

# ESG-отчет компании «Аливария» за 2023 год





# СОДЕРЖАНИЕ

## ESG-отчет компании «Аливария» за 2023 год







Данный отчет содержит информацию о деятельности компании «Аливария», часть Carlsberg Group, по вопросам окружающей среды, социальной ответственности и корпоративного управления в период с 1 января по 31 декабря 2023 года.

Отчет рассказывает о прогрессе, достигнутом с 2015 года в ходе реализации ESG-программы «Вместе к устойчивому будущему», и отображает долгосрочные цели на 2023 и 2040 годы.

## ВВЕДЕНИЕ

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО РУКОВОДСТВА КОМПАНИИ .....	3
ВМЕСТЕ К УСТОЙЧИВОМУ БУДУЩЕМУ .....	6

## НАШИ ЦЕЛИ

 <b>НОЛЬ</b> УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА .....	10
 <b>НОЛЬ</b> ФЕРМЕРСКОГО СЛЕДА .....	15
 <b>НОЛЬ</b> ОТХОДОВ УПАКОВКИ .....	18
 <b>НОЛЬ</b> ПОТЕРИ ВОДЫ .....	22
 <b>НОЛЬ</b> БЕЗОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ .....	25
 <b>НОЛЬ</b> НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ .....	29

## ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ

ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС .....	32
----------------------------	----

## 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 о ESG-программе компании, ключевых целях и самых важных проектах «Аливарии»





## ПИСЬМО ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА

**Наша цель – варить пиво для лучшего сегодня и завтра – как никогда актуальна, поскольку мы поддерживаем глобальные усилия по решению экологических и социальных проблем.**

Достижение наших глобальных целей и получение измеримых результатов в области климата и охраны окружающей среды потребуют инноваций, партнерства по всей производственно-сбытовой цепочке, взаимодействия с обществом и научно обоснованного подхода.

В 2023 году мы присоединились к другим корпоративным лидерам на Неделе климата в Нью-Йорке, чтобы выступить с призывом к действиям по предотвращению неконтролируемого глобального потепления. Мы также подчеркнули необходимость быстрого и масштабного перехода к регенеративному сельскому хозяйству для восстановления экосистем, жизненно важных для процветания природы, общества и мировой экономики.

Чтобы внести свой вклад, мы работаем над реализацией смелых идей, изложенных в нашей программе «Вместе к устойчивому будущему» (Together Towards Zero and Beyond (TTZAB)) – от стремления к нулевым показателям в цепочке поставок и получения всего сырья

из регенеративных методов ведения сельского хозяйства к 2040 году до восполнения к 2030 году всей воды, потребляемой нашими пивоварнями в районах с повышенным риском нехватки воды. Под руководством нового генерального директора и нового финансового директора мы продолжаем развивать достигнутый с 2015 года прогресс и реализовывать наши амбиции в области ESG. Мы продолжаем двигаться по пути, намеченном в 2022 году, и уже достигли прогресса во всех 11 приоритетных областях программы Together Towards Zero and Beyond (TTZAB TTZAB) в 2023 году.

Усилия по укреплению безопасного поведения во всех подразделениях компании помогли добиться снижения уровня несчастных случаев с потерей трудоспособности на 25% в 2023 году, а также обратить внимание на психологическую безопасность и благополучие. Сейчас 30% женщин работают на руководящих должностях, а вовлеченность наших сотрудников остается высокой, поскольку мы продолжали внедрять культуру инклюзивности и уважения.

Программа «Вместе к устойчивому будущему» является неотъемлемой частью успеха нашего бизнеса и корпоративной стратегии ПАРУСА'27. Она позволяет

снижать ESG-риски и использовать возможности для роста бизнеса – например, за счет расширения портфеля безалкогольных и слабоалкогольных сортов пива, которые сейчас составляют 28,5% от общего объема продаж. Все это сделано в рамках нашего обязательства «НОЛЬ безответственного потребления». Рост этого портфеля способствовал более широкому коммерческому успеху в этом году. Регуляторные органы проявляют все больше внимания, а заинтересованные стороны ожидают от компаний расширения раскрытия информации по существенным вопросам ESG. В этом отчете подробно описаны наши результаты, отмечен наш прогресс и достижения, а также ключевые проблемы и области, в которых мы должны еще многое сделать. Учитывая широту наших обязательств, мы признаем, что для достижения всех поставленных целей нам предстоит проделать огромную работу.

Формат нашей ESG-отчетности изменится в следующем году в связи со вступлением в силу Директивы ЕС по корпоративной отчетности в области устойчивого развития (CSRD). Наша приверженность принципам прозрачности неизменна, и мы стремимся предоставлять заинтересованным сторонам всю информацию, которая отвечает их

потребностям, повышает ценность и укрепляет доверие. Наше путешествие «Вместе к устойчивому будущему» объединяет и вдохновляет наши бренды, сотрудников, поставщиков, деловых партнеров, сообщества и потребителей по всему миру. Заглядывая в будущее, мы видим растущую роль Carlsberg как лидера и новатора в области устойчивого развития, опираясь на наше наследие и наш глобальный охват для достижения долгосрочных результатов для общества, наших заинтересованных сторон, наших людей и нашего бизнеса.



**Хенрик Поульсен,**  
Председатель совета

**Якоб Ааруп-Андерсен,**  
Генеральный директор Группы



# БИЗНЕС ГРУППЫ

Carlsberg Group – одна из крупнейших в мире международных пивоваренных групп с гордым наследием, начинающим свою историю с 1847 года.

Сегодня наш ассортимент пива, сидра, безалкогольных и других напитков охватывает потребителей по всему миру.

В нашем портфеле представлены международные и локальные бренды.

Все большее внимание уделяется безалкогольным и слабоалкогольным сортам.

Мы работаем на многих рынках в трех наших регионах – Западной Европе, Центральной и Восточной Европе и Азии – и присутствуем на дополнительных рынках благодаря экспортным и лицензионным соглашениям.

Мы добились высоких результатов в 2023 году, несмотря на сложную

потребительскую среду, значительное инфляционное давление и валютные проблемы. За год мы продали более 125,1 миллиона гектолитров качественного пива и напитков.

Премиальные сорта пива выросли на 1%, безалкогольные – на 3%, а общие объемы снизились на 0,5% за счет снижения объемов в Западной Европе и Центральной и Восточной Европе.

Когда наш бизнес работает хорошо, растут и наши сотрудники, и наши акционеры, и общество в целом (см. бизнес-модель ниже).

В 2023 году численность наших сотрудников выросла до более чем 31 000 человек, поддерживающих нашу деятельность в трех регионах, где у нас есть свои пивоварни.

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

В 2023 году Фонд Carlsberg, New Carlsberg Foundation и Tuborg Foundation вместе выделили 1,004 млрд датских крон на научные исследования, искусство и гражданское общество.

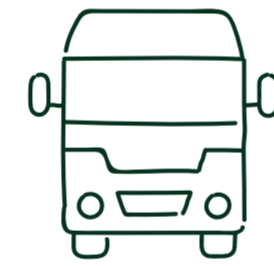
## БИЗНЕС-МОДЕЛЬ



**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

**TOGETHER TOWARDS ZERO & BEYOND**  
Carlsberg Group



**ЦЕННОСТЬ ДЛЯ АКЦИОНЕРОВ**

**73,6 млрд датских крон**  
выручка

**11,1 млрд датских крон**  
операционная прибыль

**3,7 млрд датских крон**  
выплаченные дивиденды

**3,2 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

**40 млрд датских крон**  
общий объем уплаченных налогов

**100 млрд датских крон**  
добавленная стоимость по всей цепочке поставок



ВМЕСТЕ  
К УСТОЙЧИВОМУ  
БУДУЩЕМУ





**Наша цель – варить пиво для лучшего сегодня и завтра**

В рамках программы «Вместе к устойчивому будущему» мы ставим перед собой амбициозные цели и берем на себя обязательства по 11 ключевым направлениям, которые обеспечат положительное воздействие на людей и планету, помогут нам управлять социальным и экологическим воздействием и поддерживать устойчивый рост бизнеса.

Достижение этих целей и обязательств будет сложной задачей и потребует трансформационных изменений во всей нашей деятельности, которых мы не сможем достичь в одиночку.

Партнерство с поставщиками, клиентами, потребителями и сообществами остается центральным элементом нашего подхода, чтобы мы вместе двигались к устойчивому будущему.

# 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

Следование  
нашему  
компасу

Взаимодействие  
с местным  
сообществом



# ПРОГРЕСС ПРОГРАММЫ «ВМЕСТЕ К УСТОЙЧИВОМУ БУДУЩЕМУ»

**Наша ESG-программа «Вместе к устойчивому будущему» (TTZAB) является неотъемлемой частью корпоративной стратегии ПАРУСА (SAIL), направленной на создание ценности для акционеров и общества**

Программа сосредоточена на 11 областях, которые мы определили в ходе оценки наиболее существенных ESG-воздействий нашего бизнеса. В этом году мы подтвердили актуальность этих тем, проведя предварительную двойную оценку существенности в соответствии с новыми правилами ЕС. Наши цели и обязательства в этих областях позволяют нам решать глобальные социальные и экологические проблемы, поддерживая нашу деятельность и возможность варить лучшее пиво сейчас и в будущем.

В основе программы TTZAB, запущенной в 2022 году, лежит наша программа «Цель 4 НОЛЯ: вместе для будущего» (TTZ). В рамках TTZ мы достигли значительных успехов в период с 2015 по 2022 год, включая сокращение на 16% углеродного следа в цепочке «от поля до бокала», о чем мы впервые сообщили в 2023 году. С TTZAB мы расширили фокус и охват нашей программы и еще больше повысили наши амбиции в области ESG.

За год существования TTZAB мы уже приняли меры по поддержке прогресса в наших приоритетных областях, подробно описанных в этом отчете, продолжая разрабатывать более устойчивые модели для пивоваренной отрасли и использовать партнерские отношения для совместных действий и прогресса.

Реализация программы поддерживается надежным управлением, включая надзор со стороны Руководящего комитета ESG, в состав которого входят руководители и эксперты из всех подразделений компании.

## ПОДДЕРЖКА НАШЕГО БИЗНЕСА

TTZAB поддерживается нашим руководством и включена в нашу бизнес-стратегию и производственно-сбытовую цепочку «от поля до бокала».

Проведенная нами в этом году предварительная двойная оценка существенности подтвердила, что программа TTZAB учитывает ESG-риски и возможности, которые наиболее существенны для бизнеса в финансовом плане, а также области, в которых мы оказываем существенное воздействие на людей и окружающую среду и то, как они распределяются по этапам нашей цепочки «от поля до бокала».

Действия, предпринимаемые для реализации наших приоритетных направлений TTZAB, помогают нам снижать риски и использовать возможности, в том числе для создания нового бизнеса. Например, мы реагируем на растущий потребительский спрос на безалкогольные и слабоалкогольные сорта пива.

Наша программа ESG также укрепляет наши позиции при создании этого вида напитков, повышает нашу репутацию и укрепляет наши отношения с заинтересованными сторонами, включая наших сотрудников, потребителей, поставщиков, клиентов и инвесторов, демонстрируя нашу глубокую приверженность ответственному поведению и принятию позитивных мер в области ESG.

## ВКЛАД В РАЗВИТИЕ ОБЩЕСТВА

TTZAB представляет собой наш ответ на существующие глобальные проблемы – от изменения климата, потери биоразнообразия, отходов пластика и нехватки воды до

проблем со здоровьем, связанных с чрезмерным употреблением алкоголя и безопасностью на рабочем месте.

