

ОТЧЁТ ОБ УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ 2019

Аливарта
Part of the Carlsberg Group



СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ


Предисловие генерального директора группы компаний Carlsberg Group3


Предисловие генерального директора ОАО «Пивоваренная компания Аливария»4


Устойчивый бизнес5


Цель 4НОЛЯ: вместе для будущего6

НАШИ УСТРЕМЛЕНИЯ

 **НОЛЬ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА**9

 **НОЛЬ ПОТЕРЬ ВОДЫ**17

 **НОЛЬ БЕЗОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ**21

 **НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ**27

ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС31

ВКЛАД В ЭКОНОМИКУ35

ОБ ОТЧЕТЕ ПИВОВАРЕННОЙ КОМПАНИИ «АЛИВАРИЯ»

Данный отчет освещает деятельность компании «Аливария» в социальной, этической и экологической сферах в период с 1 января по 31 декабря 2019 года. При создании отчета мы ориентировались на отчет Carlsberg Group, который является сообщением о достигнутом прогрессе по применению принципов Глобального договора ООН.

Отчет разделен на три части. В первой части описана наша стратегия и детали реализации программы устойчивого развития «Цель 4НОЛЯ: вместе для будущего». Вторая часть рассказывает о том, как мы будем добиваться целевых показателей программы, а также раскрывает результаты нашей работы за 2019 год по четырем приоритетным направлениям. Третья часть предоставляет дополнительную информацию и включает в себя два блока: «Ответственный бизнес» и «Вклад в экономику»

 carlsberggroup.com

 [@carlsberggroup](https://twitter.com/carlsberggroup)

 [@carlsberggroup](https://www.instagram.com/carlsberggroup)

 [Carlsberg Group](https://www.linkedin.com/company/carlsberg-group)

О CARLSBERG GROUP



40,000+ увлеченных сотрудников

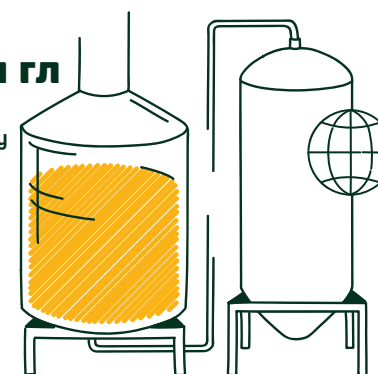


118 млн гл

качественного пива, сваренного в 2019 году

82

пивоварни по всему миру



СОТРУДНИЧЕСТВО ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛИ ЧНОЛЯ



Наша цель – варить пиво для лучшего сегодня и завтра. Каждый день мы создаем и продаем качественное пиво, которое высоко ценят наши клиенты. Инвестируя в экологическую политику «Цель ЧНОЛЯ: вместе для будущего» и постоянно модернизируя её, мы вносим свой вклад в лучшее завтра.

«Вместе» – ключевое слово. Успех нашего бизнеса тесно связан с партнерами, потребителями и, конечно же, природными ресурсами, от которых мы все зависим. Никто не может в одиночку справиться с трудностями, с которыми столкнулся мир. Только работая сообща мы можем быстрее достичь прогресса и тех результатов, которые иначе были бы невозможны.

В 2019 году Carlsberg Group смогла достичь целого ряда целей, в том числе интенсивный рост на рынке, значительное увеличение прибыли и устойчивый денежный оборот. Такой успех дал нам возможность инвестировать в технологии, инновации и эффективность, необходимые для реализации нашей программы «Цель ЧНОЛЯ: вместе для будущего» в такой трудный для планеты час. На Конференции ООН по изме-

нению климата в Мадриде мы присоединились к инициативе «Бизнес-амбиции для 1.5°C», тем самым еще раз подтверждая, что наше стремление бороться с изменением климата и достичь научно обоснованных целей совпадает с принятым в 2015 году Парижским соглашением и даже превосходит его.

Мы проработали большую работу по сокращению нашего углеродного следа. В 2019 году мы сократили количество выбросов на наших пивоварнях на 13% и увеличили процент возобновляемых энергоресурсов до 56%, сократив в то же время потребление воды на 3% до 3 гл/гл. Мы также добились существенного прогресса в разработке экологической упаковки, как, например, революционная бутылка из древесного волокна – мы представили два экспериментальных образца. Наша цель НОЛЬ безответственного потребления важна для нас: мы даем четкий сигнал потребителям, поощряем осознанное и умеренное потребление. Мы не можем контролировать то, как люди потребляют алкоголь, однако мы можем рекламировать наши бренды ответственно и лучше информировать потребителей. Мы также можем предложить

покупателям выбор, расширяя линейку безалкогольной продукции.

В нашем намерении достичь цели НОЛЬ несчастных случаев я рад объявить о значительном снижении числа несчастных случаев: в отчетном году этот показатель снизился на 15%. Это то, что может быть достигнуто за счет тяжелой и упорной работы в области охраны здоровья и безопасности. Однако многое еще предстоит сделать. В обучении и коммуникации мы продолжаем концентрироваться на том, что важнее всего, в первую очередь с помощью наших Жизненно Важных Правил.

И мы, конечно, были рады узнать, что согласно последнему опросу 90% наших коллег считают, что они работают в социально и экологически ответственной компании. Сотрудники видят, что мы делаем каждый день, поэтому их мнение для нас очень важно. Мы на верном пути, однако нам еще многое предстоит сделать, чтобы достичь «Цель ЧНОЛЯ: вместе для будущего»

Кеес 'т Харт
Президент и главный
исполнительный директор
Carlsberg Group

“Никто не может в одиночку справиться с трудностями, с которыми столкнулся мир. Только работая сообща мы можем быстрее достичь прогресса и тех результатов, которые иначе были бы невозможны.

Кеес 'т Харт
Президент и главный
исполнительный директор
Carlsberg Group

TOGETHER
TOWARDS
ZERO



Уважаемые партнеры, я рад представить вам девятый отчет компании «Аливария» в области устойчивого развития.

Сегодня «Аливария» - производитель пива №1 в Беларуси. Однако с успехом приходит и большая ответственность. Вот почему мы осознаем важность нашей работы по снижению воздействия на окружающую среду, по ответственному и прозрачному ведению бизнеса, а также по увеличению нашего вклада в экономику страны. Представляя результаты нашей работы за 2019 год, мы не собираемся останавливаться на достигнутом.

Этот отчет мы выпускаем в условиях COVID-19. Пандемия стала для

нас своеобразной проверкой на прочность: мы привыкаем к новым методам работы, новым способам ведения бизнеса, построения коммуникации и как компания делаем все, чтобы обезопасить наших сотрудников.

Фонды Carlsberg пожертвовали 95 млн датских крон для ускорения разработки вакцины против COVID-19 и оказания помощи пострадавшим. «Аливария», часть Carlsberg Group, тоже внесла свой вклад в борьбу с пандемией и присоединилась к инициативе своего торгового клиента - «Собери обед доктору», добавив 1320 бутылок «Аливарского Кваса» в обеденные наборы, которые рассылаются медицинскому персоналу минских больниц. Кроме

того, в Минскую инфекционную больницу были направлены бахилы, медицинские перчатки, шапки и маски, респираторы и инфракрасные термометры.

Возвращаясь к нашим показателям, в 2019 году мы продолжили нашу работу для достижения Цели «4НОЛЯ: вместе для будущего». Так в отчетном 2019 году была проделана большая работа по сокращению углеродного следа, в частности - по обновлению техники: «Аливария» существенно обновила свой парк автомобилей и холодильного оборудования. Мы также делаем особый упор на вторичной переработке и оборотной таре: «Аливария» остается единственной пивоваренной компанией в Беларуси, которая использует оборотную тару, снижая тем самым воздействие на экологию. В январе-декабре 2019 года объемная доля пивоваренной компании «Аливария», Carlsberg Group на белорусском рынке составила 30,5% (на 1,9 п.п. больше, чем в 2018 г.). Бренд «Аливария» сохраняет и укрепляет позицию №1 в Беларуси – его доля в объеме составила 18,7% рынка пива страны.

Как социально ответственная компания мы поощряем здоровую культуру потребления пива. В 2019 году наши сотрудники совместно с брендом Балтика 0 поддержали Минский полумарафон, а 15 сентября во Всемирный день ответственного потребления провели акцию по предупреждению безответственного потребления в торговых центрах Минска. Нашей гордостью в деле продвижения пивной культуры является Музей «Аливария»: в 2019 году

его посетило рекордное количество человек – 7542 гостя. Однако во главе нашей деятельности всегда была и остается безопасность наших сотрудников. В 2019 году у нас не было ни одного несчастного случая и ни одной микротравмы. Благодаря нашим усилиям коэффициент безопасности (Safety Index) составил 85,4%, а общий рейтинг соответствия стандартам Группы по охране труда достиг 96%.

Качество и безопасность нашей продукции совершенствуются с каждым годом. Ежегодно компания проходит многочисленные аудиты по интегрированной системе менеджмента (ИСМ) и системе менеджмента безопасной пищевой продукции (FSSC). Результатами аудитов в 2019 году было подтверждение соответствия ИСМ и FSSC требованиям международных стандартов.

«Аливария» ответственно относится к условиям труда своих сотрудников, их личностному и профессиональному росту. В 2019 году сотрудники прошли очное и дистанционное обучение по вопросам противодействия взяточничеству и коррупции, по вопросам соблюдения требований добросовестной конкуренции, защиты персональных данных, а также тренинги по Кодексу этики и поведения. Пивоваренная компания «Аливария» вносит существенный вклад в экономику страны, создавая рабочие места в сельском хозяйстве и логистике, а наша программа стажировок «Жажда роста» привлекает все больше молодых и талантливых сотрудников.

Олег Хайдакин,
генеральный директор ОАО
«Пивоваренная компания Аливария»

ПОСМОТРИТЕ НА НАШЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В ДЕЙСТВИИ



ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЯ ИДЕИ УПАКОВКИ



ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ СОКРАЩЕНИЯ ПОТЕРЬ ВОДЫ



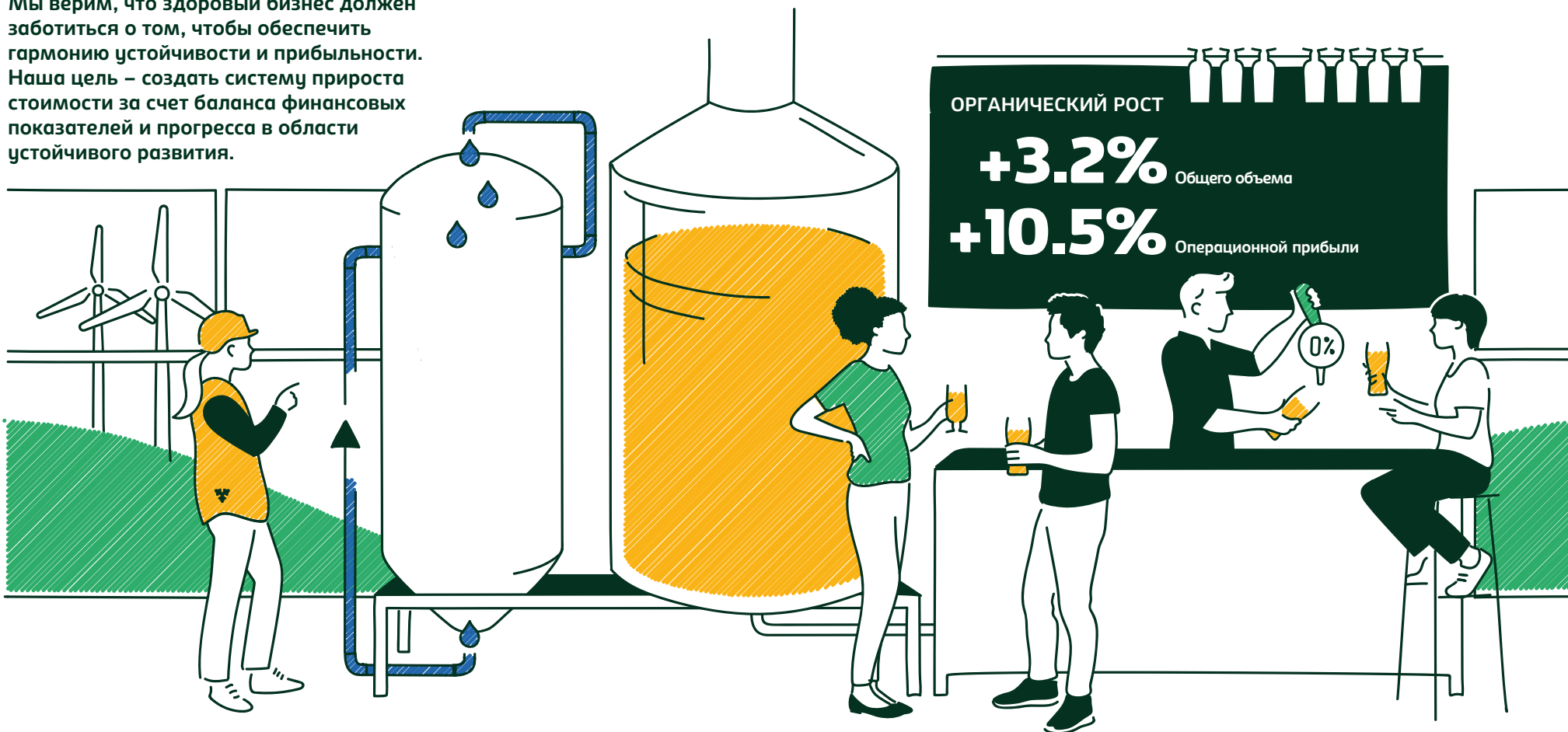
ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ СОЗДАНИЯ БЕЗОПАСНЫХ УСЛОВИЙ ТРУДА



ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БЕЗАЛКОГОЛЬНОГО ПИВА

УСПЕШНЫЙ БИЗНЕС – УСТОЙЧИВЫЙ БИЗНЕС

Мы верим, что здоровый бизнес должен заботиться о том, чтобы обеспечить гармонию устойчивости и прибыльности. Наша цель – создать систему прироста стоимости за счет баланса финансовых показателей и прогресса в области устойчивого развития.



