фокусе особого внимания в течение всего года были вопросы, связанные с безопасностью и охраной труда сотрудников.

Компания всегда делает особый упор на обучение членов команды. В 2022 году более 500 сотрудников «Аливарии» прошли обучение по 15 курсам: спасение из замкнутых пространств, расследование несчастных случаев, пожарно-технический минимум, вождение, погрузочно-разгрузочные работы и оказание первой медицинской помощи и другие. Более 15 сотрудников повысили свою квалификацию.

Визиты безопасности, способствующие улучшению условий труда и повышению уровня безопасности, играют важную роль в формировании культуры НОЛЬ несчастных случаев. В 2022 году их количество составило 1053.

Особое внимание уделено безопасному поведению водителей компании на дорогах. В течение прошлого года обучение по программе безопасного вождения прошли 40 водителей легковых автомобилей на автодроме с внешним тренером, 29 водителей легковых автомобилей и 25

водителей грузовых автомобилей прошли комментированное вождение с внутренним тренером. В рамках курса водители приобрели основные навыки безопасного управления автомобилем, закрепили знания о правилах дорожного движения, пройдя тест.

МЧС совместно с сотрудниками «Аливарии» провели тактико-специальное учение и две тренировки на темы: «Действия при возгорании и оперативная связь»; «Действия работников предприятия при получении информации о возникновении задымления и возгорания в заводской центральной лаборатории». За 2022 год 51 сотрудник прошел обучение по пожарно-техническому минимуму.

Благодаря усилиям команды «Аливарии» рейтинг соответствия критически важным стандартам охраны труда Carlsberg Group в 2022 году составил 99,5%.



НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ ЧТО МЫ ИМЕЕМ В ВИДУ

НЕСЧАСТНЫЕ СЛУЧАИ:

Carlsberg определяет их как несчастные случаи на производстве, в результате которых травмированный или заболевший человек по медицинским показаниям считается нетрудоспособным в течение как минимум одного дня, начиная со следующего дня после инцидента и заканчивая днем до возвращения на работу, включая свободное от работы время для отдыха, восстановления или лечения. Компания сообщает об общем количестве несчастных случаев среди сотрудников и подрядчиков и стремится к тому, чтобы к 2030 году была достигнута цель НОЛЬ несчастных случаев с временной потерей трудоспособности.

ЧИСЛО НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ:

Этот показатель рассчитывается как количество несчастных случаев с временной потерей трудоспособности, умноженное на 1000 и деленное на количество сотрудников Carlsberg Group, работающих полный день. Компания нацелена на снижение этого показателя от года к году, чтобы к 2030 достичь нулевого показателя.

ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС

Компания «Аливария», как часть Carlsberg Group, придерживается этического подхода в принятии деловых решений и в отношениях с заинтересованными сторонами.

Её успех основан на ответственном ведении бизнеса. Эта приверженность заложена глубоко в ДНК Carlsberg Group, и именно этого ждут от компании сотрудники, клиенты, деловые партнеры и общество.

НАШ КОМПАС

В «Аливарии», как и на всех рынках Группы, действует программа «Наш Компас», определяющая нормы этического поведения в компании и являющаяся составной частью программы «Вместе к устойчивому будущему».

Кодекс этики и поведения является важной составляющей программы «Наш компас». В 2022 году Кодекс был дополнен руководством с практическими примерами из реальной жизни, чтобы помочь сотрудникам и их руководителям лучше понять различные обстоятельства, которые могут привести к личному конфликту. Помимо этого «Наш Компас» включает в себя различные политики Группы (противодействие взяточничеству и коррупции, защита трудовых отношений и прав человека, политика в области антимонопольного законодательства и другие) обучение, проверку контрагентов и SpeakUp.

Следование «компасу» является обязательным для каждого сотрудника компании. И требует активного участия сотрудников, поэтому в компании действует система «SpeakUp» (на условиях анонимности), которая позволяет сообщать о нарушениях на рабочем месте (мошенничество, сексуальные домогательства, небезопасные условия работы и т.д.).

ОТВЕТСТВЕННЫЙ ВЫБОР ПОСТАВЩИКОВ

При выборе поставщиков компания стремится сотрудничать с теми, кто разделяет ценности и ответственный подход Группы к ведению бизнеса. На всех рынках Carlsberg Group действует Кодекс поведения поставщиков и лицензиатов (Supplier & Licensee Code of Conduct), на основании которого компания выстраивает взаимоотношения с контрагентами. Широкомасштабные стандарты охватывают деловую этику, трудовые отношения и права человека, вопросы качества, безопасность и экологическую устойчивость.