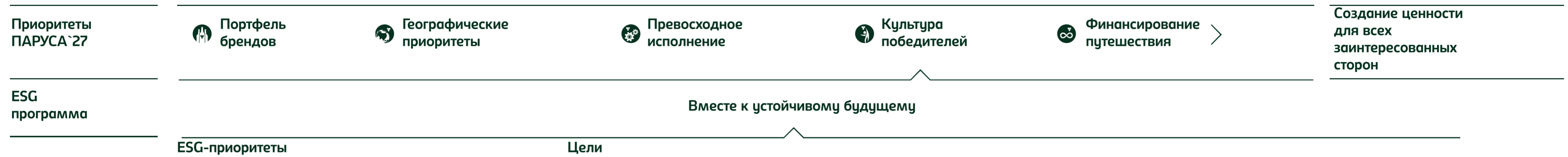
Амбициозные цели на 2030 и 2040 годы мотивируют нас работать над тем, чтобы добиться нулевого углеродного следа, нулевого сельскохозяйственного следа, нулевых отходов упаковки, нулевых отходов воды, нулевого безответственного потребления алкоголя и нулевого количества несчастных случаев на производстве. Наши обязательства в пяти других приоритетных областях охватывают наши постоянные усилия по поощрению многообразия, равенства и инклюзивности, соблюдению этических норм ведения бизнеса, уважению прав человека, ответственному подходу к закупкам, а также вовлеченности и оказанию помощи сообществам.





## ВАРИМ ПИВО ДЛЯ ЛУЧШЕГО СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

### Цели



	<b>НОЛЬ</b> углеродного следа	<b>2040</b> <b>2030</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› <b>Чистый НОЛЬ</b> углеродного следа по всей производственно-сбытовой цепочке</li> <li>› <b>НОЛЬ</b> углеродного следа на пивоварнях Группы</li> <li>› <b>30%-ное</b> сокращение углеродного следа готовой продукции</li> <li>› <b>100%-ное</b> использование энергии из возобновляемых источников на пивоварнях Группы</li> </ul>
	<b>НОЛЬ</b> фермерского следа	<b>2040</b> <b>2030</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› <b>100%</b> сырья получено с помощью регенеративных методов ведения сельского хозяйства и из ответственных источников поставки сырья</li> <li>› <b>30%</b> сырья получено с помощью регенеративных методов ведения сельского хозяйства и из ответственных источников поставки сырья</li> </ul>
	<b>НОЛЬ</b> отходов упаковки	<b>2030</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› <b>100%</b> перерабатываемой оборотной упаковки или тары из возобновляемых материалов</li> <li>› <b>90%</b> сбора и переработки бутылок и банок</li> <li>› <b>50%</b> сокращение пластиковых упаковок, произведенных из нефтепродуктов</li> <li>› <b>50%</b> переработанного сырья в бутылках и банках</li> </ul>
	<b>НОЛЬ</b> потери воды	<b>2030</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› Эффективность использования воды: <b>2 гл</b> воды на <b>гл</b> пива на всех пивоварнях и <b>1,7 гл</b> воды на <b>гл</b> пива на пивоварнях с высоким риском нехватки воды</li> <li>› <b>100%-ное</b> восполнение использованной воды на пивоварнях с высоким уровнем риска нехватки воды</li> </ul>
	<b>НОЛЬ</b> безответственного потребления	<b>2030</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› <b>100%-ное</b> наличие предупредительных сообщений об ответственном потреблении на упаковке и в рамках активации брендов</li> <li>› <b>100%</b> рынков Группы сотрудничает с партнерами в поддержку ответственного потребления</li> <li>› <b>100%-ная</b> доступность безалкогольного пива</li> <li>› <b>35%</b> всего пива Группы – слабоалкогольное или безалкогольное</li> </ul>
	<b>НОЛЬ</b> несчастных случаев	<b>2030</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>› <b>НОЛЬ</b> несчастных случаев с временной потерей трудоспособности</li> </ul>
	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 общество 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&amp;I), в 2022 году Carlsberg Group представила дополнительные долгосрочные и краткосрочные цели: <b>30%</b> женщин на руководящих позициях к 2024 году, <b>35%</b> к 2027 году и как минимум <b>40%</b> 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

**Carlsberg стремится сократить выбросы углекислого газа на своих пивоварнях к 2030 году и достичь чистого НУЛЯ по всей производственно-сбытовой цепочке «от поля до бокала» к 2040 году.**

Увеличение числа экстремальных погодных явлений и рекордных температур по всему миру в этом году настоятельно подчеркивает необходимость принятия мер по борьбе с изменением климата. Carlsberg полон решимости внести свой вклад, стремясь к достижению нулевого уровня выбросов значительно раньше глобальной цели Парижского соглашения.

Вместе с другими датскими компаниями Carlsberg подтвердил свои амбиции и призвал правительства помочь ускорить трансформацию зеленого бизнеса в преддверии климатической конференции COP28, а также обязался наращивать темпы для достижения Целей устойчивого развития ООН.

Компания сократила общий объем выбросов пивоваренных заводов еще на 6% в этом году – и на 57% с 2015 года – на пути к НУЛЮ. Относительные выбросы на гектолитр пива снизились на 59% по сравнению с 2015 годом, поскольку эффективность пивоваренных производств повышается.

Мы продолжаем инвестировать новые активы, которые положительно влияют на возобновляемость различных ресурсов.

Carlsberg Group тесно сотрудничает с поставщиками и другими партнерами, чтобы найти способы сокращения выбросов вне своих пивоварен – от выращивания ингредиентов до упаковки, транспортировки, дистрибуции и охлаждения нашего пива.

Последний анализ показывает, что в период с 2015 по 2022 год компания добилась сокращения выбросов в производственно-сбытовой цепочке «от поля до бокала» на гектолитр пива на 16%, что позволит достичь цели по относительному сокращению выбросов на 30% к 2030 году.

Корпорация Carlsberg вошла в число первых трех компаний в мире, которые установили краткосрочный целевой показатель на уровне 1,5°C к 2030 году, утвержденный Научно обоснованной целевой инициативой (SBTi). Поскольку стандарты с тех пор эволюционировали, в 2024 году целевые показатели по выбросам углерода будут пересмотрены в соответствии с обновленным руководством SBTi.



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 2023 ГОДУ

### 27,7%

сокращение выбросов CO<sub>2</sub> с 2015 г.



### 22%

сокращение удельного потребления тепловой энергии с 2015 г.

### 9%

сокращение абсолютного потребления электроэнергии



### 73%

оборудования с хладагентами с низким потенциалом глобального потепления



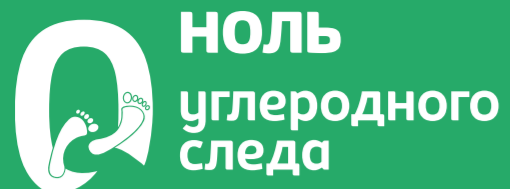
## ЦЕЛИ НА 2030 ГОД

- › **НОЛЬ** выбросов углерода на наших пивоварнях
- › **-30%** сокращение выбросов углерода в цепочке создания стоимости
- › **100%** вся возобновляемая электроэнергия должна поступать из новых активов (например, через соглашение о покупке электроэнергии)

## ЦЕЛЬ НА 2040 ГОД

- › **Чистая цепочка создания стоимости с НУЛЕВЫМ значением**





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

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ ИСТОЧНИКОВ ЭНЕРГИИ В СТРАНАХ БАЛТИИ

Пивоварня Utenos в Литве уже на 100% получает электроэнергию из возобновляемых источников за счет сочетания солнечной энергии, вырабатываемой на заводе и сертифицированной возобновляемой энергии из сети.

Теперь мы идем дальше, заключив новое соглашение о покупке электроэнергии (PPA) – первое в своем роде в Литве и странах Балтии, – которое не только увеличит возобновляемые мощности страны за счет новых активов, но и будет включать крупномасштабные системы аккумуляторных батарей для стабилизации энергосистемы.

Švyturys-Utenos Alus сотрудничает с Green Genius в установке дополнительных 3500 солнечных панелей на крышах пивоварни, в результате чего общая солнечная мощность завода достигнет 1,5 МВт. Прилагаемая к нему аккумуляторная система мощностью 2 МВт позволит накапливать избыточную энергию и использовать ее по мере необходимости.

На втором этапе проекта Green Genius построит новую солнечную электростанцию мощностью 5 МВт вне завода, от которой мы сможем получать электроэнергию, в том числе с помощью аккумуляторных батарей.

Обычно в рамках PPA мы продаем любую избыточную электроэнергию, которую мы производим, в сеть и покупаем дополнительную энергию из сети, когда это необходимо, по рыночным ценам. Но новое законодательство в Литве позволит нам виртуально «хранить» излишки электроэнергии из возобновляемых источников и использовать их по мере необходимости, например, ночью, когда солнечные панели не вырабатывают энергию.

После завершения строительства этот инновационный PPA обеспечит все потребности пивоварни в электроэнергии за счет солнечной энергии местного производства и продемонстрирует новую модель «энергия как услуга», которая будет способствовать расширению использования возобновляемых источников энергии на наших рынках в Восточной Европе.

«Это будет первое автономное решение для производства экологически чистого электричества для промышленных потребителей в странах Балтии. Поэтому мы рассматриваем этот проект как важную веху на пути к устойчивому развитию и энергетической независимости в регионе»

Русланас Склеповичус,  
Генеральный директор  
Green Genius

«Я верю, что наш пример побудит другие литовские предприятия предпринять аналогичные действия, так как, инвестируя в новые мощности по производству зеленой энергии, мы не только участвуем в зеленой трансформации, но и заботимся об энергетической безопасности Литвы, которая, как показывают события последних лет, чрезвычайно важна»

Роландас Вирсилас,  
Генеральный директор  
Пивоварни Švyturys-Utenos





# СНИЖАЕМ УГЛЕРОДНЫЙ СЛЕД ПИВОВАРЕН

В 2023 году мы сократили общие выбросы наших пивоваренных заводов по всему миру еще на 7% на гл пива.

Мы продолжаем уделять особое внимание повышению эффективности, использованию возобновляемых источников электроэнергии и поиску более низкоуглеродных альтернатив тепловой энергии на основе ископаемого топлива. Это поможет нам достичь нулевого уровня выбросов на наших пивоварнях к 2030 году.

В 2023 году 7 наших пивоваренных заводов будут работать на 100% возобновляемой энергии как для электро-, так и для теплоснабжения. Для всех тех, кто еще не достиг этого рубежа, в этом году мы провели детальное исследование, чтобы выявить и определить приоритеты потенциальных действий, которые помогут нам сократить выбросы углерода.

Мы также применили наш инструмент моделирования «цифровой двойник» для моделирования энерго- и водопотребления и выявления возможностей сокращения выбросов на одном из наших пивоваренных заводов в Германии и на новом пивоваренном заводе, который мы строим в Китае.

В своих действиях мы руководствуемся нашей глобальной экологической политикой, которая обязывает нас соблюдать строгие экологические стандарты в отношении энергии, выбросов, воды, отходов и упаковки.

Наши системы экологического менеджмента поддерживают постоянное совершенствование на наших пивоварнях.



## НОЛЬ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА: ЧТО МЫ ИМЕЕМ В ВИДУ ПОД НУЛЕВЫМ УГЛЕРОДНЫМ СЛЕДОМ

### УГЛЕРОДНЫЙ СЛЕД ПИВОВАРЕН

К 2030 году Carlsberg стремится сократить абсолютные выбросы парниковых газов при пивоварении как минимум на 95%, а затем устранить любые остаточные выбросы, чтобы достичь нулевого уровня на пивоварнях Группы по всему миру.