13%

снижение относительных выбросов углерода

3%

снижение удельного потребления воды

7%

мировой рост объёма безалкогольного пива

15%

снижение уровня травматизма вне рабочего времени

44 млрд датских крон

общий объём налоговых поступлений в бюджеты стран, где представлена Carlsberg Group

1.2 млн

рабочих мест косвенно создано благодаря Carlsberg Group

ЦЕЛЬ 4НОЛЯ: ВМЕСТЕ ДЛЯ БУДУЩЕГО

Наша цель – варить пиво для лучшего сегодня и завтра – направляла нас на протяжении 170 лет. Это значит, что мы обязаны варить качественное пиво сегодня и принимать глобальные вызовы во имя лучшего завтра

Глобальное изменение климата, нехватка воды и здоровье общества – вот те элементы, которые составляют нашу программу «Цель 4НОЛЯ: вместе для будущего». Четыре наши устремления в области устойчивого развития: НОЛЬ углеродного следа, НОЛЬ

потерь воды, НОЛЬ безответственного потребления, НОЛЬ несчастных случаев. Каждое устремление подкрепляется четкими измеримыми целями на 2022 и 2030 гг. В этом отчете представлена обновленная информация о нашем прогрессе в этих направлениях.

ГЛОБАЛЬНЫЕ ВЫЗОВЫ

В 2019 году мы видели беспрецедентные действия со стороны правительств, частных лиц и коммерческих предприятий, направленных на борьбу с глобальным изменением климата. Нам предстоит сыграть ключевую роль, и мы полны решимости быть частью

этого процесса. Таким образом мы сохраняем приверженность научно обоснованным целям, которые мы приняли в 2017 году, и согласуем наши цели с самой амбициозной целью Парижского соглашения – ограничить рост средней глобальной температуры на уровне 1,5 °С по сравнению с доиндустриальным уровнем.

Изменение климата усугубляет ситуацию с поврежденной водной системой. Вода жизненно необходима для здорового существования экосистем, роста населения, а также является ключевым ингредиентом для варки пива. Мы намерены устранить по-

тери воды на наших пивоварнях, к 2030 году сократив количество используемой воды вдвое и установив партнерские отношения в области охраны водных ресурсов в районах с высоким уровнем риска.

Проблемы в области общественного здравоохранения, в том числе и безответственное потребление, продолжают негативно сказываться на людях во всем мире. Мы хотим предупредить чрезмерное потребление нашей продукции и фокусируемся на предоставлении широкого ассортимента безалкогольной продукции, информировании

общества и совместной работе с правительством, общественными объединениями и другими, чтобы поощрять культуру ответственного потребления пива.

Чтобы сфокусироваться на глобальных вызовах мы в первую очередь должны создать благоприятный рабочий климат: сотрудники должны идти на работу, зная, что они вернутся домой целыми и невредимыми. Это мотивирует нас продвигать политику НОЛЬ несчастных случаев среди наших работников на пивоварнях, в офисах и полевых сотрудников отдела продаж.

НАША СТРАТЕГИЯ: ПАРУСА'22



СМЫСЛ НАШЕГО СУЩЕСТВОВАНИЯ

Некоторые компании находятся в поиске своего главного смысла существования. У нас он был с самого начала. Мы стремимся к совершенству каждый день. Мы стараемся варить лучшее пиво. Пиво, которое находится в центре событий, объединяющих людей. Нас не устраивает сиюминутная выгода, потому что мы можем создать лучшее будущее.



НАША ЦЕЛЬ

Наша цель – быть успешной, профессиональной и привлекательной компанией. Успешной благодаря экологически устойчивому росту общего объема продаж и чистой прибыли; профессиональной за счет желания наших партнеров быть для них предпочтительным поставщиком; привлекательной за счет роста прибыли для наших акционеров, сотрудников и общества



НАШИ ПРИОРИТЕТЫ

Стратегия ПАРУСА'22 сосредоточена на трех ключевых приоритетах: «Укрепление основных брендов», «Устойчивый рост» и «Создание культуры победителей». Именно эти направления позволят нам обеспечить усиленный рост прибыли для наших акционеров и общества.

ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ НАШЕЙ ПРОГРАММЫ

Цели устойчивого развития (ЦУР), поставленные ООН, составляют план действий для перехода к устойчивому и процветающему миру. Мы согласуем наши амбиции с теми целями ООН, где мы можем быть максимально задействованы. **Цель 17: Партнерство в интересах устойчивого развития** закрепляет сам факт того, что только сообща мы можем достичь цели 4НОЛЯ.

КОНЦЕНТРАЦИЯ НА ГЛАВНОМ

Программа «Цель 4НОЛЯ: вместе для будущего» была создана в результате широкого процесса вовлечения заинтересованных сторон, включая экспертов в области экологии, экономики и социальной сфере, а также в результате оценки существенности, проведенной в 2016 году совместно с объединением корпораций «Бизнес за социальную ответственность» (Business For Social Responsibility). Эти действия помогли нам определить вопросы, риски и дальнейшие шаги по устойчивому развитию. Оценка существенности представляет собой общее представление по вопросам, оказывающим наибольшее влияние на общество и бизнес, принимая во внимание

ВМЕСТЕ К ЦЕЛИ 4НОЛЯ



ЦЕЛИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

3.5 Улучшать профилактику и лечение зависимости от психоактивных веществ, в том числе злоупотребления наркотическими средствами и алкоголем

3.6 К 2020 году вдвое сократить во всем мире число смертей и травм в результате дорожно-транспортных происшествий

6.4 К 2030 году существенно повысить эффективность водопользования во всех секторах и обеспечить устойчивый забор и подачу пресной воды для решения проблемы нехватки воды и значительного сокращения числа людей, страдающих от нехватки воды

6.5 К 2030 году обеспечить комплексное управление водными ресурсами на всех уровнях, в том числе, при необходимости, на основе трансграничного сотрудничества

7.2 К 2030 году значительно увеличить долю энергии из возобновляемых источников в мировом энергетическом балансе

7.3 К 2030 году удвоить глобальный показатель повышения энергоэффективности

8.8 Защищать трудовые права и содействовать обеспечению надежных и безопасных условий труда для всех работников

12.2 К 2030 году добиться рационального освоения и эффективного использования природных ресурсов

12.5 К 2030 году существенно уменьшить объем отходов путем принятия мер по предотвращению их образования, их сокращению, переработке и повторному использованию

12.6 Рекомендовать компаниям, особенно крупным и транснациональным, применять устойчивые методы производства и отражать информацию о рациональном использовании ресурсов в своих отчетах

12.9 Поддерживать усилия развивающихся стран по укреплению научно-технического потенциала для перехода к использованию более рациональных моделей потребления и производства.

13.1 Повысить сопротивляемость и способность адаптироваться к опасным климатическим явлениям и стихийным бедствиям во всех странах

13.3 Улучшить просвещение, распространение информации и возможности людей и учреждений по смягчению остроты и ослаблению последствий изменения климата, адаптации к ним и раннему предупреждению

17.16 Укреплять Глобальное партнерство в интересах устойчивого развития, дополняемое партнерствами с участием многих заинтересованных сторон.

17.17 Стимулировать и поощрять эффективное партнерство между государственными организациями, между государственным и частным секторами и между организациями гражданского общества

возможности и риски.

Мы перенесли повторную плановую оценку с 2019 на 2020 год, чтобы мы смогли включить данные по таким инициативам, как Рабочая группа по вопросам раскрытия финансовой информации, относящейся к изменениям климата (Task Force for Climate Related Financial Disclosures, TCFD) и Межправительственная группа экспертов по изменению климата (Intergovernmental Panel on Climate Change, IPCC).

СОЗДАНИЕ БОЛЕЕ ГИБКОГО БИЗНЕСА

Наша корпоративная стратегия ПАРУСА'22 определяет четкие стратегические приоритеты для укрепления основного направ-

ления нашей деятельности, одновременно определяя направления для будущего роста. Программа «Цель 4НОЛЯ: вместе для будущего» является ключевой для стратегии ПАРУСА'22, определяя наше стремление принимать глобальные вызовы, создавая при этом гибкий бизнес.

Наши успехи в бизнесе позволяют нам инвестировать в последние технологии и инновации для достижения целей Группы по устойчивому развитию, что в свою очередь помогает нам становиться успешнее.

У нашей Научно-исследовательской лаборатории Carlsberg долгая история исследований и разработки инноваций. Наше сообщество молодых ученых –

кандидатов наук – поставило задачу разработать и найти технологии, которые должны помочь нам достичь целей НОЛЬ углеродного следа и НОЛЬ потерь воды. В 2019 году группа искала решения для сокращения потерь воды при очистке в процессе пивоварения, а также повторного водопользования.

СИЛЬНОЕ РУКОВОДСТВО НА ВСЕХ УРОВНЯХ

Наши реальные цели, принципы и структуры управления закрепились на наших рынках. Программа «Цель 4НОЛЯ: вместе для будущего» находится в ведении нашего Исполнительного комитета (ExCom), контролируется Наблюдательным советом и

поддерживается соответствующими комитетами управления, такими как Комитет по обеспечению добросовестности во главе с Вице-президентом Группы по финансам.

Ответственность за надлежащее достижение ключевых показателей (KPI) возлагается на сеть локальных менеджеров с поддержкой процессов, направленных на упрощение постоянного информирования руководящих лиц. Такой подход направлен на расширение возможностей должностных лиц, которые отвечают за реализацию нашей стратегии в области устойчивого развития. Ежеквартально Исполнительный комитет получает обзор продвижения по выбранным показате-

лям устойчивого развития. Многие из этих показателей встроены в повседневные процедуры работы на объектах по всем нашим рынкам, включая ежедневную проверку эффективности работы по достижению наших основных целей. Кроме того, показатели устойчивого развития включены в премиальную систему генерального директора, исполнительного вице-президента и систему Supply Chain и в 2020 году будет передана Вице-президенту Группы по финансам и другим лицам, ответственным за реализацию программы «Цель 4НОЛЯ: вместе для будущего».

БИЗНЕС-МОДЕЛЬ



Снабжение
сырье высшего качества



Производство и розлив пива
высококачественное пиво более чем в 35 странах



Доставка
нашей продукции из пункта А в пункт Б на кораблях, поездах и грузовиках



Клиенты
все типы торговых объектов



Потребители,
которые наслаждаются нашим пивом и другими напитками более чем в 100 странах по всему миру

**TOGETHER
TOWARDS
ZERO**

ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЯ ИДЕИ УПАКОВКИ

Мы работаем над обновлением нашей упаковки, чтобы найти самую подходящую. В долгосрочной и краткосрочной перспективе это может помочь сократить выбросы углерода на всей цепочке создания продукции. Проект «Green Fibre Bottle» занимается разработкой первой в мире «бумажной» бутылки, изготовленной на 100%-й биологической основе из древесного волокна из экоустойчивых источников. Проект, запущенный в 2015 году совместно с партнерами, сейчас сформировался в полноценное сотрудничество с независимой компанией «Paboco».

PAPER
BOTTLE
COMPANY
TM

Carlsberg
Group



НОЛЬ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА



**ПОСМОТРИТЕ НА НАШЕ
СОТРУДНИЧЕСТВО В ДЕЙСТВИИ**

<https://alivaria.by/ru/ustoichivoe-razvitiye/nashe-sotrudnichestvo-v-deystvii/>

WABU 170 003 I	18000 kg	83700 lb
MAX GROSS	14000 kg	14400 lb
TRAILER	12000 L	
CAPACITY	2.8 bar	
MAXIMUM PR		18000 L
COMPARTMENT 1		18000 L
COMPARTMENT 2		

НОЛЬ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА

К 2030 году мы нацелены сократить количество углеродных выбросов на наших пивоварнях и по всей цепочке создания продукции на 30% по сравнению с 2015 годом. Эту цель мы можем достичь только в сотрудничестве.

Мы уже можем видеть последствия глобального изменения климата. Земля продолжает нагреваться, что влечет за собой деградацию земель, жаркую сухую погоду и интенсивные дожди. Помимо других последствий, изменение климата также ведет

к ухудшению урожайности, неустойчивости цен, угрожает продовольственной безопасности. Вот почему наши цели по сокращению углеродного следа соотносятся с рекомендацией Парижского соглашения по климату удержать рост температуры не выше 1,5 °С. Чтобы постоянно совершенствовать нашу экологическую политику, мы вступили в проект раскрытия информации об углеродных выбросах (Carbon Disclosure Project, CDP), где в 2019 году достигли уровня B.