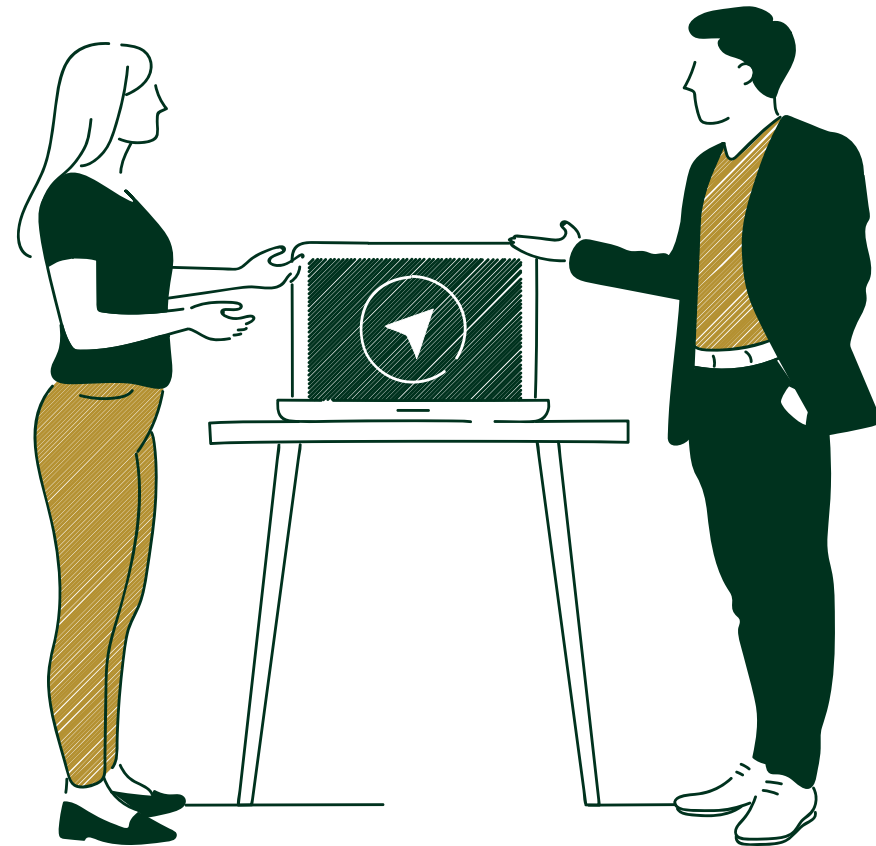
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С МЕСТНЫМ СООБЩЕСТВОМ

Carlsberg Group, как глобальный бизнес с известными брендами, оказывает влияние на потребителей и местные сообщества на всех рынках. Группа ответственно подходит к своей деятельно-

сти и сотрудничает с деловыми партнерами и некоммерческими организациями для поддержания различных инициатив в сферу устойчивого развития, ответственного потребления, инклюзивности и стабильного экономического роста. Часть общественных проектов Группы направлены на реализацию программы «Вместе к устойчивому будущему» в зависимости от вопросов, которые являются

актуальными для местных сообществ на разных рынках. Компания «Аливария» обеспечивает напрямую рабочими местами более 860 сотрудников и способствует созданию дополнительных рабочих мест в смежных отраслях: сельском хозяйстве, складской и транспортной логистике, производстве упаковки, торговле и сфере гостеприимства. В соответствии с ESG-программой

Carlsberg Group «Вместе к устойчивому будущему» «Аливария» работает над модернизацией производства, сокращая углеродный след, уменьшая использования водных ресурсов и электроэнергии, а также реализует политику DE&I и популяризирует тему ответственного потребления.



СОДЕЙСТВИЕ РАЗНООБРАЗИЮ, РАВЕНСТВУ И ИНКЛЮЗИИ

Carlsberg Group стремится создавать справедливую, равную и инклюзивную рабочую среду, в которой все сотрудники чувствуют себя комфортно.

Как крупный международный бизнес Carlsberg несет ответственность за продвижение разнообразных мнений и взглядов в современном обществе. Для компании разнообразие, равенство и инклюзия (DE&I) — это приоритет бизнеса, а не необходимое требование.