Начиная с 2023 года Carlsberg включает все эквивалентные CO<sub>2</sub> выбросы, а не только CO<sub>2</sub>, в целевые показатели и отчетность по выбросам пивоваренных заводов. Выбросы пивоварни включают прямые выбросы по Score 1 (например, при сжигании топлива для выработки тепла) и косвенные по Score 2 (например, при использовании 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 цели «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 до 90%. 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 CO – эквивалента по Score 1, 2 и 3 в результате выращивания и переработки сырья; процесса пивоварения, упаковки, транспортировки, дистрибуции и охлаждения продукции; и обращения с использованной упаковкой.

### ВОЗОБНОВЛЯЕМАЯ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИЯ

Carlsberg уже использует большую часть электроэнергии для наших пивоварен из возобновляемых источников, в том числе за счет покупки сертификатов, связывающих приобретаемую электроэнергию с существующими возобновляемыми источниками энергии.

К 2030 году Группа ставит цель, чтобы 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.



## ВЫБРОСЫ В ПРОИЗВОДСТВЕННО-СБЫТОВОЙ ЦЕПОЧКЕ

Углубленный анализ выбросов парниковых газов по Scope 1, 2 и 3 на каждом этапе – от выращивания ячменя в поле до переработки бутылок и банок после использования – помогает видеть углеродный след нашей производственно-сбытовой цепочки и оценить прогресс в достижении наших целей.

Последний трехлетний анализ, проводившийся в 2023 году на основе данных за 2022 год, подтверждает, что Carlsberg достиг цели по сокращению выбросов в производственно-сбытовой цепочке на гл пива на 15% к 2022 году по сравнению с базовым уровнем 2015 года и даже превысил ее, сократив выбросы на 16% в целом, причем с момента предыдущей оценки, в 2019 году наблюдался устойчивый прогресс (см. график ниже).

К концу 2022 года Carlsberg достиг снижения на 16% по сравнению с 2015 годом до 47 кг CO<sub>2</sub>e/гл, что не только превзошло целевой показатель на 2022 год, но и позволило более чем наполовину приблизиться к цели – сокращению выбросов на 30% к 2030 году.

В период с 2015 по 2022 год общий (абсолютный) объем выбросов в производственно-сбытовой цепочке оставался на стабильном уровне – около 5,2 млн тонн CO<sub>2</sub>e, несмотря на рост объемов производства на 19% за тот же период. Это означает, что мы успешно устранили зависимость между выбросами углекислого газа и ростом бизнеса.

Чтобы достичь цели «НОЛЬ углеродного следа», Carlsberg сотрудничает с партнерами по цепочке «от поля до бокала» не только для дальнейшего

повышения эффективности, но и для абсолютного сокращения выбросов CO<sub>2</sub> по мере роста бизнеса. Carlsberg поделился подробными результатами последнего анализа с локальными командами и ключевыми подразделениями, в частности отделом закупок, чтобы помочь определить ключевые возможности сокращения выбросов углерода на глобальном и локальном уровнях. Компания планирует ежегодно проводить углубленный анализ в производственно-сбытовой цепочке, чтобы ускорить принятие мер по устранению проблем с выбросами.

### СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАШЕЙ МЕТОДОЛОГИИ И ДАННЫХ

Carlsberg проводит анализ углеродного следа в производственно-сбытовой цепочке в соответствии с международными стандартами: Протоколом по парниковым газам по Scope 1, 2 и 3; отраслевым руководством по выбросам парниковых газов в индустрии напитков; руководством Европейской комиссии по экологическому следу продукции (PEF), включая правила для категории «Пиво».

С 2016 года Carlsberg сотрудничает с Carbon Trust для совершенствования методологии и повышения качества данных, которые используются для расчета выбросов углекислого газа. Был разработан специальный калькулятор выбросов и создана система отслеживания актуальности модели расчета. В последнем анализе было улучшено качество данных благодаря включению

в него первичных данных от поставщиков. Carlsberg Group получает данные непосредственно от 50 первичных поставщиков, что охватывает 50% прямых затрат Группы. Большинство данных о выбросах от упаковки, которая вносит наибольший вклад в след в цепочке создания стоимости, получено непосредственно от поставщиков. В Китае более 80% выбросов от прямых материалов теперь рассчитываются на основе первичных данных.

Carlsberg Group стремится предоставлять прозрачную отчетность, основанную на надежных данных и методологиях. Руководство по экологическим вопросам основано на рекомендациях Всемирной федерации рекламодателей (WFA).

**«С 2016 года мы сотрудничаем с Carlsberg, помогая команде двигаться к нулевым выбросам. С тех пор амбиции Carlsberg только увеличиваются. Программа «Вместе к устойчивому будущему» показывает, что борьба с выбросами в цепи создания ценности — это совместное усилие, и партнеры поддерживают климатические действия Carlsberg. С помощью нашего калькулятора выбросов Carlsberg может обновлять данные о выбросах углекислого газа своих поставщиков и других партнеров в цепочке создания стоимости, чтобы значимо отслеживать сокращение выбросов с течением времени.»**

**Том Дилей,**  
Генеральный директор  
Carbon Trust

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





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



**24%** СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО      **11%** ПИВОВАРЕНИЕ      **45%** УПАКОВКА      **10%** ДИСТРИБУЦИЯ      **10%** ОХЛАЖДЕНИЕ

Доля выбросов в 2022 г.	24%	11%	45%	10%	10%
Изменение выбросов с 2015 г.	-18%	-41%	-3%	-10%	-26%



# НОЛЬ фермерского следа

**Carlsberg Group сотрудничает с поставщиками и экспертами, чтобы принять меры по борьбе с изменением климата и сокращением биоразнообразия.**

Климат и биоразнообразие являются приоритетами для заинтересованных сторон и нашего бизнеса. Инвесторы требуют прозрачности и активных действий по всей цепочке «от поля до бокала» с учетом расширения регулирования в этой области.

Сельское хозяйство является вторым по величине драйвером выбросов углерода в цепочке создания стоимости, и мы не сможем достичь чистого НУЛЯ к 2040 году, не принимая меры по снижению воздействия на климат. Современные методы ведения сельского хозяйства и системы производства продуктов питания ускоряют сокращение биоразнообразия, что угрожает здоровью планеты и имеет побочные эффекты для бизнеса.

Carlsberg Group ставит перед собой амбициозные цели: к 2040 году все ингредиенты должны быть получены из экологически чистых источников и произведены с использованием регенеративных методов ведения сельского хозяйства. Эти обязательства поддержат глобальные действия по решению экологических проблем, улучшат условия жизни фермеров, а также помогут обеспечить устойчивые поставки сырья – от ячменя до риса – для производства пива сейчас и в будущем.

Зерновые культуры обычно растут в верхнем слое почвы, половина которого была истощена во всем мире за последние 150 лет. Фермеры, применяющие регенеративные методы, могут производить такое же количество продуктов питания более устойчивым способом, сохраняя и обогащая истощенную почву.

Но чтобы распространить этот подход на всю сельскохозяйственную цепочку создания стоимости, потребуются время, усилия, инновации и расширение сотрудничества.

Наши первоначальные усилия включают партнерство с фермерами, которые выращивают ячмень в Финляндии, Франции и Великобритании, для пилотного внедрения регенеративных методов, а также поддержку усилий по определению общих стандартов регенеративного сельского хозяйства.



2.3.1 & 2.4.1



14.1.1



12.2.1, 12.2.2, & 12.6.1



13.1.1



15.3.1 & 15.5.1

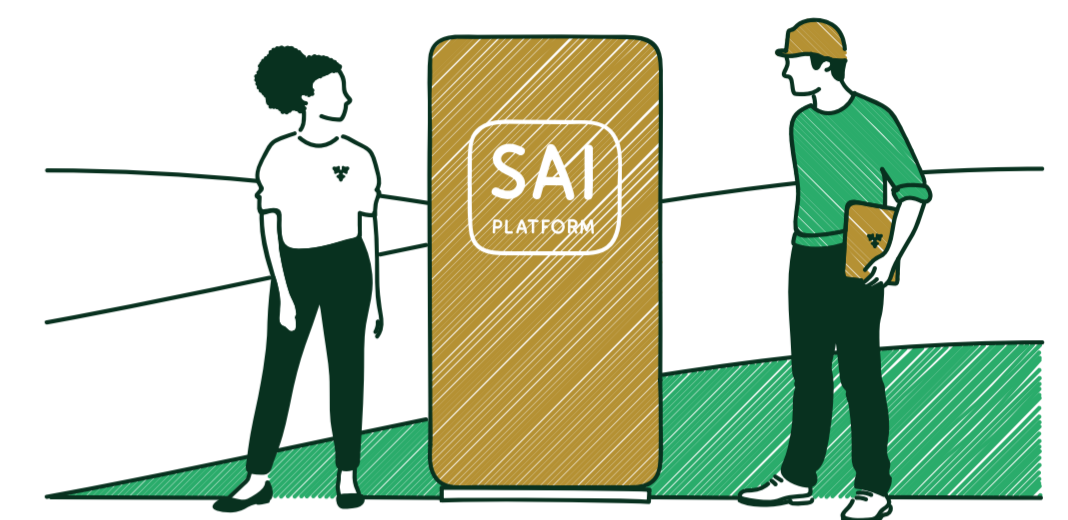
## Новая амбициозная цель

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 работе платформы 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.



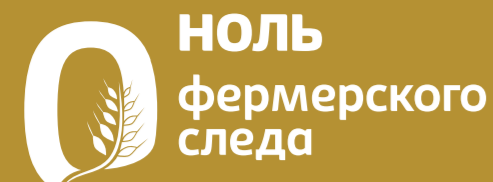
## ЦЕЛИ НА 2030 ГОД

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

## ЦЕЛЬ НА 2040 ГОД

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





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

### НОВОЕ ПИВО ДЛЯ ВЕЛИКОБРИТАНИИ

Carlsberg Group начинает путь по выращиванию 100%-но регенеративного ячменя в Великобритании.

Carlsberg Marston's Brewing Company (CMBC) и Archer-Daniels-Midland Company (ADM) заключили контракт с 23 фермерами на выращивание около 686 тонн регенеративного ячменя в течение 2023 года.

Урожай используется для производства Carlsberg Danish Pilsner с 2024 года. Компании стремятся расширить этот пилотный проект, чтобы обеспечить достаточное количество регенеративного ячменя для производства всего пива под этим брендом в Великобритании к 2027 году. Carlsberg планирует производить всю свою продукцию в Великобритании из 100%-но регенеративного ячменя к 2031 году.

В сотрудничестве с агроконсультационной компанией Ceres Rural компании разработали протокол регенеративного земледелия для фермеров-участников, который будет применяться для аудита их хозяйств. Этот протокол учитывает локальные условия и стандарты в Великобритании, одновременно соответствуя мировым критериям регенеративного земледелия.

Фермеры применяют различные методы: минимальная обработка почвы, выращивание покровных культур и сокращение использования химикатов до необходимого минимума для культивирования растений. Они планируют оценить воздействие этих методов на выбросы углекислого газа, углеродное поглощение почвой, ее здоровье и биоразнообразие.

Carlsberg поддерживает фермеров в переходе к регенеративным практикам, помогая им в измерении и мониторинге выбросов углерода и состояния почвы. Участвующие фермеры также могут обучаться друг у друга и распространять регенеративные методы за пределы своего сообщества.

Сорт ячменя, разработанный в лаборатории Carlsberg, не только улучшает качество пива, но и приносит дополнительную пользу климату за счет снижения энергопотребления и связанных с этим выбросов углерода в процессе пивоварения.

В рамках нашего долгосрочного партнерства с WWF-UK и в сотрудничестве с Norfolk Rivers Trust мы работаем с фермерами над внедрением мер по экономии воды, целью которых является восстановление до 100 миллионов литров пресной воды в регионе Восточной Англии.