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ CARLSBERG GROUP

НА 2030 ГОД

НОЛЬ
ВЫБРОСОВ УГЛЕРОДА
НА НАШИХ
ПИВОВАРНЯХ

30%
СОКРАЩЕНИЕ ОБЩЕГО
УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА
ОТ КОНЕЧНОГО
ПРОДУКТА

НА 2022 ГОД

50%
СОКРАЩЕНИЕ
ВЫБРОСОВ УГЛЕРОДА
НА НАШИХ ПИВОВАРНЯХ

100%
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ
ИЗ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ
ИСТОЧНИКОВ НА НАШИХ
ПИВОВАРНЯХ

НОЛЬ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ
УГЛЯ НА НАШИХ
ПИВОВАРНЯХ

100%
ОХЛАЖДЕНИЕ
С НИЗКИМ УРОВНЕМ
ВЛИЯНИЯ НА
ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ

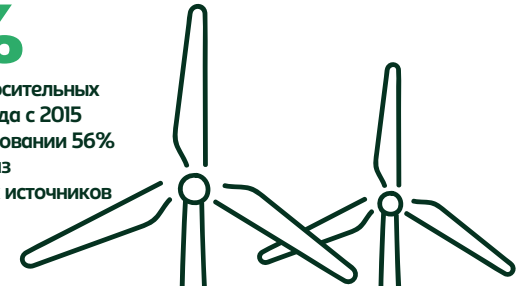
30
ПАРТНЕРСТВ
С ПОСТАВЩИКАМИ
ДЛЯ СОКРАЩЕНИЯ
СОВМЕСТНОГО
УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА

15%
СОКРАЩЕНИЕ
ОБЩЕГО УГЛЕРОДНОГО
СЛЕДА ОТ КОНЕЧНОГО
ПРОДУКТА



30%

сокращение относительных выбросов углерода с 2015 года при использовании 56% электроэнергии из возобновляемых источников в 2019 году



ИННОВАЦИОННАЯ УПАКОВКА

Разработка и вывод на рынок инновационной упаковки, включая экологичную технологию Snap Pack и специальную технологию упаковки мультипаков, созданных из переработанных материалов.



5
углеродно-нейтральных пивоварен в составе Carlsberg Group

СОКРАЩЕНИЕ ВЫБРОСОВ НА НАШИХ ПИВОВАРНЯХ

РЕЗУЛЬТАТЫ 2019 ГОДА

В 2019 году мы сократили относительные выбросы углерода на 13% с 5,6 кг CO₂/гл до 4,9 кг CO₂/гл, что на 30% ниже, чем в 2015 году.

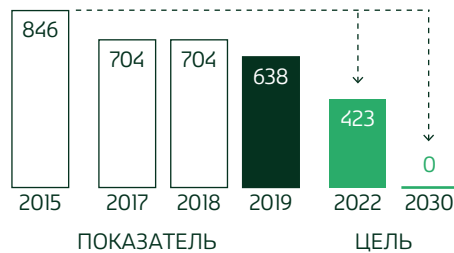
Благодаря программам повышения энергоэффективности, конверсии топлива и увеличения числа возобновляемых источников энергии мы сократили абсолютные выбросы углекислого газа на 9% с 704 тысяч тонн в 2018 году до 638 в 2019. Этот показатель на 25% ниже, чем в 2015 году. Несмотря на то, что урожай ячменя в этом

году был скудным, и в теории в таком случае процесс пивоварения требует больше энергии, мы смогли повысить энергоэффективность на 2% с 25,6 кВт*ч/гл до 25,1 кВт*ч/гл.

ПОВЫШЕНИЕ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТИ

Мы стремимся к эффективности мирового уровня и совершенствуем нашу работу на каждом этапе пивоварения. С помощью Руководства Carlsberg мы применяем лучшие практики на наших пивоварнях и инвестируем в более энергоэффективное оборудование везде, где это возможно.

АБСОЛЮТНЫЕ ВЫБРОСЫ CO₂ (тыс. тонн) *



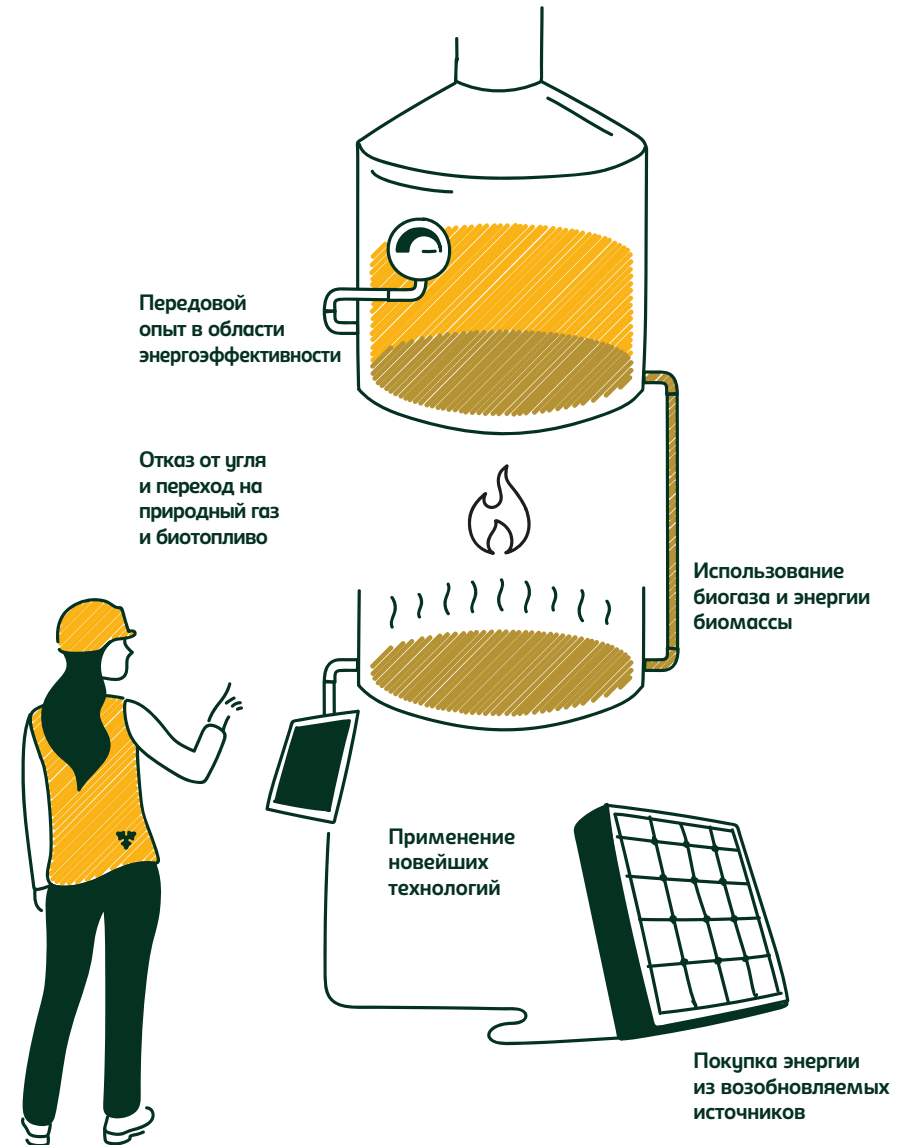
* По данным компании «PwC»

ОТНОСИТЕЛЬНЫЕ ВЫБРОСЫ CO₂ (кг CO₂/гл)*



* По данным компании «PwC»

РЫЧАГИ СОКРАЩЕНИЯ УГЛЕРОДНЫХ ВЫБРОСОВ



ПАРИЖСКОЕ СОГЛАШЕНИЕ ПО КЛИМАТУ

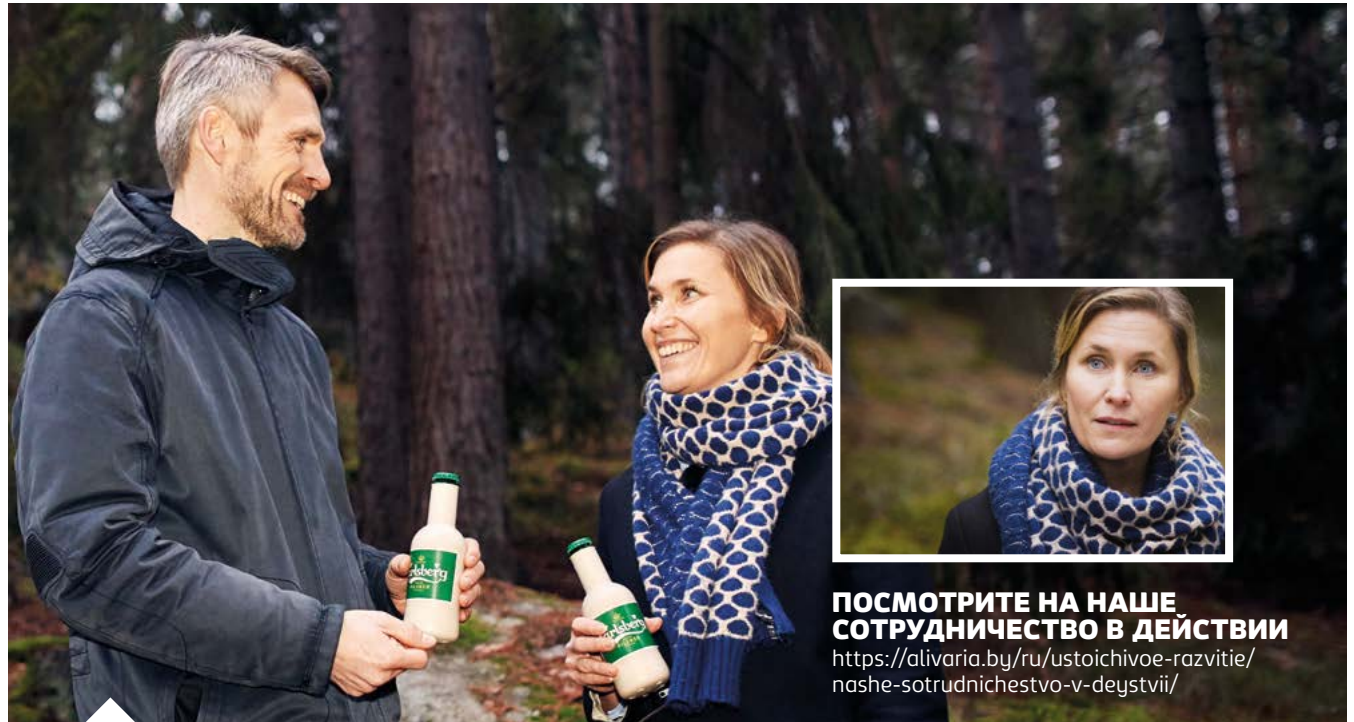
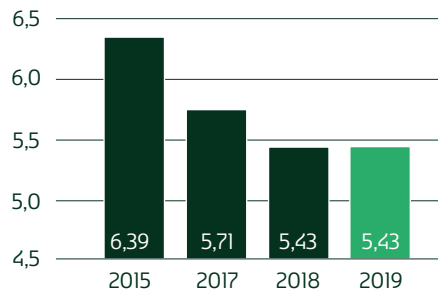
Парижское соглашение по климату было принято 12 декабря 2015 года по итогам 21-й конференции Рамочной конвенции об изменении климата (РКООНИК) в Париже.

Документ подписали 175 стран, в том числе Беларусь. Он вступил в силу в ноябре 2016 года.

Его основные положения:

- не позволять средней температуре на планете расти выше 2°C по отношению к показателям доиндустриальной эпохи, а по возможности снизить ее до 1,5°C;
- в период с 2050-2100 гг начать ограничивать выбросы парниковых газов, получаемых в результате промышленной деятельности человека, до уровня, который деревья, почва и Мировой океан могут переработать естественным образом;
- каждые пять лет пересматривать вклад каждой отдельной страны в работу, направленную на сокращение количества вредных выбросов в атмосферу;
- развитые страны должны выделять средства в специальный климатический фонд для помощи более бедным государствам на борьбу с последствиями климатических изменений (например, стихийные бедствия или подъем уровня океана), а также осуществить переход на возобновляемые источники энергии.

УДЕЛЬНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ НА ЗАВОДЕ «АЛИВАРИЯ» (кВт*ч/гл)



ПОСМОТРИТЕ НА НАШЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В ДЕЙСТВИИ

<https://alivaria.by/ru/ustoichivoe-razvitiye/nashe-sotrudnichestvo-v-deystvii/>

ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ СОЗДАНИЯ НОВЫХ ФОРМАТОВ УПАКОВКИ

Упаковка составляет почти 40% нашего углеродного следа. Мы всегда ищем способы уменьшить пагубное влияние на окружающую среду, не жертвуя при этом качеством пива. Мы разрабатываем новые типы упаковки, чтобы найти лучшую и в кратко- и долгосрочной перспективе более экологически безопасную альтернативу.

Проект «Green Fibre Bottle» зани-

мается разработкой первой в мире «бумажной» бутылки для пивоваренной продукции, изготовленной на 100%-й биологической основе из древесного волокна из экоустойчивых источников.

Проект, запущенный в 2015 году совместно с партнерами, сейчас сформировался в полноценные партнерские отношения с независимой компанией «Paboco».