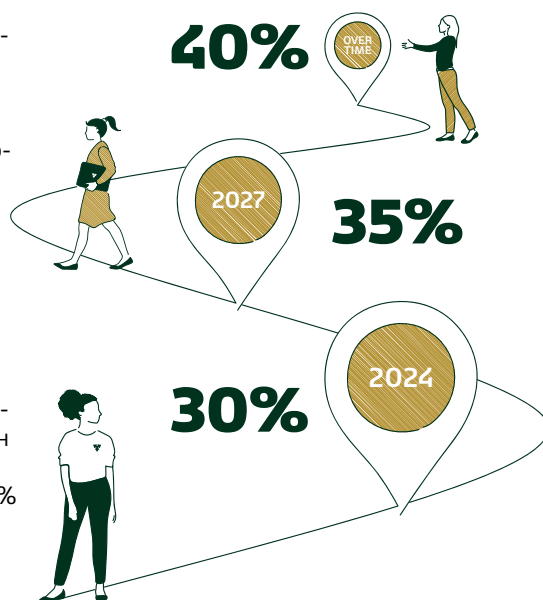
Многочисленные бренды Carlsberg по всему миру столь же разнообразны, как и сотрудники, клиенты и потребители. Использование разнообразия опыта и взглядов сотрудников помогает компании создать команду победителей, где каждый сотрудник может быть самим собой. Это чувство сопричастности поддерживает творчество и инновации, делая бизнес более успешным.

Важность разнообразия, равенства и инклюзии высоко оценивается руководством компании, все руководители проходят специальное обучение по вопросам инклюзивности. Правильный гендерный баланс в компании проложит путь к более разнообразной представленности в команде. Carlsberg Group установила краткосрочные цели по привлечению и развитию большего числа женщин-лидеров в отрасли, где традиционно доминируют мужчины: 30% женщин на руководящих должностях к 2024 году, достижение 35% к 2027 году и минимум 40% со временем.

Продвижение равенства также укрепляет доверие к культуре компании. Carlsberg обеспечивает равный доступ к возможностям

посредством последовательных, справедливых и прозрачных политик и практик, и проявляет абсолютную нетерпимость к дискриминационному поведению и домогательствам.

Компания возлагает на себя ответственность за продолжение пути в области продвижения политики DE&I, получая регулярную обратную связь от сотрудников через опросы и оценивая достижения в сравнении с другими компаниями.



WELCOME YOU
DIVERSITY EQUITY INCLUSION



ЖАЖДА РОСТА

10-й сезон программы развития молодых талантов «Жажда роста» был запущен в 2022 году.

В рамках программы «Аливария» дает возможность студентам выпускных курсов и молодым специалистам пройти оплачиваемую стажировку в международной компании. Активные и целеустремленные молодые люди в течение 3-6 месяцев получают шанс попробовать себя в таких направлениях, как логистика, продажи, планирование, IT, маркетинг, связи с общественностью, работа с персоналом.

В 2022 году чтобы помочь потенциальным кандидатам определиться с выбором, узнать тонкости работы в крупной компании «Аливария» запустила экспресс-школу «Жажда роста».

Школа состояла из цикла мастер-классов по тематическим направлениям. Для участников была проведена экскурсия на производстве и организовано общение с опытными спикерами – сотрудниками компании, а также выпускниками стажировок прошлых лет, которые поделились своими профессиональными навыками. Мастер-классы прошли в музее «Аливария», участие в школе «Жажда роста» приняли 62 человека.

В юбилейный сезон для участия в стажировке было получено 430 заявок, тестирование прошли 245 участников и 104 из них выполнили профессиональные кейсы. По итогам набора 11 молодых талан-

тов в феврале 2023 года начали стажировку в компании по 10 направлениям.

Проект «Жажда роста» существует с 2013 года и за это время участниками отбора стали более 3191 человека, оплачиваемую стажировку прошли свыше 85 специалистов, и каждый второй продолжил карьеру в компании. Четыре выпускника заняли руководящие позиции в «Аливарии».

В дальнейшем мы планируем развивать программу «Жажда роста» и привлекать новые молодые таланты в «Аливарию».

430

заявок получено для участия в программе

11

Молодых талантов начали проходить стажировку в компании



Школа «ЖАЖДА РОСТА»

24-28 октября

2022

ОАО «ПИВОВАРЕННАЯ КОМПАНИЯ
АЛИВАРИЯ», Республика Беларусь
220002, г. Минск, ул. Киселева, 30
тел./факс: +375 17 239-58-36
info@alivaria.by
www.alivaria.by

Аливария 
Part of the Carlsberg Group