«Аграрные системы в различных уголках мира отличаются из-за климатических условий, типов почв, культивируемых растений, масштабов хозяйств и применяемых технологий. Поэтому ключом к успеху является адаптация стратегий под конкретные рынки. Государственная и отраслевая поддержка фермеров способствует распространению новых методов, от экспертных консультаций и взаимного обучения до сбора локальных данных, что позволяет фермерам быть уверенными в возможности применения инноваций».

Элис Эндрю,  
Ассоциированный партнер  
Ceres Rural

«В CMBC мы искренне преданы идее устойчивого будущего пивоварения. Мы с энтузиазмом поддерживаем британских фермеров, применяющих регенеративные методы, которые способствуют здоровью почвы, снижают выбросы углекислого газа и помогают нам быть лидерами отрасли. Наши стратегические партнерства – основа этого трансформационного процесса, так как мы сотрудничаем с местными фермерами, торговцами, солодовнями, агрономами и НКО. Вместе мы не только варим пиво, но и создаем светлое, регенеративное будущее для всех».

Пол Дэвис,  
Генеральный директор  
CMBC





## ПОИСК ПОСТАВЩИКОВ РЕГЕНЕРАТИВНОГО ЯЧМЕНЯ

Первоначально мы сосредоточились на ячмене, который составляет около 60% веса наших сырьевых ингредиентов. В этом году наш британский бизнес объявил о новом крупном обязательстве – к 2027 году варить Carlsberg Danish Pilsner из 100%-но регенерируемого ячменя, а к 2031 году этому примеру должны последовать все остальные наши бренды в Великобритании.

Мы уже начали сотрудничать с 23 фермерами, чьи методы регенерации проверены нашим партнером Ceres Rural (см. стр. 23). Мы также сотрудничаем со Всемирным фондом дикой природы (WWF), чтобы поддержать фермеров, внедряющих водосберегающие методы ведения сельского хозяйства.

Во Франции мы достигли цели: 20% ячменя для нашего пива 1664 Blonde должно быть получено из зерна, выращенного с использованием некоторых методов регенерации.

С момента начала реализации этой инициативы в 2022 году количество участвующих фермеров увеличилось более чем в два раза, а площадь посевов – в три раза. Мы также используем присутствие нашего бренда, чтобы привлечь внимание потребителей к устойчивому сельскому хозяйству с помощью сообщений на упаковке и QR-кодов, которые обеспечивают повышенную прозрачность.

В 2021 году рождественское пиво KOFF в Финляндии стало нашим первым сортом, приготовленным из регенеративного ячменя, и KOFF впервые поддержал фермеров в переходе на регенеративные методы. Ячмень, использованный для праздничного пива в 2023 году, был вновь отслежен и проверен поставщиком Viking Malt «от поля до бокала». Он был получен с фермы, использующей регенеративные методы, и сертифицирован Группой действий Балтийского моря как безопасный.

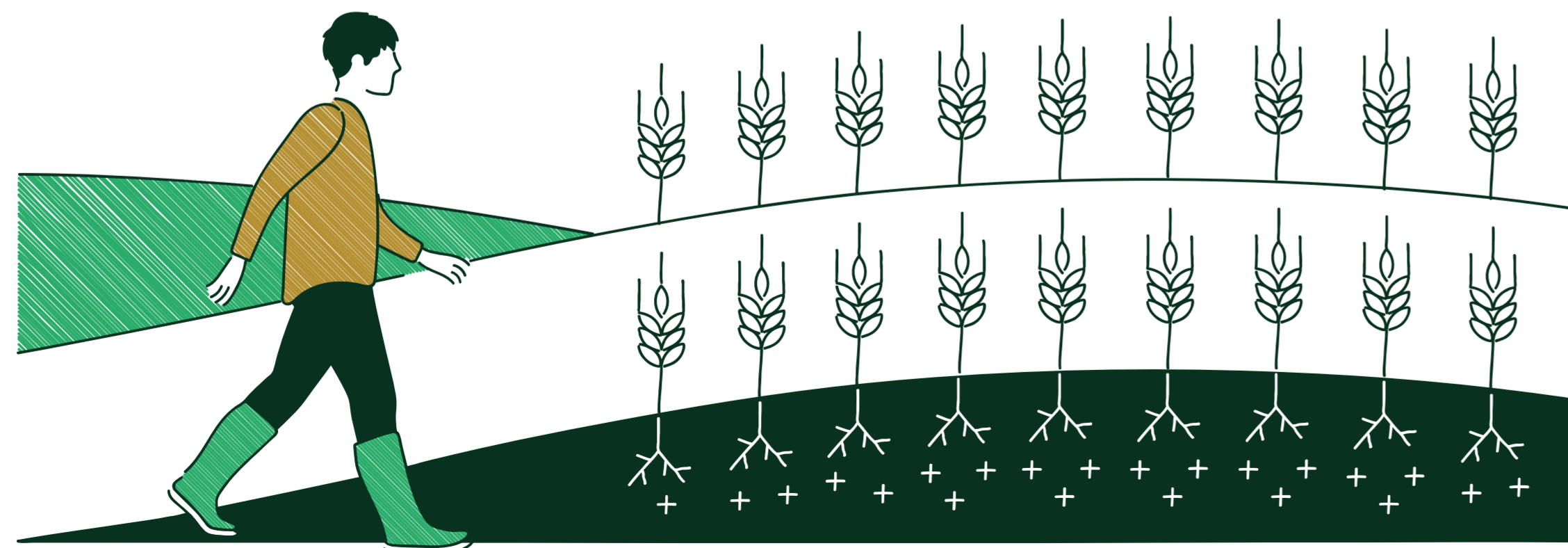
Вместе с другими предприятиями мы также поддерживаем исследования Национального института ресурсов Финляндии

по изучению экологических и экономических последствий севооборота.

Количество сырья, которое в настоящее время выращивается с использованием регенеративных методов – 6 927 тонн в 2023 году, незначительно (<1%) в контексте нашего глобального закупочного следа.

Но пилотные проекты, реализованные нами в этом году, помогают создать прочную платформу, на основе которой мы сможем наращивать усилия.

Благодаря привлечению партнерств мы уже увеличили площадь земель, обрабатываемых с использованием регенеративных методов, в течение первого года после установления цели «НОЛЬ фермерского следа».



## 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, засев 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 длительного 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 СЫРЬЕ

Сырье 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

**Carlsberg использует упаковку, которая соответствует принципам устойчивости и качества пива.**

Упаковка обеспечивает безопасную доставку нашего пива потребителям и влияет на их выбор товара. Осведомленность о воздействии упаковки на окружающую среду возрастает, поэтому уменьшение этого воздействия становится ключевым вопросом для законодателей.

Инновации в частном секторе и изменения в законодательстве ЕС открывают путь к цикличности упаковки, способствуя ее повторному использованию и переработке, а также расширяют сферу использования вторичных материалов. Принимаемые меры могут способствовать созданию более устойчивой экономики, которая будет устранять отходы, обеспечивать циркуляцию продуктов и материалов с максимальной отдачей их стоимости и способствовать восстановлению природы.

На упаковку приходится почти половина (45%) выбросов углекислого газа в нашей производственно-сбытовой цепочке, поэтому снижение ее воздействия на климат является

приоритетной задачей для достижения цели Carlsberg «НОЛЬ углеродного следа».

Цель «НОЛЬ отходов упаковки» выходит за рамки простого сокращения углеродных выбросов и способствует развитию циркулярной экономики. Carlsberg нацелен на снижение использования первичного пластика на основе ископаемого топлива и увеличение доли возобновляемых, перерабатываемых и подлежащих вторичной переработке материалов. Кроме того, Группа стремится увеличить долю упаковки, которая подлежит сбору и повторному использованию или переработке после ее использования.

Достижение этих целей будет сложной задачей и потребует инноваций, партнерства с поставщиками и совместной работы в пивоваренной отрасли и за ее пределами для выработки решений, необходимых для поддержки экономики замкнутого цикла на рынках присутствия Carlsberg.



12.2.1, 12.2.2,  
12.5.1 & 12.6.1

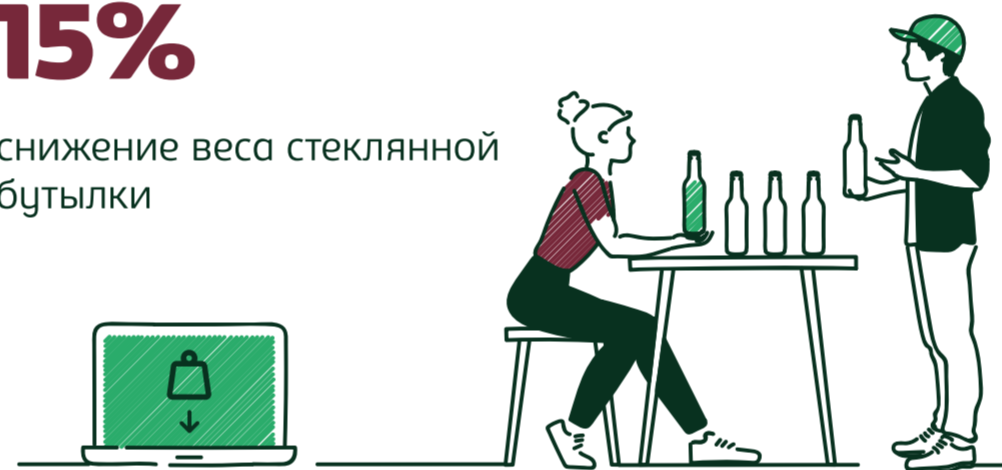


14.1.1

В этом году мы внедрили систему показателей устойчивого развития, чтобы при принятии решений по всем новым продуктам на первый план выдвигалось воздействие на окружающую среду. Мы продолжали сотрудничать с поставщиками по выработке более экологичных упаковочных решений и сформулировали заявление о позиции, которое опубликовано в 2024 году, где излагаются критерии эффективных схем возврата тары, способствующих повышению уровня сбора и переработки отходов.

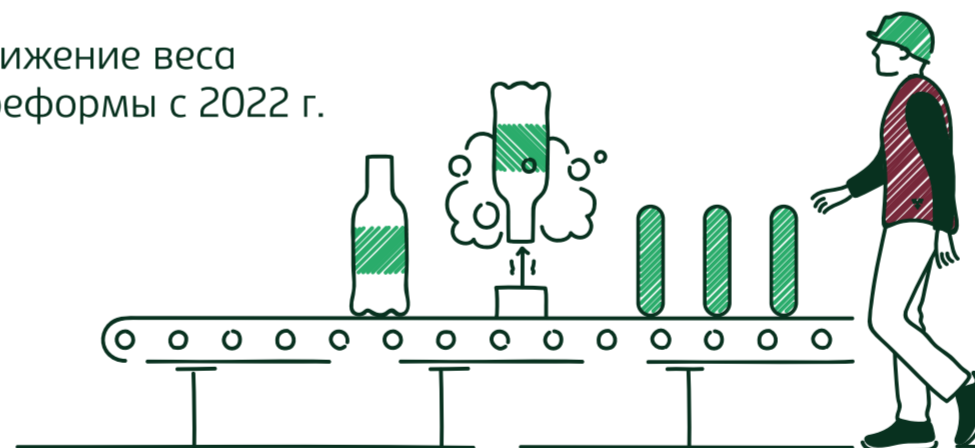
**15%**

снижение веса стеклянной бутылки



**9%**

снижение веса преформы с 2022 г.