Гиттан Шёльд, исполняющий обязанности генерального директора в компании «Paboco», комментирует: «Такие радикальные изменения возможны только тогда, когда эксперты, участвующие во всей цепочке создания продукции, собираются вместе, чтобы найти более устойчивую альтернативу».

СВОДИМ К НУЛЮ ВЫБРОСЫ УГЛЕРОДА НА НАШИХ ПИВОВАРНЯХ

Климат планеты постоянно меняется, и эта глобальная экологическая проблема представляет серьезную угрозу как для общества, так и для бизнеса. Так, например, непредсказуемость погодных условий, которая ставит под угрозу производство продовольствия, повышение уровня моря, которое увеличивает риск природных катастроф, являются последствиями изменения климата и имеют глобальный характер и беспрецедентные масштабы. Если не предпринять решительных действий сегодня, то последующая адаптация к изменению климата потребует больших усилий и затрат.

Пивоваренная компания «Аливария» намерена сокращать выбросы CO₂ по всей цепочке жизненного цикла продукции: от производства и транспортировки до упаковки и охлаждения. Каждый год мы совершенствуем нашу систему дистрибуции и снижаем потребление энергоресурсов через модернизацию производства, оптимизацию режимов работы оборудования и внедрение инновационных решений.



ПОВЫШАЕМ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ

В рамках проекта по оптимизации эксплуатации собственного парка автотехники и снижения нагрузки на окружающую среду наблюдается положительная динамика. В 2019 году мы обновили парк грузовых автомобилей: приобрели 9 грузовых машин экологического класса Евро 5. На всех грузовых автомобилях в нашем парке

установлены датчики GPS и датчики уровня топлива в баках.

Продолжает работать ресурс Eco-driving, который позволяет проводить ежедневное тестирование качества вождения автомобиля и анализ ошибок водителя при движении, что позволяет обеспечить безопасность вождения и сократить расход топлива.

29 водителей прошло обучение по безопасному вождению. В рамках курса водители освоили основные навыки безопасного управления автомобилем, закрепили знания о правилах дорожного движения, пройдя тест по полученным знаниям.



ВТОРАЯ ЖИЗНЬ СТЕКЛЯННОЙ БУТЫЛКИ

Почти половина нашего углеродного следа приходится на те этапы создания пива, которые находятся за пределами нашего влияния. Это производство стеклянной бутылки, агропромышленный комплекс (выращивание ячменя), производство и утилизация упаковочных материалов

и т.д. Однако мы уже начали работу и в этих направлениях. Пивоваренная компания «Аливария» - единственная пивоваренная компания в Беларуси, которая использует оборотную тару. Бутылки, в которых выпускается пиво «Аливария», могут применяться повторно, и статистика с каждым годом улучшается: более 10% всех бутылок используется многократно.

В 2019 ГОДУ В ПРОИЗВОДСТВЕ БЫЛО ИСПОЛЬЗОВАНО
БОЛЕЕ 1 350 000 ШТ МНОГООБОРОТНОЙ БУТЫЛКИ



СООБЩЕСТВО МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ НА ПУТИ К НОЛЮ

Достичь цели Ноль углеродного следа непросто: реальных технологий для устранения потерь воды и углеродных выбросов еще не существует.

Наше сообщество молодых ученых – кандидатов наук – было создано, чтобы найти такие энергоэффективные технологии и способы производства на базе Научно-исследовательской лаборатории Carlsberg.

Наши действия включают:

- Создание цифрового двойника нашей пивоварни в Санкт-Петербурге для опреде-

ления путей максимизации энергоэффективности и оценки влияния новых решений на процесс пивоварения

- Оценка возможности использования новых источников энергии: использование отходов пивоварения для создания «зеленой» энергии и тепла для процесса пивоварения.

- Идентификация и тестирование усовершенствованных методов и технологий повторного использования воды и химических веществ для очистного оборудования.

Деятельность ОАО «Пивоваренная компания Аливария» в области охраны окружающей среды и рационального использования природных ресурсов осуществляется в соответствии с принятыми в экологической политике обязательствами, которые являются частью актуализированной Политики Группы в области качества, охраны окружающей среды и охраны труда.

На предприятии большое внимание уделяется вопросам раздельного сбора, учета и вывоза отходов производства.

в **2019** ГОДУ СОБРАНО И ПЕРЕДАНО ДЛЯ ПОВТОРНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ:

19 135 т СОЛОДОВОЙ ДРОБИНЫ

1 371 т ДРОЖЖЕЙ

17.5 т ДРЕВЕСНЫХ ОТХОДОВ

247 т МАКУЛАТУРЫ

117 715 т СТЕКЛОБОЯ

35.4 т ОТХОДОВ ЧЕРНЫХ И ЦВЕТНЫХ МЕТАЛЛОВ

5.3 т ИЗНОШЕННЫХ ШИН

119 348 т ПОЛИМЕРНЫХ ОТХОДОВ



СООТНОШЕНИЕ ВЫБРОСОВ В ОБЩЕМ УГЛЕРОДНОМ СЛЕДЕ НАШЕЙ КОМПАНИИ



ОХЛАЖДЕНИЕ С НИЗКИМ ВЛИЯНИЕМ НА КЛИМАТ

Возможность подавать наше пиво холодным из холодильников и оборудования для розлива – основное ожидание потребителей, а значит – ядро нашего бизнеса. На охлаждение приходится до 9% углеродного следа от нашей цепочки создания ценности.

В 2019 году «Аливария» продолжила свой устойчивый курс по обновлению холодильников и разливного оборудования: это позволило нам более уверенно конкурировать и увеличивать долю как на общем рынке, так и долю полки в торговых точках. Мы приняли кардинальные меры и стали закупать оборудование с более экономичными компрессорами, снизив таким образом уровень потребления электроэнергии. Но самое главное – это то, что мы стали закупать оборудование, которое не разрушает озоновый слой. Помимо этого, в 2019 году 90% закупленного холодильного оборудования в системе не имело хладагента, разрушающего озоновый слой. Вместо него был использован экологически безопасный природный газ пропан.

В 2020 году мы не будем останавливаться на достигнутом и продолжим наш курс по обновлению холодильного парка.

ОБЕЩАНИЯ CARLSBERG GROUP В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

ЧТО МЫ ОБЕЩАЛИ В 2018 ГОДУ

Пивоварни

Реализовать указанные в дорожной карте действия, направленные на сокращение выбросов углерода, повышение энергоэффективности и постепенное сокращение использования угля

Увеличить использование возобновляемых источников тепла и электроэнергии за счет перехода на биогаз, получаемый на очистных сооружениях, биомассу, а также за счет локального производства возобновляемой энергии и использования инструментов рыночной экономики

Изучить новые технологии генерации и использования энергии

Готовая продукция

Доработать подход к сокращению косвенных выбросов, в том числе углеродных, для поставщиков и включить углеродный след в тендерный процесс

Взаимодействовать с ключевыми поставщиками и поощрять, поддерживать их в стремлении сократить выбросы углерода

ЧТО МЫ СДЕЛАЛИ В 2019 ГОДУ

Пивоварни

Мы сократили выбросы углерода за счет программ энергоэффективности, обновления оборудования, отказа от угля и перехода на природный газ



Увеличили долю возобновляемых энерго-ресурсов до 56%



Благодаря Сообществу молодых ученых компании Carlsberg и системной организации снабжения исследовали и разработали новые технологии, в том числе преобразование диоксида углерода, получаемого в процессе брожения, в синтетическое топливо



Готовая продукция

Произвели анализ наиболее эффективных действий по сокращению косвенных выбросов с отдельными поставщиками и двумя передовыми рынками



Установили партнерские отношения с десятью поставщиками в различных категориях, в том числе охлаждения и упаковки, и сфокусировались на раскрытии информации об углеродных выбросах и действиям по их сокращению.



НАШИ ПЛАНЫ НА 2020 ГОД

Пивоварни

Полностью отказаться от использования угля

Увеличить использование возобновляемых источников тепла и энергии (I-RECs, PPA), производство биогаза и расширение локального производства солнечной энергии.

Обновить оборудование для регенерации тепловой энергии

Готовая продукция

Обновить данные по углеродному следу на всей цепочке создания продукции с учетом результатов 2019 года

Помочь местным рынкам отслеживать и сокращать углеродные выбросы во всей цепочке создания продукции и работать с поставщиками над сокращением углеродного следа

Установить новые партнерства с поставщиками по сокращению углеродного следа с концентрацией на первичной упаковке

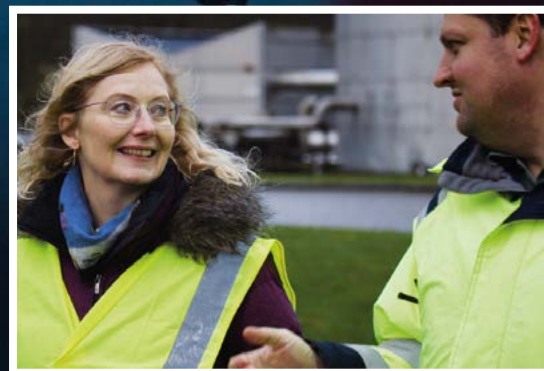


ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ СОКРАЩЕНИЯ ПОТЕРЬ ВОДЫ

На нашей пивоварне «Frederica» в Дании мы установили самую современную систему повторного использования воды, которая поможет нам сократить количество технической воды с 2,9 гл до 1,4 гл на 1 гл продукции. Этот амбициозный проект является результатом государственно-частного партнерства, которое называется «DRIP», где теоретики и практики технологий водоснабжения решились попробовать и сделать невозможное.



НОЛЬ ПОТЕРЬ ВОДЫ



**ПОСМОТРИТЕ НА НАШЕ
СОТРУДНИЧЕСТВО В ДЕЙСТВИИ**

<https://alivaria.by/ru/ustoichivoe-razvitie/nashe-sotrudnichestvo-v-deystvii/>



Мы считаем своей обязанностью сократить потери воды в процессе пивоварения за счет повышения эффективности и обеспечить сохранность водных ресурсов в регионах повышенного риска.

Вода – это важный ингредиент как для производства пива, так и для очистки в процессе пивоваре-

ния. Однако в условиях меняющегося климата нехватка воды ощущается все более и более остро, снижается ее качество и доступность. Вот почему мы инвестируем в новейшие технологии: мы нацелены увеличить эффективность на наших пивоварнях и повысить доступность пресной воды для местных сообществ, чьи ресурсы мы используем.

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ CARLSBERG GROUP

НА 2030 ГОД

50%

СНИЖЕНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОДЫ НА НАШИХ ПИВОВАРНЯХ

РАЗВИВАТЬ СОТРУДНИЧЕСТВО, ЧТОБЫ ЗАЩИЩАТЬ ОБЩИЕ ВОДНЫЕ РЕСУРСЫ В РАЙОНАХ С ВЫСОКИМ РИСКОМ НЕХВАТКИ ВОДЫ

НА 2022 ГОД

25%

СНИЖЕНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ ВОДЫ НА НАШИХ ПИВОВАРЕННЫХ ЗАВОДАХ

ИЗУЧИТЬ ВОЗМОЖНОСТИ СНИЗИТЬ УДЕЛЬНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ВОДЫ ДО 2 ГЛ/ГЛ НА ВСЕХ ПИВОВАРНЯХ С ВЫСОКИМ УРОВНЕМ РИСКА НЕХВАТКИ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ

ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ СОВМЕСТНО ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ НА ТЕРРИТОРИЯХ С ПОВЫШЕННЫМ РИСКОМ НЕХВАТКИ ВОДЫ

12%

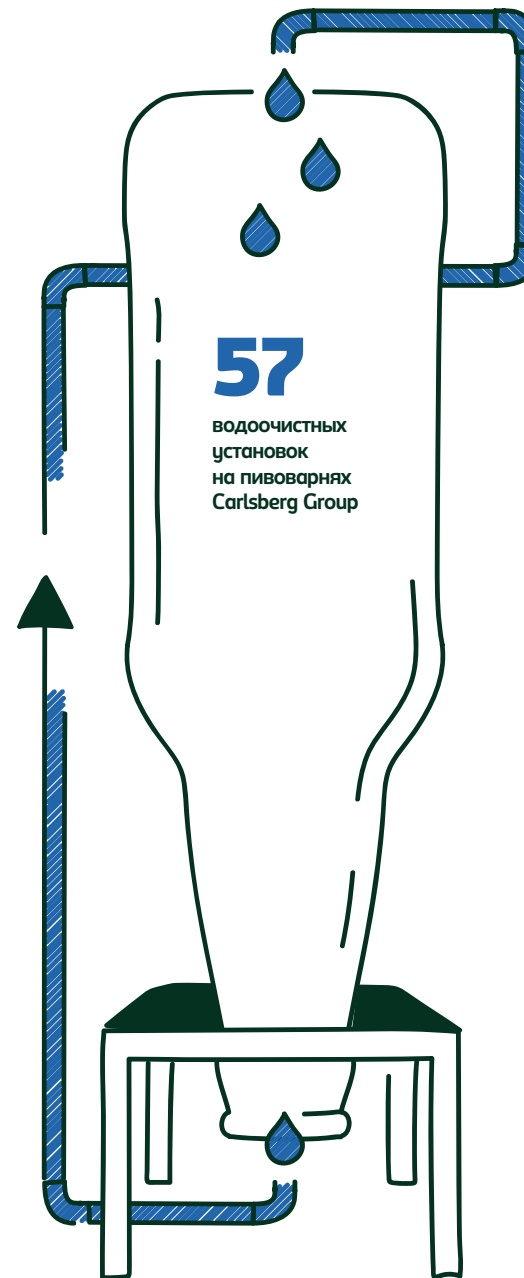
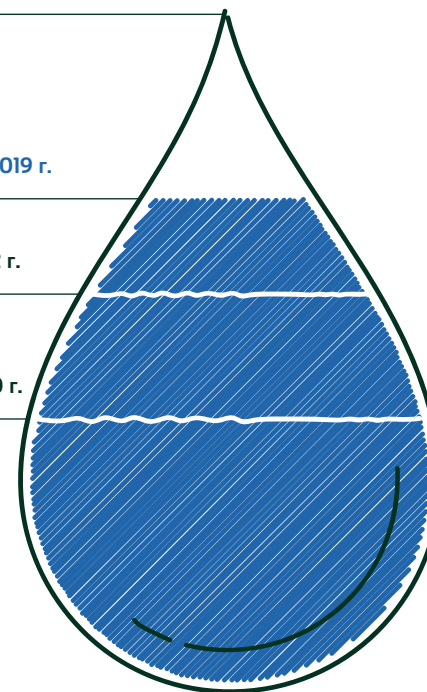
Повышение эффективности использования воды по сравнению с базовым уровнем 2015 года

Базовый уровень 2015 г.
3,4 гл/гл

Показатель 2019 г.
3,0 гл/гл

Цель на 2022 г.
2,5 гл/гл

Цель на 2030 г.
1,7 гл/гл



РЕЗУЛЬТАТЫ CARLSBERG GROUP В 2019 ГОДУ

В 2019 году мы смогли сократить удельное потребление воды на 3% (3,0 гл/гл) по сравнению с 2018 годом (3,1 гл/гл) и увеличили эффективность водопользования на 12% по сравнению с базовым 2015 годом.