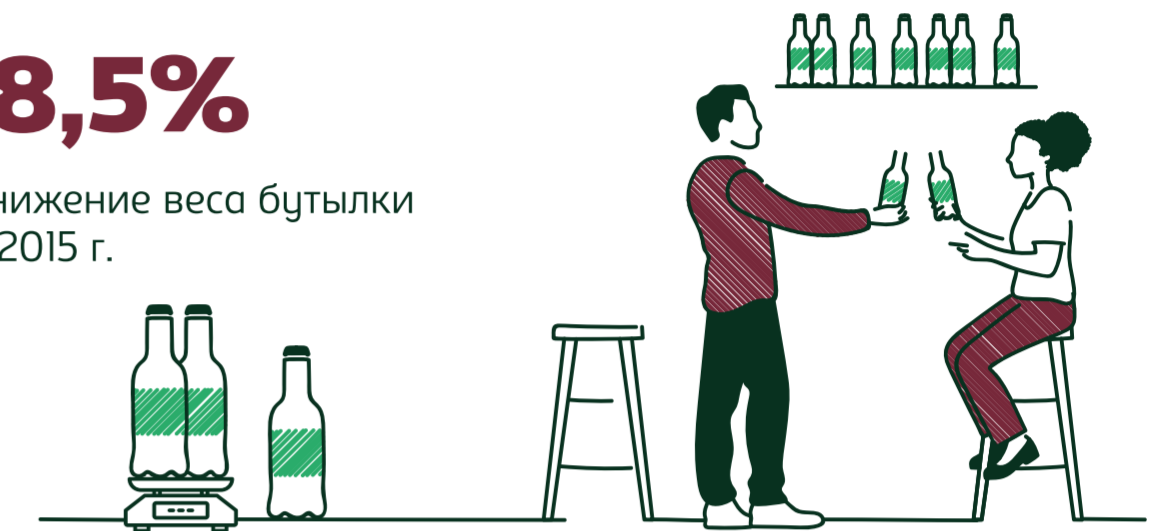


## ЦЕЛИ НА 2030 ГОД

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

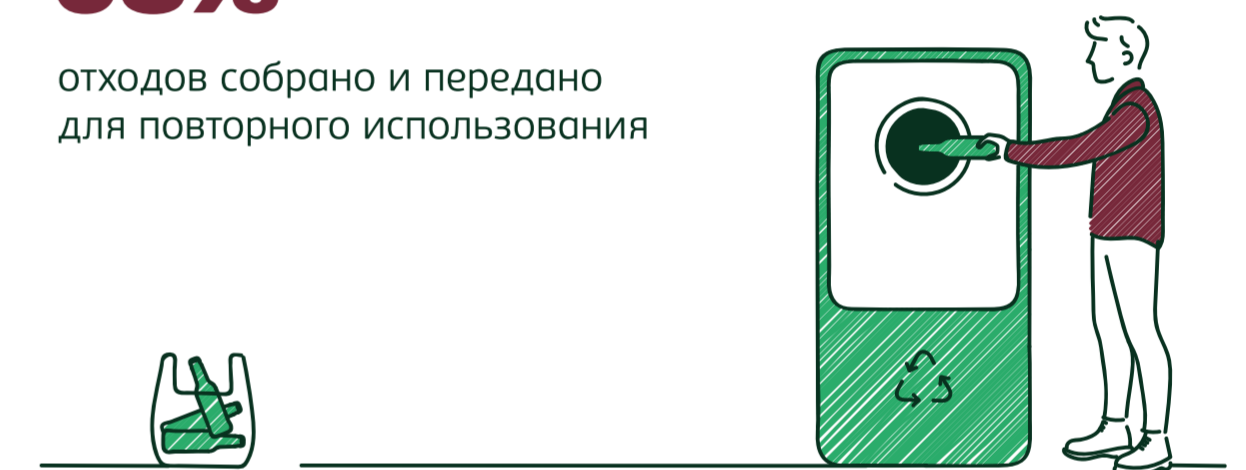
**8,5%**

снижение веса бутылки с 2015 г.



**68%**

отходов собрано и передано для повторного использования



**21%**

снижение веса колпачков с 2015 г.







**НОЛЬ**  
ОТХОДОВ  
УПАКОВКИ

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

### ПАРТНЕРСТВО В РАЗРАБОТКЕ ДОРОЖНОЙ КАРТЫ ПО СНИЖЕНИЮ ВОЗДЕЙСТВИЯ УПАКОВКИ НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ

Наша упаковка становится все легче, а вместе с этим и ее экологический след.

За последние три года мы сотрудничали с компанией Ball – одним из наших крупнейших поставщиков банок – с целью снижения веса наших самых распространенных форматов банок (33 и 50 мл) примерно на 5% на более чем десяти европейских рынках. Мы сокращаем углеродный след нашей производственно-сбытовой цепочки примерно на 5 000 тонн в год.

Благодаря нашему давнему партнерству с компанией Ball мы реализуем совместную дорожную карту действий, направленных на достижение наших общих целей в области устойчивого развития. Уменьшение веса продукции с целью снижения расхода материалов и сокращения выбросов углекислого газа – лишь один из аспектов этой дорожной карты.

Мы также работаем вместе, чтобы побудить потребителей возвращать больше использованных банок на переработку.

Совместные инициативы включают в себя пробную схему возврата тары в Сербии. Мы разместили логотип «Металл перерабатывается навсегда» на банках, чтобы подчеркнуть, что алюминий можно постоянно перерабатывать без потери качества и использовать снова и снова.

Мы также вместе демонстрируем переработку отходов на важных мероприятиях. Например, на «Тур де Франс» 2023 года, спонсором которого является наш бренд Tourtel Twist, мы раздавали зрителям безалкогольные напитки в жестяных банках и призывали их помочь собрать и переработать их в рамках совместной инициативы «Каждая банка на счету».

Банки, поставляемые компанией Ball в Европу, уже изготовлены в среднем на 62% из переработанного алюминия, что достигается за счет сочетания материалов, использованных до и после потребления. Содействие сбору и вторичной переработке поможет увеличить доступность вторичного сырья после потребления и обеспечит прогресс в достижении взаимодополняющих целей Carlsberg и Ball по увеличению объемов переработки и расширению использования вторичного сырья в банках к 2030 году.

«Партнерство с поставщиками, которые разделяют наши ценности и приверженность, является ключом к достижению таких амбициозных целей на нашем совместном пути к устойчивому будущему. Наше сотрудничество с Ball уже привело к заметным улучшениям в области снижения веса упаковки – важнейшему рычагу декарбонизации и использования материалов в нашей общей цепочке создания стоимости. Мы продолжаем двигаться вперед, объединяя усилия для улучшения циркуляции наших банок».

**Йохан Седерберг,**  
Вице-президент по закупкам  
Carlsberg Group

«Мы рады продолжать сотрудничество с Carlsberg и взаимодействовать в достижении наших согласованных целей, включая достижение 90% переработки к 2030 году. Сокращение выбросов углекислого газа в наших производственно-сбытовых цепочках является ключевым направлением, и уменьшение веса наших банок – один из способов, которым мы добились этого с Carlsberg, что привело к значительной экономии выбросов углекислого газа в 2023 году. Наше сотрудничество с Carlsberg поможет нам выполнить наш собственный план по изменению климата, одновременно оказывая положительное влияние на общую цепочку «от поля до бокала».

**Бьерн Кулманн,**  
Вице-президент по устойчивому  
развитию корпорации Ball





## ВМЕСТЕ К «НОЛЬ ОТХОДОВ УПАКОВКИ»

В 2022 году мы ввели цель «НОЛЬ отходов упаковки» в качестве нового направления нашей программы ESG. В этом году мы разработали тренинг для повышения осведомленности сотрудников по этой теме и начали работу по определению и реализации дорожной карты конкретных действий для достижения прогресса.

Мы также начали налаживать процессы сбора данных, необходимых для оценки и отчетности о нашей деятельности.

Анализ, основанный на последних доступных данных, показал, что общий объем использования первичной пластмассы на основе ископаемого топлива в 2022 году составил около 58 000 тонн, что на 3% меньше, чем в прошлом году.

Основываясь на показателях переработки на уровне рынка, использованных в нашем последнем анализе углеродного следа на всем пути от «поля до бокала», в 2022 году 74% наших бутылок и банок были собраны и переработаны, и в них содержится в среднем 34% переработанного содержимого.

У нас пока нет надлежащих данных, на основании которых можно было бы сообщить о прогрессе в достижении нашей цели по созданию 100%-но перерабатываемой, многократно используемой или возобновляемой упаковки.

Мы будем расширять сбор данных и повышать их качество, чтобы точно отчитываться о достижении всех наших целей, а также соответствовать новым требованиям ЕС по отчетности с 2024 года.



## НОЛЬ ОТХОДОВ УПАКОВКИ: ЧТО МЫ ИМЕЕМ В ВИДУ

### ПРИГОДНЫЕ ДЛЯ ВТОРИЧНОЙ ПЕРЕРАБОТКИ, ПОВТОРНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИЛИ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫЕ

Цель Carlsberg Group к 2030 году – 100% использования 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 многократовой, если она была разработана для использования как минимум дважды с одной и той же целью. Возобновляемая упаковка изготавливается из биоматериалов природного происхождения, которые можно постоянно восполнять.

#### Упаковка считается:

- **пригодной для вторичной переработки**, если доказано, что ее сбор, сортировка и вторичная переработка после потребления эффективны на практике и в больших масштабах. Упаковка, которая может быть переработана только в целях, не допускающих дальнейших циклов использования, не считается пригодной для вторичной переработки;
- **многократовой**, если она была разработана для использования по крайней мере дважды, а предпочтительно чаще;
- **возобновляемой**, если она изготовлена из биомассы из живого источника, который может постоянно восполняться.

#### СБОР И УТИЛИЗАЦИЯ ОТХОДОВ

Carlsberg стремится к 2030 году достичь 90% 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. Данный показатель также касается полимерных и стальных кегей. Цель не включает в себя крышки и этикетки.

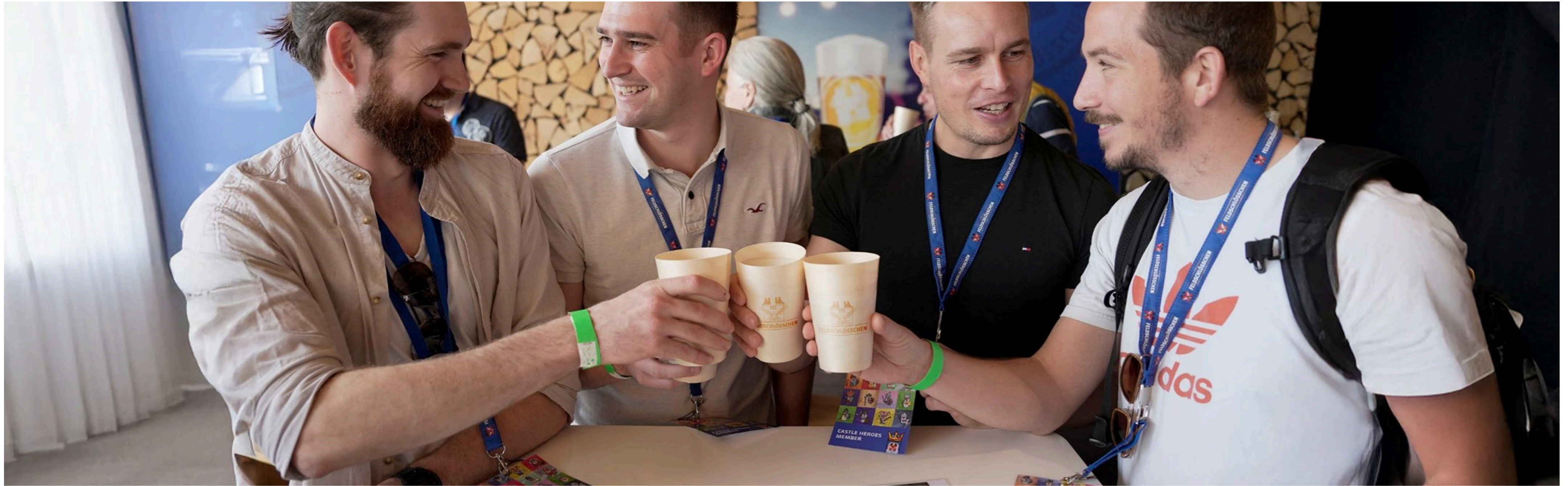
#### ВТОРИЧНОЕ СЫРЬЕ

Компания стремится достичь 50% содержания вторичного сырья в бутылках (стеклянных и пластиковых) и банках. Вторичное сырье 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, производственных отходов). 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.





## CASE STUDY

# ПИТЬ ИЗ ДЕРЕВЯННОЙ ЧАШКИ

Любители музыки и спорта в Швейцарии скоро будут пить из возобновляемых, компостируемых деревянных стаканчиков.

Feldschlösschen, наш швейцарский бизнес, объединился со швейцарским стартапом Arbloom, чтобы опробовать инновационные деревянные стаканчики в качестве потенциальной альтернативы миллионам одноразовых пластиковых стаканчиков, которые используются для подачи нашего пива на фестивалях, концертах и спортивных мероприятиях.

Для производства тонкого шпона, из которого изготавливаются стаканчики, требуется совсем немного обработки, поскольку он вырезается непосредственно из стволов деревьев – возобновляемого ресурса. После использования стаканчики можно вернуть в окружающую среду путем компостирования, а также переработки в такие изделия, как ДСП и поддоны.

Или же стаканчики сжигаются в качестве возобновляемого источника топлива.

Мы заключили соглашение с местным предприятием о переработке использованных стаканчиков в ДСП.

На протяжении всего жизненного цикла эти деревянные стаканчики имеют в три раза меньший углеродный след, чем одноразовые пластиковые стаканчики.

Из 700 потребителей, опрошенных в ходе наших первых испытаний, в шесть раз больше людей предпочли бы деревянные стаканы одноразовым пластиковым для следующего использования. Сейчас мы работаем над дальнейшим совершенствованием дизайна стаканов, чтобы улучшить мнение потребителей.

**«Как лидер швейцарского рынка пива, мы рады видеть, что компания Feldschlösschen сотрудничает с экологичными стартапами, чтобы избавиться от одностороннего пластика, используя экологичные пивные кружки местного производства».**

---

**Наталия Рётлисбергер,**  
Генеральный директор  
Arbloom Cup AG



# НОЛЬ потери воды

**Вода необходима всем, в том числе и пивоварням. Ведь без воды невозможно сварить пиво.**

Вода для нас не только является важнейшим ингредиентом, но также необходима для выращивания хмеля и солода, производственных процессов на пивоварнях Группы.

Последствия изменения климата и рост населения создают нагрузку на источники водоснабжения по всему миру. Наиболее остро эти последствия ощущаются в некоторых регионах с высокой степенью риска потери воды.

Carlsberg Group прилагает все усилия, чтобы свести к минимуму воздействие на окружающую среду и повысить эффективность пивоваренных заводов.

В 2023 году компания использовала всего 2,5 гектолитра (гл) воды на гектолитр пива, что на 31% меньше, чем в 2015 году. К 2023 году Carlsberg Group стремился снизить этот показатель до лидирующего в отрасли и по всему миру уровня 2,0 гл/гл. Этого уже удалось достичь на 12 пивоварнях.

На 16 пивоваренных заводах Группы, расположенных в бассейнах рек с высоким риском потери воды, компания стремится к показателю 1,7 гл/гл. Также Carlsberg Group инвестирует в строительство водоочистительных сооружений, повторно использующих сточные воды.



11.5.1, 11.5.2 & 11.5.3



6.1.1, 6.2.1, 6.3.1, 6.3.2, 6.4.1, 6.4.2, 6.5.1 & 6.6.1



12.2.1, 12.2.2 & 12.6.1



13.1.1



17.17.1

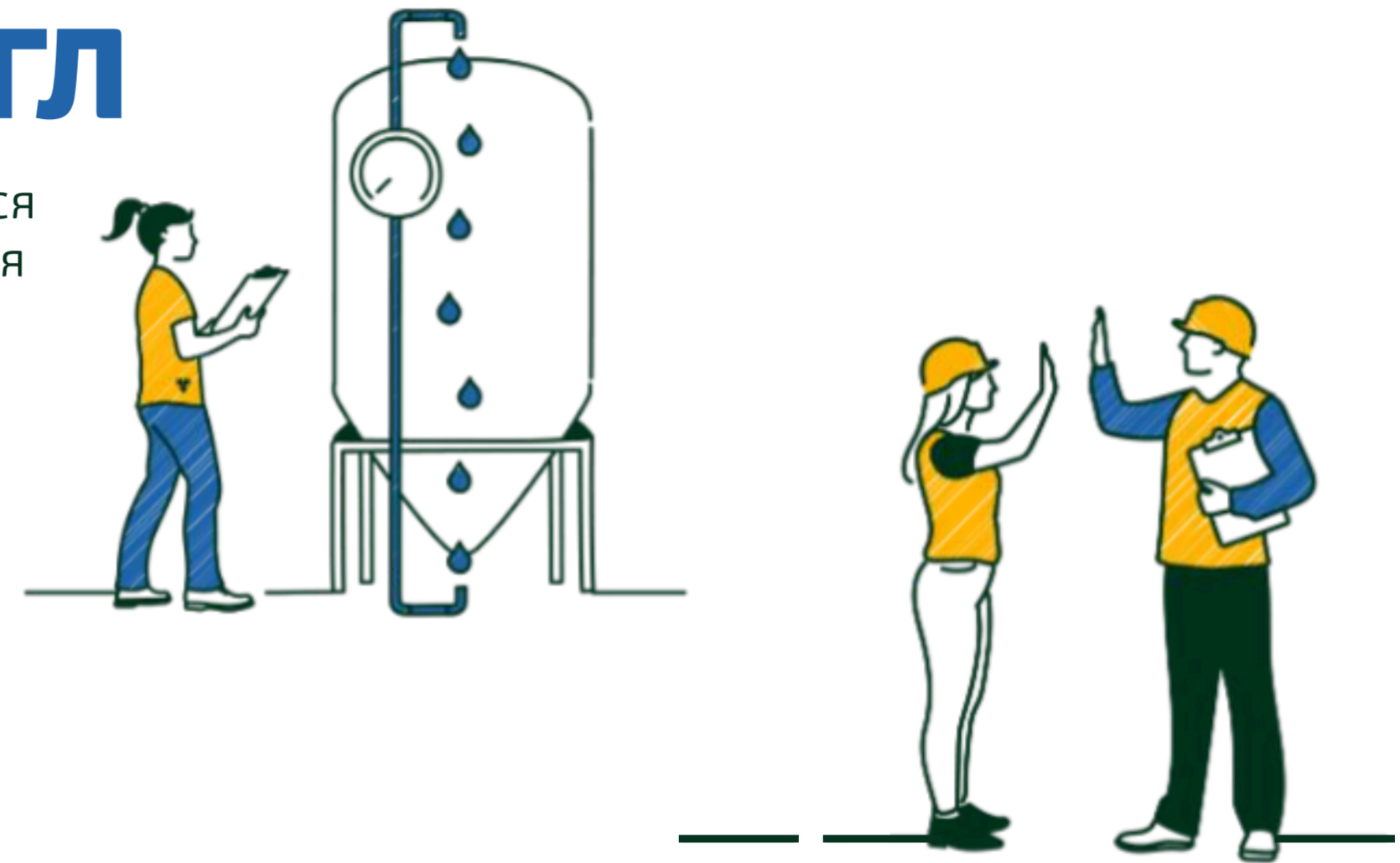


15.3.1 & 15.5.1

## ПРОГРЕСС «АЛИВАРИИ» В ДОСТИЖЕНИИ ESG-ЦЕЛЕЙ В 2023 ГОДУ

# 2,25 гл

воды требуется пивоварне для производства 1 гл пива



# 19%

Сокращение потребления воды с 2015 г.



## 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%-ное** восполнение использования воды на пивоварнях с высоким уровнем риска нехватки воды





# «ВМЕСТЕ К УСТОЙЧИВОМУ БУДУЩЕМУ» В ДЕЙСТВИИ: НОЛЬ ПОТЕРИ ВОДЫ

## ВОДОПРОВОД

Примерно четыре из пяти человек в сельских районах Камбоджи не имеют необходимого доступа к безопасной воде. Наше новое партнерство с социальным предприятием TapEffect впервые обеспечит безопасной питьевой водой тысячи нуждающихся камбоджийцев.

TapEffect работает с общинами в отдаленных сельских районах провинции Пурсат над созданием нового водопровода и сопутствующей инфраструктуры, которая обеспечит более 6 800 человек доступом к питьевой воде прямо из крана в домах, школах, больницах и на предприятиях.

Комплексный проект включает строительство нового водохранилища, очистных сооружений, хранилища чистой воды, насосной системы и более 50 км трубопроводов.

Ожидается, что к 2025 году он будет поставлять 7 миллионов литров воды в месяц, что составит около 25% объема воды, необходимого для восполнения потребления на нашем пивоваренном заводе в Сиануквиле.

WHO/UNICEF Joint Monitoring Programme

Предполагается, что система будет работать более 20 лет. Местные жители будут платить небольшую сумму – доступную для обслуживаемых сообществ и соответствующую местным нормам – за получение воды, чтобы сделать проект самоокупаемым, дать сообществам возможность участвовать в его успешной реализации и поддерживать любое необходимое обслуживание.

«Устройство водопровода для сельского населения в труднодоступных районах может быть очень сложной задачей, и доступ к финансированию является ключевым фактором. Мы рады объединиться с Carlsberg в качестве нашего партнера в этом амбициозном проекте по обеспечению чистой водой домохозяйств в провинции Пурсат. Доступ к безопасной воде является одной из Целей устойчивого развития ООН и поддерживает ряд других – от хорошего здоровья и качественного образования до гендерного равенства».

Ник Боерема,  
Генеральный директор  
TapEffect

«Вдохновляясь нашей целью варить пиво для лучшего сегодняшнего и завтрашнего дня и реализуя нашу программу «Вместе к нулю и дальше», мы стремимся развивать партнерские отношения, которые помогают защитить и пополнить запасы воды, которыми мы пользуемся вместе с местными жителями. Сотрудничая с TapEffect, мы поможем местным сообществам в Камбодже, испытывающим дефицит воды, получить доступ к чистой воде и выработать устойчивое решение для удовлетворения их потребностей».