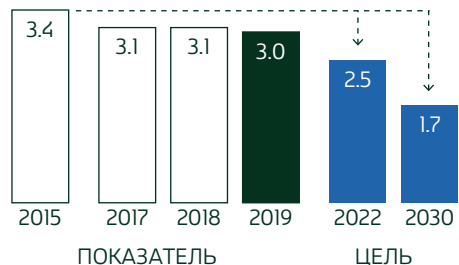
Несмотря на улучшение основных показателей отрасли, нам нужно работать усерднее, чтобы достичь наших целей на 2022 и 2030 год. Благодаря кропотливой работе наших сотрудников по максимизации эффективности использования водных ресурсов мы можем инвестировать в новейшие технологии и совершенствовать наш подход к использованию воды. В 2019 году мы анонсировали инвестиции в пилотную

установку очистки сточных вод на нашей пивоварне «Frederica» в Дании, которая станет первой пивоварней, где практически полностью исключается потеря воды: для создания 1 гл пива понадобится всего 1,4 гл воды. Этот опыт будет полезен для всех пивоварен Группы.

МАКСИМИЗАЦИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ

В 2019 году мы продолжили внедрять наши стандарты использования воды на всех пивоварнях Группы: они отражают лучшие практики индустрии и помогают нам увеличивать эффективность водопользования. Наши режимные карты предусматривают инвестиции в оборудование и технологии, необходимые для сокращения потребления воды везде, где это возможно.

ОТНОСИТЕЛЬНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ВОДЫ (гл/гл) *



* По данным компании «PwC»



ПОСМОТРИТЕ НА НАШЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В ДЕЙСТВИИ

<https://alivaria.by/ru/ustoichivoe-razvitiye/nashe-sotrudnichestvo-v-deystvii/>

ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ СОКРАЩЕНИЯ ПОТЕРИ ВОДЫ

На нашей пивоварне «Frederica» в Дании мы установили самую современную систему повторного использования воды, которая поможет нам сократить количество технической воды с 2,9 гл до 1,4 гл на 1 гл продукции. Этот амбициозный проект является результатом государственно-частного партнерства, которое называется «DRIP», где

теоретики и практики технологического водоснабжения решились попробовать и сделать невозможное.

Лисбет Труэлstrup Хансен, профессор микробиологической безопасности в пищевой промышленности и гигиены окружающей среды Датского технического университета: «Государствен-

но-частные партнерства чрезвычайно важны, поскольку они с самого начала проекта объединяют разные секторы экономики. В проекте «DRIP» деятели индустрии встречаются с экспертами из университетов и органами власти для совместного решения вопросов по вторичному использованию воды.

СОКРАЩАЕМ ПОТРЕБЛЕНИЕ ВОДЫ

Вода относится к числу наиболее важных природных ресурсов планеты. Чистая вода необходима для поддержания человеческой жизни и имеет первостепенное значение для здоровья человека. Пиво на 95% состоит из воды, поэтому рациональное использование водного ресурса является приоритетом для компании «Аливария». Мы планомерно работаем над минимизацией своего влияния на окружающую среду и повышением эффективности использования воды на всех этапах создания пива – от подготовки ячменя до розлива.

Наши долгосрочные целевые показатели в области использования воды задают курс на годы вперед. «Аливария» уже достигла целевого показателя Группы по водопотреблению – 2,5 гл/гл до 2022 года, однако мы продолжаем работать над снижением удельного потребления воды, чтобы достичь нашей стратегической цели НОЛЬ потерь воды.

В отчетном году пивоваренная компания «Аливария» продолжает применять системы оборотного и повторного водоснабжения для технических нужд. Разработаны режимные карты, ежедневно проводится контроль потребления воды на водоподготовке.

ОБЕЩАНИЯ CARLSBERG GROUP В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

ЧТО МЫ ОБЕЩАЛИ В 2018 ГОДУ

Реализовать указанные в дорожной карте действия, направленные на эффективное и рациональное использование водных ресурсов

Разработать новые технологии для повторного использования воды и ее рециркуляции

Провести проекты в регионах с высоким риском нехватки воды для защиты природных ресурсов и усовершенствовать локальное управление водными ресурсами

Обеспечить соответствие наших стандартов сброса сточных вод мировым стандартам

ЧТО МЫ СДЕЛАЛИ В 2019 ГОДУ

Сократили потери воды за счет внедрения программ эффективности и установку дополнительных очистных сооружений. Всего на пивоварнях Группы насчитывается 57 очистных установок



Сообществом молодых ученых разработана лучшая в своем роде технология сокращения потери воды за счет ее повторного использования и рециркуляции



Совместно со Всемирным фондом дикой природы и компанией «Desolenator» в регионах с нехваткой воды установлены модернизированные установки для повторного использования воды



Установили и обновили установки очистки сточных вод на некоторых наших пивоварнях



 Полностью достигнуто
  Частично достигнуто
  Не достигнуто

НАШИ ПЛАНЫ НА 2020 ГОД

Продолжить внедрять программы эффективности и обновлять оборудование

Построить больше очистных установок на пивоварнях группы

Оптимизировать существующую систему очистки сточных вод для повышения эффективности

Использовать результаты оценок риска, связанного с водными ресурсами, для взаимодействия с местными сообществами и реализации конкретных проектов в районах с высоким риском нехватки воды





НОЛЬ БЕЗОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БЕЗАЛКОГОЛЬНОГО ПИВА

Потребители все чаще ищут качественное и вкусное безалкогольное пиво. Наши партнерства с ресторанами и барами, такими, как недавно открывшийся ресторан «Coripe» в Стокгольме, Швеция, повышают доступность безалкогольного пива.



ПОСМОТРИТЕ НА НАШЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В ДЕЙСТВИИ

<https://alivaria.by/ru/ustoichivoe-razvitie/nashe-sotrudnichestvo-v-deystvii/>



НОЛЬ БЕЗОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Наше пиво является частью событий, объединяющих людей, и мы хотим, чтобы потребители наслаждались им ответственно.

Партнерство – ключевой элемент нашего подхода к политике НОЛЬ безответственного потребления. Мы сотрудничаем с правительством, клиентами и другими заинтересованными лицами, чтобы понять, где имеет место злоупотребление алкоголем, и мотивировать, информировать, обучать и поощрять ответственное потребление пива.

Работа над продвижением здоро-

вой культуры потребления пива ведется во многих странах мира. По данным Всемирной организации здравоохранения, за период 2010-2016 года число случаев тяжелого эпизодического распития алкоголя снизилось на 11%, тем самым в 29 из 30 анализируемых стран наблюдается позитивная тенденция¹. К тому же, Международный альянс за ответственное потребление алкоголя сообщил о снижении количества случаев употребления алкоголя за рулем в 34 из 36 стран². Тем не менее, эта серьезная проблема все еще существует.

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ CARLSBERG GROUP

НА 2030 ГОД

100%

НАШИХ РЫНКОВ ДОБИВАЮТСЯ УЛУЧШЕНИЙ В ОБЛАСТИ ОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ИЗ ГОДА В ГОД

НА 2022 ГОД

100%

НАЛИЧИЕ ПРЕДУПРЕДИТЕЛЬНЫХ СООБЩЕНИЙ ОБ ОТВЕТСТВЕННОМ ПОТРЕБЛЕНИИ НА УПАКОВКЕ И В РАМКАХ АКТИВАЦИИ БРЕНДОВ

100%

НАШИХ РЫНКОВ СОТРУДНИЧАЮТ С ПАРТНЕРАМИ В ПОДДЕРЖКУ ОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

100%

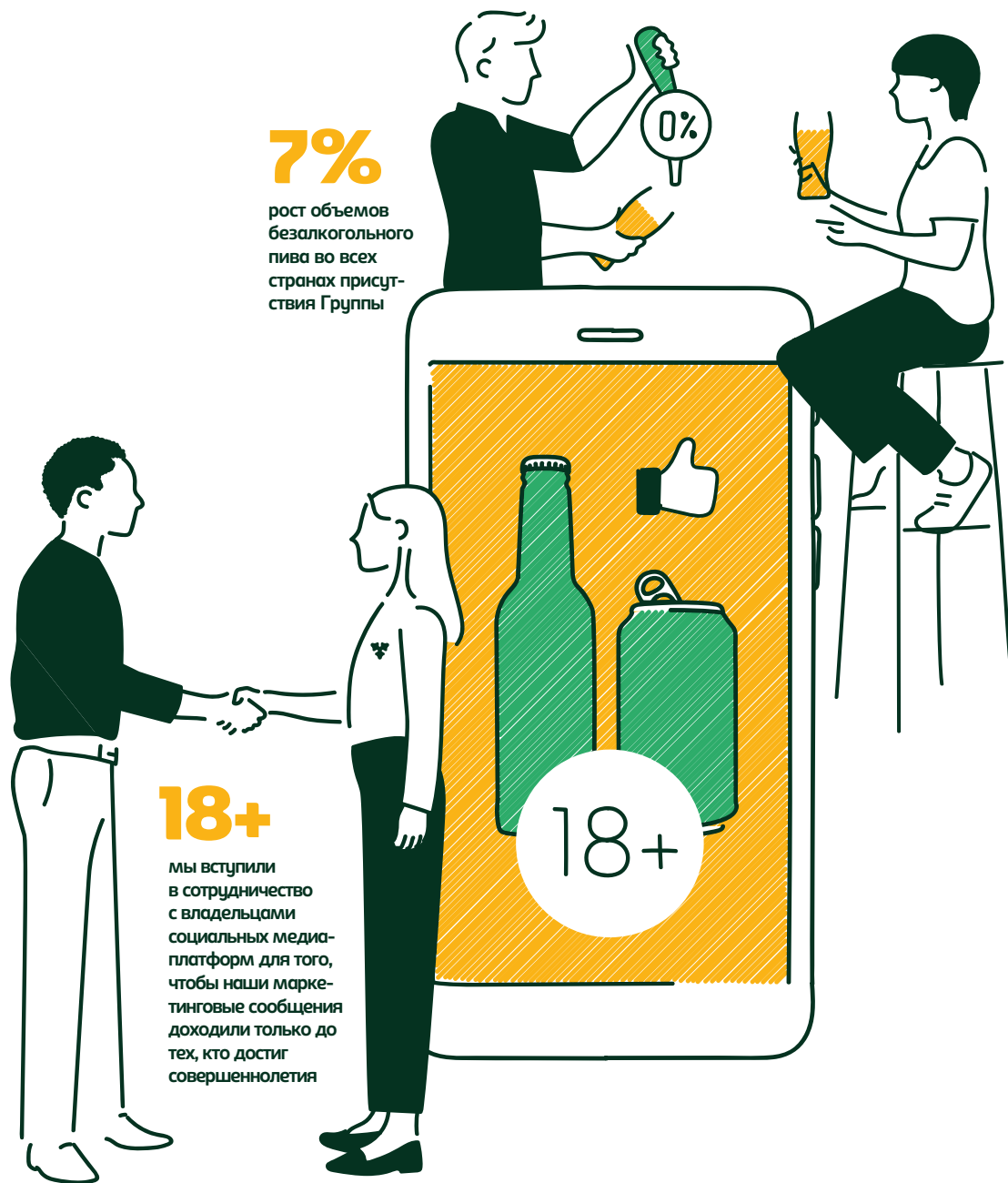
ДОСТУПНОСТЬ БЕЗАЛКОГОЛЬНОГО ПИВА

18+

мы вступили в сотрудничество с владельцами социальных медиа-платформ для того, чтобы наши маркетинговые сообщения доходили только до тех, кто достиг совершеннолетия

7%

рост объемов безалкогольного пива во всех странах присутствия Группы



¹Всемирная организация здравоохранения. Доклад о ситуации в области потребления алкоголя, связанном с ним вреде и ответных мерах политики в 30 европейских странах. 2019.