Владимир Вава,  
Управляющий директор  
Cambrew Ltd



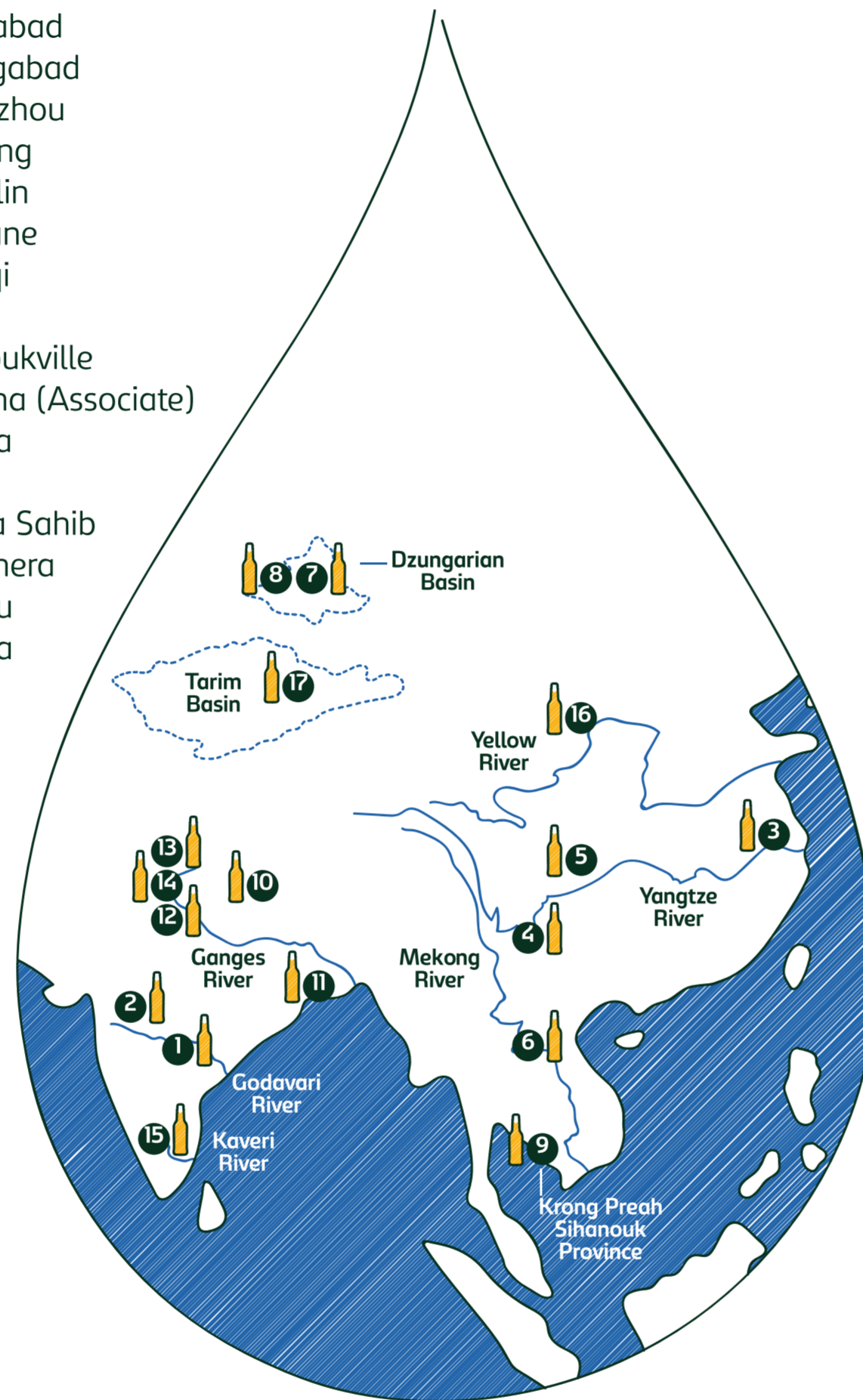
**Пивоваренный завод «Аливария» не находится в зоне риска нехватки воды. Однако, являясь компанией, ответственно подходящей к использованию природных ресурсов, «Аливария» стремится обеспечить экономное расходование воды по всей производственно-сбытовой цепочке.**

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-моек 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.

«Аливария» продолжает 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



**RELATIVE BREWERY WATER USE: ALL SITES (hl/hl)\***



**RELATIVE BREWERY WATER USE: SITES IN HIGH-RISK AREAS (hl/hl)**



# НОЛЬ ПОТЕРИ ВОДЫ: ЧТО МЫ ИМЕЕМ В ВИДУ

## ПИВОВАРЕННЫЕ ЗАВОДЫ

К 2030 году компания стремится сократить количество воды, используемой для производства каждого гектолитра пива и напитков, в среднем до 2 гл/гл на всех рынках. Это коснется всех пивоваренных заводов Группы, а также заводов по производству безалкогольных напитков и воды. Будут охвачены все виды деятельности пивоваренного завода: офисы на территории предприятия, производство и склады.

Также мы стремимся достичь результата в 1,7 гл/гл на пивоваренных заводах в зонах повышенного риска нехватки воды, определенных в ходе анализа водных рисков с помощью инструмента оценки WWF Water Risk Filter. В результате анализа было выявлено 17 пивоваренных заводов в зонах повышенного риска нехватки воды, расположенных в Азии. Из них 16 входят в сферу действия нашей цели в 1,7 гл/гл. Один завод исключен, поскольку не является дочерним предприятием компании.

## ОБЩЕСТВО

К 2030 году мы намерены восполнить 100% водных ресурсов, потребляемых нашими пивоваренными заводами в зонах повышенного риска нехватки воды. Carlsberg планирует достичь этой цели благодаря партнерским отношениям, направленным на сохранение и восстановление водных ресурсов для местного населения, проживающего в бассейнах рек, входящих в категорию высокого риска.

Восполнение объема воды, потребляемой каждой пивоварней, должно осуществляться в бассейне реки, где расположена эта пивоварня. В 2024 году мы начали определять, оценивать и измерять объем воды, восполняемой в рамках нашего водного партнерства. Для этого Группа использует критерии, определенные стандартом учета водных льгот World Resources Institute's Volumetric.





# НОЛЬ безответственного потребления

**Мы продвигаем ответственное отношение к алкоголю и предлагаем разнообразные по вкусу напитки для любого случая. Ведь все больше людей приобщаются к здоровому образу жизни и умеренности.**

Отношение к алкоголю меняется. Во всем мире почти четверо из десяти потребителей говорят, что пьют алкоголь умеренно, а 15% активно стараются употреблять меньше алкоголя.

Пиво и сидр уже имеют относительно низкое содержание алкоголя по сравнению с вином и крепкими напитками, и мы стремительно расширяем ассортимент безалкогольных и слабоалкогольных напитков, чтобы сделать их позитивным и свободным выбором для потребителей во всем мире. Сейчас мы предлагаем безалкогольные сорта пива на 90% наших рынков.

Наше стремление к ответственному употреблению алкоголя важно для общества, поскольку поддерживает цель ООН и Всемирной организации здравоохранения по сокращению вредного потребления алкоголя. Это также полезно для нашего бизнеса, поскольку продажи безалкогольных и слабоалкогольных напитков продолжают расти. В 2023 году 28,5% всех продаваемых нами сортов пива

содержали не более 3,5% алкоголя по объему (ABV). Наша цель – увеличить этот показатель до 35% к 2030 году.

Мы призываем потребителей ответственно относиться ко всем нашим продуктам. Борьба с пьянством среди несовершеннолетних является одним из приоритетов, и мы сотрудничаем с компаниями, работающими в социальных сетях, чтобы не допустить появления нашей рекламы у лиц, не достигших установленного законом возраста. Мы боремся со злоупотреблением алкоголем с помощью четкой информации на упаковке, такой как символы ограничения возраста, и местных партнерств по ответственному потреблению алкоголя, учитывающих специфику каждого рынка.

Наша забота о выборе потребителя включает в себя распространение информации о питательных свойствах и ингредиентах на наших бутылках и банках, а также изучение возможности использования QR-кодов для предоставления более подробной информации о продукте.



3.5.2 & 3.6.1

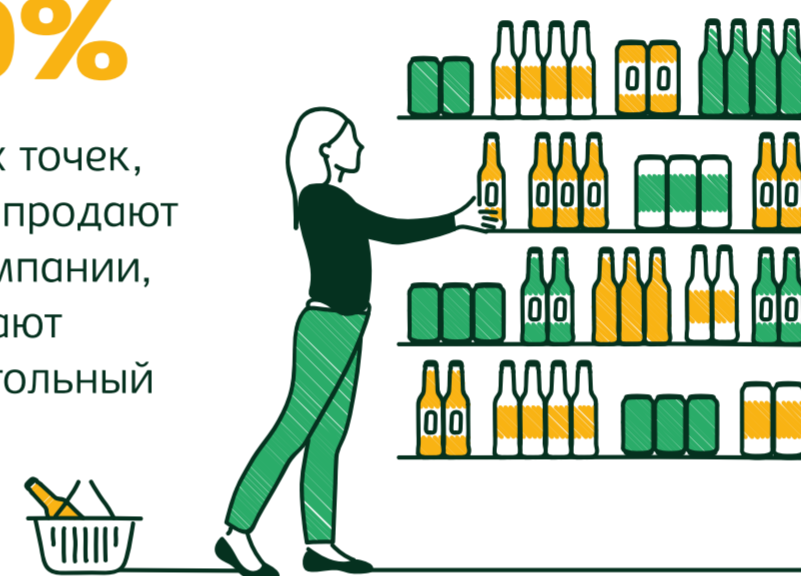


12.6.1

## ПРОГРЕСС «АЛИВАРИИ» В ДОСТИЖЕНИИ ESG-ЦЕЛЕЙ В 2023 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 г. в Беларуси\*

\* по данным Nielsen



## ЦЕЛИ НА 2030 ГОД

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





## «ВМЕСТЕ К УСТОЙЧИВОМУ БУДУЩЕМУ» В ДЕЙСТВИИ: НОЛЬ БЕЗОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

### TOURTEL TWIST СОТРУДНИЧАЕТ С ТУР ДЕ ФРАНС

Велоспорт, как и любая длительная физическая активность, связана с возникновением жажды. При этом от участников требуется быстрая реакция и ясная голова. Именно поэтому наш безалкогольный бренд Tourtel Twist – идеальный партнер для «Тур де Франс», которая считается главной велогонкой мира.

Tourtel Twist от Kronenbourg – это безалкогольные пивные смеси в сочетании с фруктовыми соками без красителей, подсластителей и искусственных ароматизаторов. Это вкусное и полезное сочетание сделало его самым популярным безалкогольным пивом во Франции и нашим самым продаваемым безалкогольным брендом (по объему продаж) в Западной Европе.

В 2023 году за три года существования Tourtel Twist во второй раз стал официальным партнером «Тур де Франс». Знаменитости, которые участвовали в велогонке, общались со зрителями по всему маршруту и раздали

400 000 баночек Tourtel Twist в качестве прохладительных напитков.

20 счастливчиков, победивших в радиоконкурсе, пересекли финишную черту гонки на нашем фирменном десятиместном электровелосипеде.

Партнерство с «Тур де Франс» только в этом году позволило охватить около 340 миллионов контактов благодаря рекламе на телевидении и в социальных сетях, что поддерживает наши усилия по повышению осведомленности об ответственном потреблении.