²Международный альянс за ответственное потребление. Отчет о тенденциях: вождение в нетрезвом виде. 2019

Мы должны продолжать работать и достигать новых вершин. Мы постоянно развиваем партнерские отношения на разных рынках, чтобы на локальном уровне работать с наиболее важными проблемами, такими, как употребление алкоголя несовершеннолетними или вожделение в нетрезвом виде. Мы работаем с консультационной группой, куда входят эксперты по социологии, антропологии, психологии и другим дисциплинам, чтобы повысить эффективность наших инициатив по ответственному потреблению.

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ВЫБОРА

БЕЗАЛКОГОЛЬНОЕ ПИВО

Пиво – это напиток, содержащий алкоголь, и мы работаем над тем, чтобы предоставить потребителям возможность выбора напитков из портфеля безалкогольной продукции. Популярность безалкогольных напитков растет совместно с популярностью трех трендов: фокус на здоровье и благополучии, умеренность и рост числа качественных безалкогольных напитков.

В 2019 году объем безалкогольной продукции Carlsberg Group вырос на 7%, она доступна на более чем 60 наших рынках. Наш портфель продолжает расширяться. В настоящее время в портфеле Carlsberg Group доступно более 30 вариантов безал-

когольных напитков, включая 4 новых, добавленных в 2019 году. Мы часто предлагаем безалкогольные напитки под лидирующим брендом в каждой стране, как, например, «Балтика 0» в России, «1664 Blanc Sans Alcohol» во Франции и «Karhu alcohol-free» в Финляндии. В 2019 году мы презентовали «Brooklyn Special Effects» – безалкогольный лагер – в Финляндии, Норвегии, Италии, Швеции и Великобритании. В 2020 году мы планируем презентовать эту новинку и на других рынках.

Многие магазины и супермаркеты сейчас специально выделяют для безалкогольного пива место в холодильниках или на полках, демонстрируя возможность выбора и привлекая внимание общественности. В то же время в барах и ресторанах можно приобрести безалкогольное пиво на розлив: потребители уже могут наслаждаться им в наших барах в Дании, Норвегии, Швеции и Великобритании, и в 2020 году мы планируем увеличить количество таких баров. Потребители в три раза чаще выбирают безалкогольное пиво, если его можно приобрести на розлив, а еще его часто пьют на деловых обедах или за едой.

ИНФОРМИРОВАНИЕ

Мы работаем над тем, чтобы потребители делали осознанный

выбор: мы информируем их и предпринимаем меры, чтобы гарантировать, что наша реклама достигает правильных людей в правильное время и в правильном месте.

УПАКОВКА

Потребители имеют право знать, из чего состоит их пиво. Составы напитков указаны на 90% наших упаковок во всем мире, где в 65% случаев содержится информация о пищевой ценности. Также составы можно найти онлайн. 99% нашей продукции имеет предупреждения об ответственном потреблении, указывающие на недопустимость их употребления водителями за рулем, несовершеннолетними и беременными. Мы призываем остальных производителей алкогольных напитков придерживаться такого же подхода.

МАРКЕТИНГОВЫЕ КОММУНИКАЦИИ

Политика в области маркетинговых коммуникаций Carlsberg Group устанавливает строгие требования относительно рекламных материалов, мест их размещения, а также их содержания. Например, мы никогда не привлекаем для рекламы людей, которым не исполнилось, либо которые не выглядят на 25 лет; никогда не размещаем рекламу там, где, как ожидается, ее смогут увидеть несовершеннолетние, либо в таких местах, как школы или зоопарки.

ПОДХОД CARLSBERG GROUP К ОТВЕТСТВЕННОМУ ПОТРЕБЛЕНИЮ ПИВА



Способствовать

Мы предлагаем широкий выбор безалкогольного пива потребителям для разных ситуаций



Информировать

Мы информируем потребителей об ответственном потреблении алкоголя через этикетки на нашей продукции и онлайн



Поощрять

Мы поощряем потребителей делать ответственный выбор через диалог и вовлечение

На цифровых платформах мы работаем над тем, чтобы исключить доступ несовершеннолетних к нашей продукции и ее привлекательность для данной возрастной категории. Для этого существуют наши Цифровые руководящие принципы (Digital Guiding Principles, DGP), которые устанавливает четкие рамки для онлайн-маркетинга и использования социальных сетей. Чтобы закрепить это, в 2019 году мы и другие компании-члены Международного альянса за ответственное потребление алкоголя совместно с Facebook (включая Instagram), SnapChat и YouTube публично взяли на себя обязательство совместно работать над улучшением процедуры проверки возраста и предоставлением пользователям права блокировать маркетинговые сообщения. В конце 2019 года внутренний аудит показал, что соответствие всем пяти принципам на наших основных каналах составило 87%. Мы признаем, что многое еще предстоит сделать, будем постоянно контролировать соблюдение Цифровых руководящих принципов и улучшать защиту конфиденциальной информации. В 2020 году мы с партнерами продолжим работу по внедрению автоматической

процедуры проверки возраста на всех цифровых каналах, где мы рекламируем свою продукцию, а также внедрим новую централизованную систему контроля за соблюдением требований на местных каналах.

ПООЩРЯЕМ ПОЗИТИВНУЮ КУЛЬТУРУ ПОТРЕБЛЕНИЯ АЛКОГОЛЯ

Безответственное потребление алкоголя часто является результатом сложных социальных проблем, таких как вождение в нетрезвом виде или употребление алкоголя несовершеннолетними. Именно поэтому мы совместно с локальными партнерами разрабатываем уникальные для каждого региона программы, которые поддерживают диалог и взаимодействие с потребителями в целях поощрения ответственного потребления.

ПОДДЕРЖИВАЕМ ОТВЕТСТВЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ

Нам нужно определить, на что мы можем повлиять больше всего и с какими заинтересованными сторонами нам следует работать. Благодаря нашему многолетнему опыту мы знаем, как решить эту задачу и добиться положительных изменений на рынках по всему миру.



ПОСМОТРИТЕ НА НАШЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В ДЕЙСТВИИ

<https://alivaria.by/ru/ustoychivoe-razvitiye/nashe-sotrudnichestvo-v-deystvii/>

ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ БЕЗАЛКОГОЛЬНОГО ПИВА

Пиво – это напиток, содержащий алкоголь, и мы работаем над расширением ассортимента безалкогольной продукции. Популярность безалкогольных напитков растет совместно с популярностью трех трендов: фокус на здоровье и благополучии, умеренность и рост числа качественных безалкогольных напитков. В 2019 году объем безалкогольной продукции Carlsberg Group вырос на 7%. Потребители все чаще ищут качественное и

вкусное безалкогольное пиво. Наши партнерства с ресторанами и барами, такими, как недавно открывшийся ресторан «Sorine» в Стокгольме, Швеция, повышают доступность безалкогольного пива.

Йонатан Маттссон, совладелец «Sorine»: «Безалкогольное пиво очень важно для меня, поскольку я хочу, чтобы все были вовлечены в процесс. Иногда хочется выбраться и просто выпить пиво, но чтобы при этом тебе не дало в голову»

Пивоваренная компания «Аливария» гордится своей продукцией и тем, что варит качественное пиво. Мы – социально ответственная компания, поэтому все наши сотрудники несут ответственность за предупреждение негативных последствий, связанных с алкоголем.

15 сентября состоялся Минский полумарафон 2019 при поддержке бренда «Балтика 0». Представители компании «Аливария» участвуют в забеге во второй раз, и в этом году команда вышла в расширенном составе – приняли участие даже те, кто в 2018 году побоялся не рассчитать свои силы. Представители нашей команды участвовали в забегах на всех трех дистанциях, а поддержать участников вышла команда болельщиков.

20 сентября 2019 года мы отпраздновали пятый ежегодный Всемирный день ответственного потребления - общепромышленную глобальную кампанию по продвижению ответственного потребления пива - на рынках по всему миру.

Кампании были направлены в первую очередь на предотвращение вождения в нетрезвом виде в Индии и Непале, употребления несовершеннолетними – в Беларуси, Казахстане, Китае, России и Украине, злоупотребления алкоголем – в Сербии. В 2019 году наша глобальная деятельность охватила 57 миллионов человек.

В рамках проведения Всемирного дня ответственного потребления «Аливария» провела кампанию, где напомнила, что несовершеннолетние не должны покупать



и употреблять продукты, содержащие алкоголь: покупатели встретили колоритную продавщицу из прошлого – Зину, которая предложила им пройти тест. Тем, кто ответил на каверзные вопросы и доказал свое совершеннолетие, Зина дарила промокод на скидку в 6 руб. на поездку в такси. Главная цель этого мероприятия – привлечь внимание к проблеме ответственного потребления алкоголя и показать свою сознательность по отношению к запрету на употребление спиртных напитков до 18 лет.

ПРОДВИГАЕМ КУЛЬТУРУ ЗДОРОВОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ПИВА

Мы проводим специальные мероприятия, чтобы в интерактивной форме проин-

формировать совершеннолетних людей о культуре потребления пива, ответственном и осознанном потреблении.

Одним из важнейших инструментов коммуникации компании «Аливария» с потребителями стал единственный в Беларуси Музей пивоварения. В 2019 году наш музей посетили рекордные 7542 гостя из Беларуси и других стран. Помимо традиционных форматов экскурсий, были разработаны более новые, интерактивные, как, например, «Квест по Осмоловке» в Ночь музеев, «Ужасы старейшего пивзавода» в Хэллоуин. Во время экскурсий на производство и дегустации продукции наши экскурсоводы рассказывают о культуре и принципах ответственного потребления пива.

ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫЕ МЕРЫ

По рекомендации нашей группы экспертов мы вступили в партнерство с местным муниципалитетом в Дании, студенческой ассоциацией крупного датского университета и внешним научно-исследовательским учреждением. В рамках партнерского проекта проводится исследование того, какие меры необходимо принимать для поощрения ответственной культуры потребления алкоголя среди студентов, а также как доступность безалкогольных напитков и информирование о последствиях безответственного потребления алкоголя влияет на выбор потребителей.

Несмотря на то, что в большинстве случаев молодые люди потребляют нашу продукцию умеренно, важно сосредоточить внимание на всей целевой аудитории, чтобы охватить также и тех, кто подвержен риску злоупотребления алкоголем. Инициативы включают в себя:

- Попросить учащихся принять решение об употреблении алкоголя еще до начала вечеринки;
- Предложить тем, кто поедет домой на велосипеде, или тем, кто мало пьет, приобрести безалкогольные напитки на розлив;
- Поощрять ответственное потребление за счет надписей на наших этикетках.

АЛКОТЕСТЕРЫ ALCOLOCKS

Алкотестеры ALCOLOCKS, установленные в наших автомобилях, не позволяют машине тронуться с места, если содержание алкоголя во вдыхаемом воздухе превышает допустимый предел. В Западной Европе 37% автомобилей Carlsberg оснащены такими системами (на 13% больше, чем в 2018 году), в Восточной Европе - 31%. Мы продолжим внедрять это в 2020 году.



99% нашей продукции имеет предупреждения об ответственном потреблении, указывающие на недопустимость их употребления водителями за рулем, несовершеннолетними и беременными.

ОБЕЩАНИЯ CARLSBERG GROUP В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

ЧТО МЫ ОБЕЩАЛИ В 2018 ГОДУ

Продолжить внедрять Цифровые руководящие принципы.

Ускорить процесс заключения глобальных и локальных партнерств с целью поддержания ответственного потребления.

Обеспечить доступность безалкогольного пива на мировых рынках.

ЧТО МЫ СДЕЛАЛИ В 2019 ГОДУ

Внедрили Цифровые руководящие принципы в 87% наших пивоварен. Разработали метод централизованного непрерывного мониторинга.

Усилили партнерство с независимыми экспертами за счет нашего консультативного совета по ответственному потреблению. Для повышения осведомленности во Всемирный день ответственного потребления мы заключили 12 локальных партнерств.

Выпустили 4 новых сорта безалкогольного пива и увеличили объемы безалкогольной продукции на 7% во всем мире.

НАШИ ПЛАНЫ НА 2020 ГОД

Продолжить предпринимать централизованные меры по внедрению Цифровых руководящих принципов и обеспечению их соблюдения.

Усилить партнерства по ответственному потреблению на локальном уровне.

Обеспечить доступность безалкогольного пива за счет увеличения объемов производства и расширения безалкогольного портфеля.

Полностью достигнуто
 Частично достигнуто
 Не достигнуто



НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ



**ПОСМОТРИТЕ НА НАШЕ
СОТРУДНИЧЕСТВО В ДЕЙСТВИИ**

[https://alivaria.by/ru/ustoichivoe-razvitiye/
nashe-sotrudnichestvo-v-deystvii/](https://alivaria.by/ru/ustoichivoe-razvitiye/nashe-sotrudnichestvo-v-deystvii/)

ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ СОЗДА- НИЯ БЕЗОПАСНЫХ УСЛОВИЙ ТРУДА

Обучение – это ключевой элемент политики НОЛЬ несчастных случаев и «снаряжение» наших людей высококласными навыками работы без угрозы для жизни. Объединяя работу наших руководителей и экспертов по охране труда, таких как наши партнеры «3М», мы создаем особые программы обучения специально для нашей индустрии.

3M

Carlsberg
Group

НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ

Защита жизни и здоровья наших сотрудников – фундаментальная ценность для нас.

Удержание этого элемента в центре нашей работы требует твердого руководства, личной инициативы и строгой приверженности правилам безопасности.

Мы добились хороших результатов, однако многое еще предстоит сделать.

ЦЕЛЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ CARLSBERG GROUP

НА 2030 ГОД

НОЛЬ
НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ
С ВРЕМЕННОЙ ПОТЕРЕЙ
ТРУДОСПОСОБНОСТИ

НА 2022 ГОД

СОКРАЩЕНИЕ
КОЭФФИЦИЕНТА
НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ
ИЗ ГОДА В ГОД



2,000

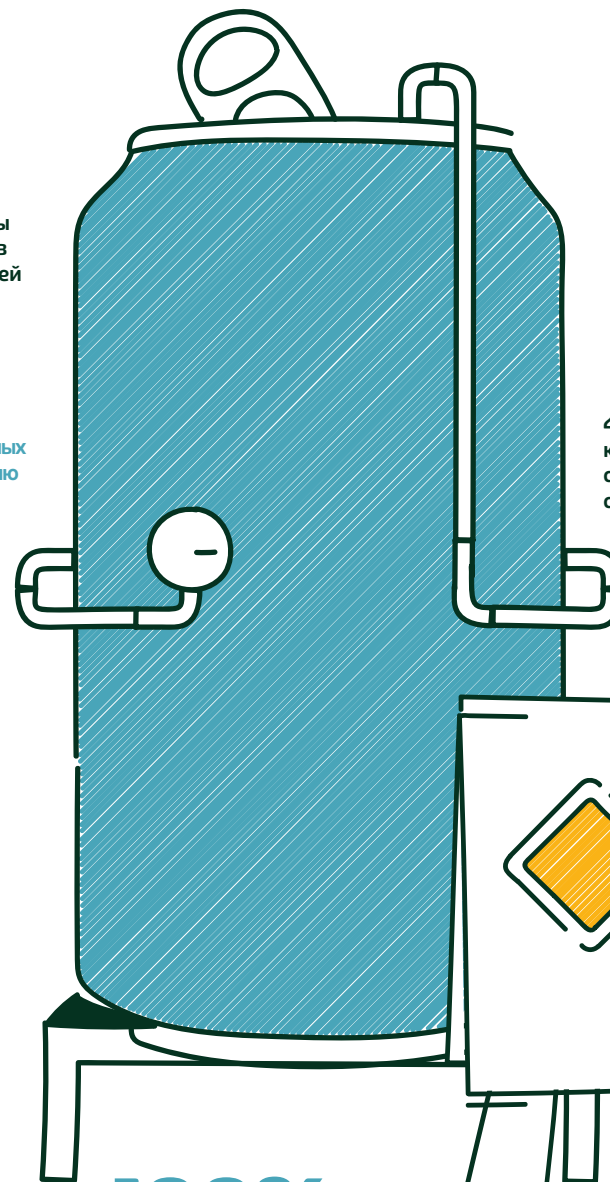
сотрудников прошло обучение по управлению двухколёсным транспортным средством

3.7

Показатель частоты несчастных случаев с временной потерей трудоспособности в 2019 году (LTAR)

15% сокращение количества несчастных случаев по сравнению с 2018 годом

44% сокращение количества несчастных случаев по сравнению с 2015 годом



100%

наших пивоварен следуют Жизненно важным правилам

НАШИ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА 2019 ГОД

Мы рады сообщить о значительном улучшении наших показателей в 2019 году.

Показатель несчастных случаев с потерей рабочего времени (LTAR) снизился с 4,3 в 2018 году до 3,7 в 2019 году, а количество несчастных случаев с временной потерей трудоспособности (LTAs) снизилось со 169 в 2018 году до 146 в 2019 году.

Эти показатели свидетельствуют о качественном информировании и строгом контроле сотрудников в зонах повышенного риска. Отчасти это заслуга наших Жизненно важных правил, а также работы по повышению осведомленности и вовлеченности сотрудников. Тем не менее, увеличилось количество несчастных случаев среди подрядчиков. Мы усилили контроль за услугами подрядчиков на наших объектах и будем совершенствовать управление временными контрагентами.

ЖИЗНЕННО ВАЖНЫЕ ПРАВИЛА

Наша программа «Жизненно важные правила» сопровождалась масштабной коммуникационной кампанией и рядом тренингов для каждого из правил:

1. Всегда следуйте правилам безопасности дорожного движения
2. Всегда следуйте процедуре Lockout/Tagout (LOTO)
3. Никогда не обходите защитные барьеры машин и механизмов
4. Всегда следуйте правилам работ на высоте
5. Всегда следуйте правилам работы в замкнутом пространстве

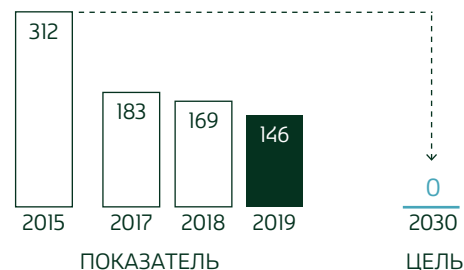
Сотрудники, работающие в особо опасных зонах, проходят дополнительное индивидуальное обучение.

На всех пивоварнях проводится самостоятельная оценка соблюдения Жизненно важных правил. В среднем правила стали соблюдать почти на 10% больше сотрудников: уровень соблюдения вырос с 80% в 2018 году до 90% в 2019 году.

Когда речь идет о безопасности и охране здоровья наших сотрудников, Жизненно важные правила являются нашим приоритетом номер один. Для нас нет ничего важнее, чем безопасность наших людей. В 2019 году в Группе не было зарегистрировано ни одного несчастного случая со смертельным исходом. Нулевой показатель несчастных случаев со смертельным исходом всегда будет нашей задачей первостепенной важности.

В отчетном году показатель пивоваренной компании «Аливария» по количеству несчастных случаев остался на уровне 2017 года – мы сохранили **НОЛЬ** несчастных случаев.

НЕСЧАСТНЫЕ СЛУЧАИ С ВРЕМЕННОЙ ПОТЕРЕЙ ТРУДОСПОСОБНОСТИ*



* По данным компании «РВС».



ПОСМОТРИТЕ НА НАШЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В ДЕЙСТВИИ

<https://alivaria.by/ru/ustoichivoe-razvitiye/nashe-sotrudnichestvo-v-deystvii/>

ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ СОЗДАНИЯ БЕЗОПАСНОЙ РАБОЧЕЙ СРЕДЫ

Обучение – это ключевой элемент политики **НОЛЬ** несчастных случаев и «снаряжение» наших людей высококлассными навыками работы без угрозы для жизни. Объединяя работу наших руководителей и экспертов по охране труда, таких как наши партнеры «ЗМ», мы создаем особые программы обучения специально для нашей индустрии.

Партнерство включает в себя совместную работу с автошколами, обучение персонала управлению двухколесным транспортом, чтобы безопасно добираться до клиентов из других городов. В то же время,

совместно с компанией «ЗМ» мы разработали уникальный, учитывающий специфику нашей индустрии тренинг по работам на высоте и в замкнутом пространстве. Флориан Раппельсбергер, менеджер по работе с иностранными клиентами отдела безопасности компании «ЗМ»: «Мы работаем с экспертами из Carlsberg, и это дает нам доступ к лучшей базе практик по охране труда. Мы всегда можем быть уверены в актуальности содержания наших тренингов, а также в том, что они максимально приближены к рабочим условиям»

КУЛЬТУРА НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ

В фокусе особого внимания в течение всего года были вопросы, связанные с безопасностью и охраной труда. Мы всегда делаем особый упор на обучение наших сотрудников. В 2019 году 145 сотрудников прошли внешнее обучение по охране труда, где 83 из них – руководители и специалисты, а 62 – рабочие.

За прошедший год были пройдены курсы по оказанию первой медицинской помощи, выполнению работ на высоте и в замкнутых пространствах, выполнению работ по проведению ремонтов с применением процедуры блокировки и маркировки оборудования, оценке рисков, расследованию происшествий и других. Более 30 сотрудников повысили свою квалификацию, 18 прошли переподготовку.

Визиты безопасности играют важную роль в формировании культуры безопасности. В 2019 году их количество составило 4880.

Компания упорно работает над увеличением вовлеченности сотрудников в совершенствование системы безопасности на рабочих местах. Работники сами могут принять участие в улучшении условий труда и повышении

уровня безопасности. Так за 2019 год сотрудниками было выявлено 4880 «ярлыков безопасности», из них закрыто 93%.

Мы провели День охраны труда для сотрудников производства, в котором приняли участие 25 человек.

В 2019 году мы также сфокусировались на безопасности сотрудников транспортного участка. Так в этом году мы обновили и увеличили парк автомобилей для доставки продукции HoReCa.

Теперь машины оборудованы тележками, а также сформированы постоянные экипажи (водитель и грузчик) на 4 автомобилях, что позволило не только увеличить объём доставки, но и отлично отразилось на условиях работы водителя: уменьшилась усталость, увеличилась безопасность доставки продукции в торговые точки.

Мы установили камеры заднего вида для автомобилей при доставке мелкой розницы. Камеры

позволяют выявить препятствие и вовремя произвести остановку, что сокращает риск наезда на пешехода и повышает безопасность эксплуатации автомобилей. Также на большегрузных автомобилях теперь есть дополнительное освещение для маневрирования задним ходом в стесненных и затемненных местах, что сделало наши автомобили более заметными.

29 наших сотрудников прошли обучение по безопасному вожде-

нию. В рамках курса водители приобрели основные навыки безопасного владения автомобилем, закрепили знания о правилах дорожного движения, пройдя тест по полученным знаниям.

Таким образом благодаря нашим усилиям наш коэффициент безопасности (Safety Index) составил 85,4%, а общий рейтинг соответствия стандартам Группы по охране труда достиг 96%.

ОБЕЩАНИЯ CARLSBERG GROUP В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

ЧТО МЫ ОБЕЩАЛИ В 2018 ГОДУ

Продолжить проводить тренинги по охране труда и безопасности, обеспечив при этом охват не менее 65% руководителей

Продолжить внедрять Жизненно важные правила за счет обновления стандартов Группы и обеспечить их соблюдение путем проведения самостоятельной оценки

Внедрить новую учебную программу по безопасному вождению для службы продаж

Внедрить новую программу управления контрагентами во всей организации

ЧТО МЫ СДЕЛАЛИ В 2019 ГОДУ

5 800 менеджеров (>95%) прошли обучение по охране труда и безопасности

Скорректировали и проверили стандарты для всех Жизненно важных правил: согласно ежемесячной оценке 90% рынков соблюдают правила

Запущен онлайн-тренинг по безопасному вождению для Восточной и Западной Европы, в Азии запущено обучение по управлению двухколесным транспортом

На 85% разработана и внедрена учебная программа управления контрагентами во всей организации



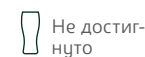
НАШИ ПЛАНЫ НА 2020 ГОД

Провести коммуникационную кампанию для роста интереса сотрудников в совершенствовании отчета по потенциально опасным ситуациям и контролю

Повысить соблюдаемость Жизненно важных правил до 90% на всех наших пивоварнях

Внедрить программы онлайн-тренингов по Жизненно важным правилам и обучить не менее 25% водителей

Продолжить внедрение учебной программы управления контрагентами. Представить новый стандарт режима рабочего дня



Мы следим за тем, чтобы соблюдение деловой этики всегда было в основе нашей деятельности

➤ СКАЧАЙТЕ НАШИ ПОЛИТИКИ НА НАШЕМ ВЕБ-САЙТЕ:
carlsberggroup.com/sustainability/download/download-our-policies

ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС



ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС



СЛЕДУЕМ НАШЕМУ КОМПАСУ

Мы стремимся к коммерческому успеху и достижению наших целей, однако никогда не пренебрегаем этическими нормами ведения бизнеса. Целевая программа «Следуем нашему компасу» была запущена в 2016 году и является частью нашей стратегии **ПАРУСА'22**.

Наш «Компас» состоит из двух компонентов: это Кодекс этики и поведения и Политики и регламенты Группы. «Компас» определяет то, как сотрудники должны взаимодействовать с коллегами

и внешними партнерами, такими как клиенты и поставщики, и направлен на привитие в рамках организации культуры комплаенс, подчеркивая таким образом важность добросовестности на всех уровнях.

Наши политики и сопровождающие их руководства помогают регулировать поведение в конкретных областях. Они включают в себя следующие компоненты: Политика в области трудовых отношений и защиты прав человека Определяет стандарты в области труда и прав человека, доступ к которым есть у каждого сотрудника Carlsberg Group вне зависимости от страны, в которой он работает.

ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ РАЗНООБРАЗИЯ И ИНКЛЮЗИИ

Гарантирует то, что мы ценим и уважаем наших сотрудников. Все сотрудники работают в атмосфере инклюзивности и равных

возможностей вне зависимости от их социальной идентичности.

ПОЛИТИКА ПО ПРОТИВОДЕЙСТВИЮ КОРРУПЦИИ

Очерчивает и объясняет запреты на взяточничество и коррупцию во всех наших действиях, подчеркивает специфические требования к соблюдению этих запретов и укрепляет нашу приверженность идее по-настоящему честного и порядочного ведения бизнеса.

ПОЛИТИКА ПО УПРАВЛЕНИЮ ДОКУМЕНТАЦИЕЙ И ЗАЩИТЕ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

Закрепляет наше обязательство по обеспечению эффективного и законодательно верного управления документацией и соблюдение правил обработки персональных данных.

ПОЛИТИКА В ОБЛАСТИ АНТИМОНОПОЛЬНОГО КОМПЛАЕНСА

Поддерживает сильную, но

справедливую, не нарушающую законы конкуренцию на всех наших рынках.

В течение 2019 года мы уделяли особое внимание совершенствованию программы соответствия требованиям антимонопольного законодательства. Эта работа заключалась в подробном очном обучении сотрудников в группе повышенного риска, а также включала в себя программу выборочных проверок на отдельных рынках с участием сторонних юристов.

ПОЛИТИКА В СФЕРЕ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

Предотвращает и контролирует риски для окружающей среды, смягчает наше воздействие на окружающую среду и стимулирует постоянное улучшение экологических показателей.

Меры и инструменты, необходимые для внедрения стандартов поведения, подробно описаны в

наших политиках и включают в себя в том числе ежегодную оценку рисков, детализированный контроль, тренинги, регулярную коммуникацию и внутренние аудиты.



СОЗДАЕМ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РОСТА И РАЗВИТИЯ

Мы всегда уделяем большое внимание обучению и развитию сотрудников. В 2019 году очное и дистанционное обучение по вопросам противодействия взяточничеству и коррупции прошли 416 человек. Из них 340 также прошли очное обучение по вопросам соблюдения требований добросовестной конкуренции. 44 человека прошли очное обучение по вопросам защиты персональных данных. Кроме того, в 2019 году 160 сотрудников компании прошли электронное обучение по Кодексу этики и поведения. Сотрудники регулярно проходят онлайн-обучение по важным для индустрии сферам, таким как система менеджмента качества, политика по FSSC, система экологического менеджмента и др.

ОБЕСПЕЧИВАЕМ СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО

Коллективный договор обеспечивает прозрачные и партнерские отношения между работодателем и сотрудником. Договор пересматривается каждые три года с целью совершенствования социально-трудовых отношений и улучшения положения сотрудников по сравнению с действующим



законодательством.

В соответствии с договором, больше сотрудников смогут воспользоваться программами ДМС, получить выплаты по уходу за ребенком и лимиты на корпоративное питание. Особое внимание в договоре уделено материальной помощи, оказываемой сотрудникам в связи с различными событиями в жизни. На получение материальной помощи смогут рассчитывать сотрудники и члены их семей в случае тяжелого

заболевания, несчастного случая в быту или в связи с полным или существенным уничтожением имущества. Кроме того, в случае усыновления ребенка сотрудник получит единовременную материальную помощь.

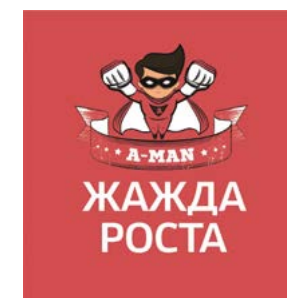
ПРОГРАММА ПРИВЛЕЧЕНИЯ И РАЗВИТИЯ МОЛОДЫХ ТАЛАНТОВ

В отчетном году мы продолжили программу развития молодых талантов «Жажда роста», в рамках

которой студенты последних курсов ВУЗов и выпускники проходят оплачиваемую стажировку в компании и могут начать строить карьеру в одной из нескольких профессиональных сфер: в 2019 году это были транспортная логистика, маркетинг, планирование, корпоративные коммуникации, бухгалтерия и управленческий учет и контроллинг. «Жажда роста» существует с 2013 года. За шесть лет было подано около тысячи заявок, принято

37 стажеров, 20 из них работают в «Аливарии» и сегодня в качестве постоянных сотрудников. В отчетном году было подано более 200 заявок, 55 человек прошли этапы отбора и 11 человек трудоустроились на «Аливарию» для получения первого опыта и возможности построить карьеру в международной компании. Мы не собираемся останавливаться на достигнутом. Для масштабной PR-кампании 7-й волны «Жажды роста» в 2019-2020 году мы сняли креативный видеоролик, который в дальнейшем использовали для анонсирования и продвижения проекта в СМИ и социальных сетях. Благодаря нашим действиям в сезон 2019-2020 года количество поданных заявок достигло 621, что говорит о существенном росте популярности программы.

В настоящем и последующих годах планируется дальнейшее развитие «Жажды роста».



ПОСТОЯННО ПОВЫШАЮЩИЕСЯ СТАНДАРТЫ

Ежегодно «Аливария» проходит независимые аудиты, которые подтверждают эффективную работу в области качества и безопасности пищевой продукции. В 2019 году на «Аливарии» прошли инспекционные аудиты по интегрированной системе менеджмента (ИСМ) и системе менеджмента безопасности пищевой продукции (FSSC). Результатами аудитов было подтверждение соответствия ИСМ и FSSC требованиям международных стандартов.

В феврале 2019 НП РУП БелГИСС провел инспекционный аудит системы НАССР. Инспекционный аудит был также проведен независимым международным сертификационным и классификационным обществом DNV GL, которое подтвердило соответствие ИСМ требованиям трех международных стандартов: ISO 9001, ISO 14001, OHSAS 18001. Общество также провело сертификационный аудит системы менеджмента безопасности пищевой продукции FSSC v.4.1.

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

Мы используем различные каналы для получения обратной связи о работе компании и ее продукции от потребителей. Полученную

информацию мы анализируем и используем для совершенствования процессов, улучшения качества продукции и новых разработок.

Обратиться в компанию можно по телефону «горячей линии» 8-017-239-58-36 или через корпоративный сайт (www.alivaria.by).

ОБЕЩАНИЯ CARLSBERG GROUP В ОБЛАСТИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

ЧТО МЫ ОБЕЩАЛИ В 2018 ГОДУ

Следуем нашему компасу

Внедрить систему контроля правовых рисков с помощью образовательных программ, электронного, очного обучения и мониторинга

Обновить систему проверки сторонних организаций и усовершенствовать Руководство по подаркам, развлечениям и пожертвованиям. Разработать план мониторинга по борьбе со взяточничеством и коррупцией на 2019-2021 год

Труд и права человека

Пересмотреть программы электронного обучения по вопросам трудовых отношений и защиты прав человека, сделать программу доступной и обязательной для всех новых менеджеров, использующих нашу систему управления персоналом на локальных рынках.

Внедрить поддерживающие инициативы для обеспечения соблюдения Политики в области трудовых отношений и прав человека в отдельных областях

Провести внутренний аудит на отдельных рынках для мониторинга эффективности внедрения Политики в области трудовых отношений и прав человека

ЧТО МЫ СДЕЛАЛИ В 2019 ГОДУ

Следуем нашему компасу

Запустили систему контроля правовых рисков с помощью образовательных программ, электронного и очного обучения. Провели оценку правовых рисков и отчитались о внедрении контроля на всех рынках

Обновлена система проверки сторонних организаций и внедрено Руководство по подаркам, развлечениям и пожертвованиям. Разработан план мониторинга по борьбе со взяточничеством и коррупцией на 2019-2021 год

Труд и права человека

Пересмотрена программа электронного обучения по трудовым отношениям и правам человека, доступная и обязательная для всех менеджеров, использующих программу управления персоналом

Разработана и внедрена информационная кампания на рынках с повышенным риском

Проведены аудиты на отдельных рынках в Азии, Западной и Восточной Европе, в том числе произведен анализ ошибок и идентификация мер по смягчению их последствий



Полностью достигнуто

Частично достигнуто

Не достигнуто

НАШИ ПЛАНЫ НА 2020 ГОД

Следуем нашему компасу

Представить новый электронный курс, посвященный борьбе со взяточничеством и коррупцией для сотрудников офисов

Внедрить обновленные системы управления рисками, модель внутреннего контроля и план мониторинга на 2020 год

Внедрить новые инструменты управления рисками и соблюдения требований (Governance, risk and compliance tools, GRC) для качественного учета и оценки

Труд и права человека

Продолжить внутренние аудиты на рынках с высоким уровнем риска для мониторинга эффективности внедрения Политики в области трудовых отношений и прав человека

Разработать инициативы для оценки риска ошибок в цепи начисления стоимости в соответствии с Руководящими принципами ООН

ВКЛАД В ЭКОНОМИКУ

Пиво создает стоимость и положительно влияет на экономику. Работая на более чем 100 рынках, мы вносим значительный вклад в мировую экономику за счет производства, распространения и реализации нашей продукции.



УЗНАЙ БОЛЬШЕ НА НАШЕМ САЙТЕ:
carlsberggroup.com



ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ВКЛАД В ОБЩЕСТВО

БОЛЕЕ 40 000 РАБОТНИКОВ

В 2019 году «Carlsberg Group» обеспечила работой 40 000 человек на наших основных предприятиях во всем мире. Большинство из них работают на наших пивоварнях, которые часто обеспечивают необходимую занятость в сельской местности. В нашем штате также числятся высококвалифицированные специалисты в области продаж и маркетинга, финансов, закупок, исследований и разработки, логистики и администрирования.

СОЗДАЕМ РАБОЧИЕ МЕСТА В ДРУГИХ ОТРАСЛЯХ

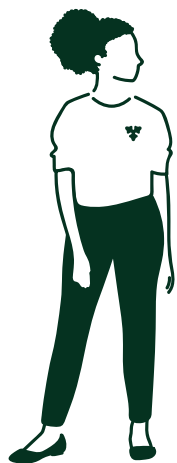
Реализация нашей продукции стимулирует непрямую занятость – рабочие места появляются в сфере обслуживания (бары, рестораны) и розничной торговле (продуктовые магазины).

Учитывая нашу деятельность, экономическое исследовательское консультационное

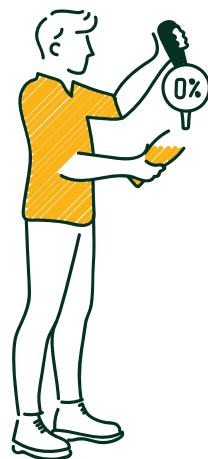
агентство «Europe Economics» подсчитало, что в 2019 году мы обеспечили прямую и косвенную занятость примерно 1,2 миллиона человек*, что эквивалентно 28 дополнительным рабочим местам на каждого работника Carlsberg Group.

В рамках нашей деятельности во всем мире мы поддерживаем устойчивую занятость, экономический рост и вносим

свой вклад в экономическое процветание, повышаем производительность и уровень инноваций.



1 работник
Carlsberg Group
создает...



14 рабочих мест
в сфере обслуживания



3 рабочих места
у поставщиков,
в том числе в отрасли
сельского хозяйства



11 рабочих мест
в розничной торговле

*Количество рабочих мест, созданных «Carlsberg Group» в 2019 году, значительно отличается от данных в 2018 году ввиду изменения в методике подсчета. Мы изменили методику, чтобы соответствовать стандартам индустрии по подсчету данных по отраслям промышленности. По методике 2018 года индуцированная и косвенная занятость достигла порядка 490 000 человек.



Акцизы &



Налог на прибыль &



Подоходный налог &



прочие налоги и НДС &



Страны, где присутствует Carlsberg =

Общий налоговый вклад Carlsberg (млрд датских крон)

44

ПРОИЗВОДСТВЕННАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СТОИМОСТЬ

Производственная экономическая стоимость состоит из валового дохода, прочих доходов, финансовых доходов и особых статей доходов. Наш вклад распределяется между заинтересованными сторонами в виде платежей поставщикам, заработной платы сотрудникам, финансовых затрат источников оборотного

капитала и государственных налогов. Удержанная экономическая стоимость представляет собой прибыль, которую мы используем для выплаты дивидендов нашим акционерам и для поддержки будущего роста нашего бизнеса. В 2019 году общая производственная экономическая стоимость составила 96 млрд датских крон. Общая сумма уплаченных налогов, включая уплаченные и собранные налоги, составила 55 млрд датских крон.

УПЛАЧЕННЫЕ НАЛОГИ

Налоги, уплачиваемые Carlsberg Group, включают прямые налоги, такие как корпоративный налог на прибыль, взносы в фонд социального страхования, налог на охрану окружающей среды и не прямые налоги.

ОБЩИЙ НАЛОГОВЫЙ ВКЛАД

В дополнение к уплачиваемым налогам мы собираем налоги по поручению правительствен-

ных органов в странах присутствия. Такие налоги включают в себя налоги, уплачиваемые от имени наших работников, НДС и другие, в том числе акцизы. В 2019 году общий налоговый вклад составил 44 млрд датских крон.

ОБЩИЙ ОБЪЕМ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПОСТУПЛЕНИЙ В БЮДЖЕТ

Наша продукция формирует существенные поступления в государственный бюджет, поддер-

живая государственные услуги и стимулируя экономический рост в странах нашего присутствия. В дополнение к описанному выше налоговому вкладу, поступления в бюджет также формируются в смежных областях, таких как сельское хозяйство, розничная торговля и сфера обслуживания.

См. нашу политику по уплате налогов на сайте https://www.carlsberggroup.com/media/34544/tax-policy_eng_sep-2019.pdf

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