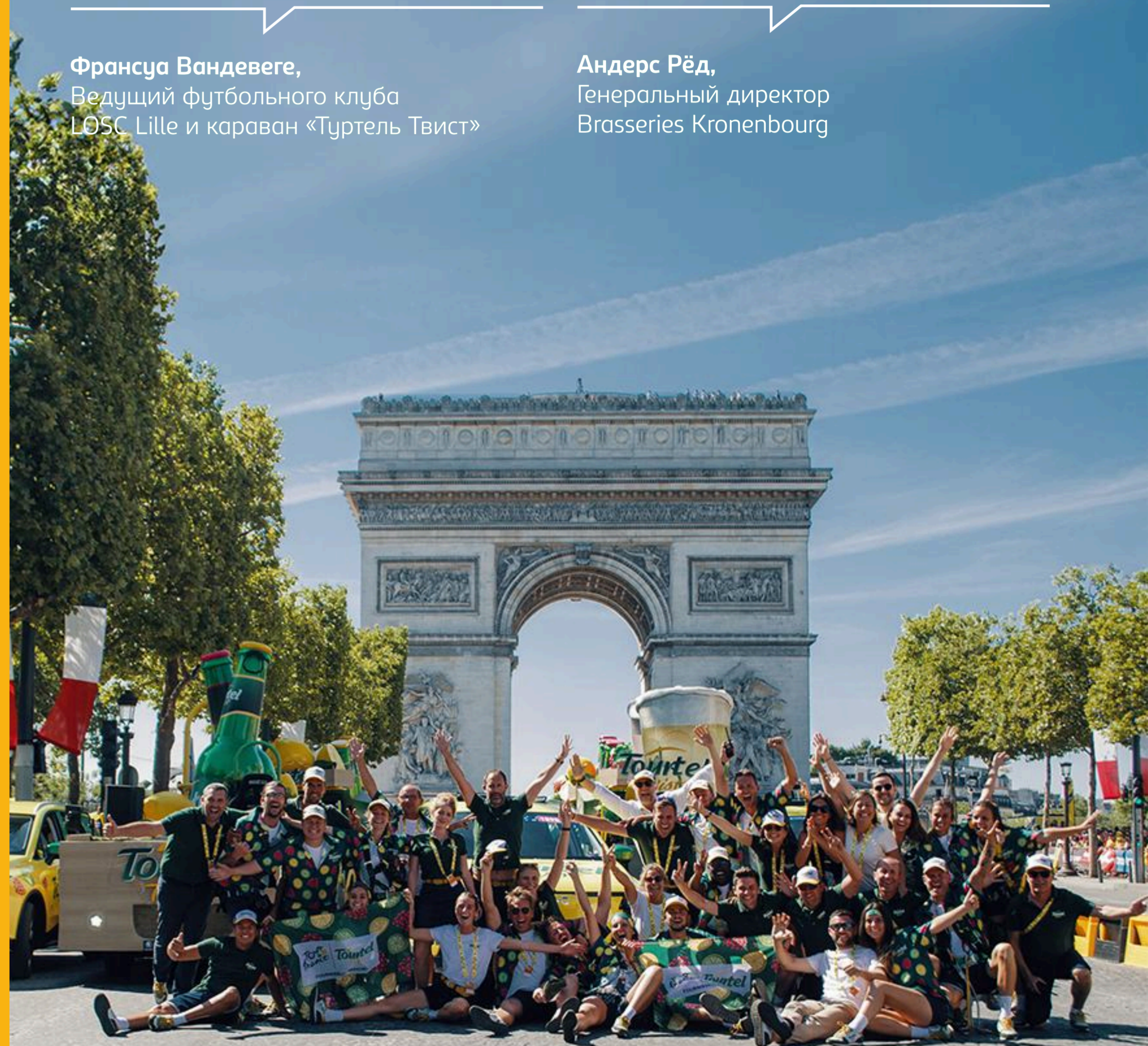
В следующем году любимый во Франции AFB будет пропагандировать безалкогольные альтернативы не только на «Тур де Франс», но и в качестве официального спонсора Олимпийских и Паралимпийских игр в Париже.

«Тур де Франс» – это активность, которая позволяет путешествовать по дорогам, чтобы дарить и получать приятные эмоции! Перерыв на закуски с Tourtel Twist – это всегда удовольствие, как для нас, так и для тех, кто ждет встречи с нами».

**Франсуа Вандевеге,**  
Ведущий футбольного клуба  
LOSC Lille и караван «Туртель Твист»

«Tourtel Twist очень гордится этим партнерством, которое иллюстрирует исключительное развитие бренда. Это уникальный опыт, который повышает узнаваемость одного из самых популярных событий во Франции».

**Андерс Рёд,**  
Генеральный директор  
Brasseries Kronenbourg





## РАСШИРЕНИЕ ВЫБОРА ЗА СЧЕТ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ И СЛАБОАЛКОГОЛЬНЫХ СОРТОВ ПИВА

Привычки потребления алкоголя меняются, поскольку люди все больше уделяют внимание здоровью и хорошему самочувствию.

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 алкоголя 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 2023 ГОДУ

### 28,5%

ДОЛЯ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ И СЛАБОАЛКОГОЛЬНЫХ СОРТОВ ПИВА В ОБЩЕМИРОВОМ ОБЪЕМЕ ПРОДАЖ

### 46

НОВЫХ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ БЫЛО ВЫПУЩЕНО НА ВСЕХ РЫНКАХ

### 3,4 млн гл

МИРОВОЙ ОБЪЕМ ПРОДАЖ БЕЗАЛКОГОЛЬНОГО ПИВА

### 40

РЫНКОВ ПРЕДЛАГАЮТ AFB ЧЕРЕЗ ЭКСПОРТНЫЕ И ЛИЦЕНЗИОННЫЕ СОГЛАШЕНИЯ

### ДОЛЯ КОНКУРЕНТОВ В КАТЕГОРИИ AFB

ПРОДАЕТСЯ В МАГАЗИНАХ ЗАПАДНОЙ ЕВРОПЫ (≈27,6%) И ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ (≈26,5%)

## НОЛЬ БЕЗОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ: ЧТО МЫ ИМЕЕМ В ВИДУ

### БЕЗАЛКОГОЛЬНЫЕ И СЛАБОАЛКОГОЛЬНЫЕ СОРТА ПИВА

Наши цели направлены на то, чтобы предложить потребителям во всем мире ответственный выбор напитков. К 2030 году мы планируем обеспечить 100%-ную доступность безалкогольных сортов пива (AFB), чтобы все клиенты и партнеры на всех наших операционных рынках имели доступ к нашему портфелю AFB, где бы ни продавались бренды Carlsberg.

Мы также взяли на себя обязательство увеличить совокупную долю слабоалкогольных сортов пива (LAB) и AFB до 35% от объема продаваемых нами сортов пива (пива, сидра, кваса и напитков на основе солода) по всему миру. Мы определяем AFB как 0,0 – 0,5% алкоголя по объему (ABV), а 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

Мы стремимся к тому, чтобы на 100% наших рынков были партнерства, поддерживающие ответственное потребление к 2030 году.







## НОЛЬ безответственного потребления

### СПЕЦПРОЕКТ С ПОРТАЛОМ «ОНЛАЙНЕР»

#### ВОТ ПОЧЕМУ НЕЛЬЗЯ САДИТЬСЯ ЗА РУЛЬ ПОСЛЕ ВЧЕРАШНЕГО. ЭКСПЕРИМЕНТ, КОТОРЫЙ ВСЕ ОБЪЯСНЯЕТ

Когда говорят об алкогольном опьянении, подразумевают зачастую именно активную фазу: кружится голова, движения раскоординированы — садиться за руль в таком состоянии ни в коем случае нельзя. Любое количество выпитого, в том числе остаточное, после хорошей вечеринки, может нести опасность.

«Аливария» совместно с популярным белорусским порталом «Онлайнер» задумала эксперимент, чтобы понять, как себя ощущает человек после вчерашнего: насколько он собран, внимателен, может ли он объективно оценивать свое состояние. Кроме того, мы попросили квалифицированного специалиста объяснить, что происходит с организмом под воздействием алкоголя, и рассказать, как избежать неприятных последствий.

Участники эксперимента сошлись во мнении, что даже во время веселых вечеринок нужно знать свою норму и не злоупотреблять. А если выпили — ни в коем случае не садиться за руль. Это действительно опасно. Нужно дать организму полностью восстановиться.

Прокомментировала эксперимент и Елена Личик, заведующая отделением медицинских освидетельствований Минского городского клинического наркологического центра:

— *Люди почти не замечают наступления критического момента, стадии иногда проходят очень быстро, одна за другой. Поэтому лучше не пытаться оценивать состояние навскидку, а внимательно следить за количеством выпитого и уметь вовремя остановиться.*

«Компания «Аливария» работает над формированием культуры ответственного потребления. Наше видение лучшего будущего — это общество, в котором нет вождения в нетрезвом состоянии, употребления алкоголя несовершеннолетними и беременными. Проекты с новыми партнерами помогают объединить усилия для достижения целей в этом направлении».

Компания «Аливария»







# НОЛЬ несчастных случаев

**Мы создаем культуру «НОЛЬ несчастных случаев», которая направлена на то, чтобы каждый человек возвращался домой цел и невредим каждый день.**

Мы стремимся защищать здоровье и безопасность всех, кто работает на наших объектах или посещает их. Эта приверженность способствует устойчивости наших сотрудников и нашего бизнеса, поддерживает нашу высокоэффективную культуру и укрепляет нашу репутацию компании, которой не все равно.

Мы добились значительных успехов в предотвращении физического вреда, причиняемого нашим сотрудникам на работе, сократив количество несчастных случаев с потерей рабочего времени среди сотрудников на 25% в этом году и на 64% с 2015 года. Мы считаем, что все несчастные случаи можно предотвратить, и наша цель – «НОЛЬ несчастных случаев» – определяет усилия в этой области.

Нет большей ценности, чем жизнь человека. Интенсивное обучение и постоянное внимание к нашим Правилам сохранения жизни помогли завершить год без смертельных случаев.

В 2023 году мы еще больше укрепили наши Правила сохранения жизни с помощью серии коротких тренингов, а также продолжили уделять особое внимание безопасному вождению.

Мы уделяем большое внимание формированию навыков безопасного поведения и призываем людей сообщать о любых небезопасных условиях или поведении. В этом году на каждом из наших рынков были проведены интерактивные Дни охраны труда и техники безопасности, которые позволили людям на собственном опыте убедиться в том, как их повседневный выбор может повлиять на безопасность.

Все чаще мы выходим за привычные рамки, продвигая психологическую безопасность и благополучие через повышение осведомленности и практические рекомендации для наших руководителей и сотрудников.



8.8.1



12.6.1

## ПРОГРЕСС «АЛИВАРИИ» В ДОСТИЖЕНИИ ESG-ЦЕЛЕЙ В 2023 ГОДУ

# 2241

визит безопасности был проведен 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»

### БЕЗОПАСНОСТЬ НА ВСЕХ НАШИХ РЫНКАХ

Вопрос безопасности на рабочем месте касается каждого из нас.

Приоритетом этого года стали Дни здоровья и безопасности на каждом рынке Carlsberg Group. Эта инициатива дает нашим сотрудникам бесценный личный опыт, который вдохновляет их ежедневно безопасно выполнять свою работу.

Наш генеральный директор открыл новую инициативу личным видеообращением, в котором подчеркнул, как сильно несчастные случаи могут повлиять на жизнь и семьи людей и как важно для каждого сотрудника Carlsberg заботиться о себе и окружающих.

Дни здоровья и безопасности охватили примерно 25 500 наших сотрудников по всему миру благодаря использованию креативных и увлекательных способов подачи информации, при активном участии руководителей на всех уровнях бизнеса. На каждом рынке проводились практические тренинги по целому ряду тем, позволяющих сформировать понимание того, как это влияет на ежедневный выбор.

Во Вьетнаме более 1500 сотрудников собрались на мероприятия, которые были посвящены безопасности на рабочем месте в рамках дорожного движения, а также отчетности о происшествиях. Сотрудники пивоваренной компании в Великобритании узнали о безопасности дорожного движения и о том, что при вождении погрузчиков необходимо помнить о слепых зонах. В Швеции коллеги на собственном опыте убедились, что многозадачность не только повышает риск несчастных случаев, но и отнимает больше времени, поскольку они пытались пройти маршрут и избежать опасностей, глядя в экраны своих телефонов.

Отзывы о Днях здоровья и безопасности были положительными, и мы планируем проводить их в будущем, чтобы еще больше укрепить навыки безопасного поведения.

«Мы добились огромного прогресса на пути к культуре ZERO Accidents. Здоровье и безопасность больше не рассматриваются как вопрос соблюдения требований. Это должно быть обычным желанием. Теперь мы должны развивать прогресс, сохраняя твердую приверженность приоритету безопасного поведения в любое время. Каждое наше действие способно повлиять на безопасность и благополучие нас самих и окружающих».

**Виктор Шевцов,**  
EVP, интегрированная цепочка поставок,  
глава Совета по охране труда и технике  
безопасности Carlsberg Group

«Подготовка была тщательной, и День охраны труда и техники безопасности был действительно увлекательным. Мероприятиями были творческими, но при этом очень актуальными и познавательными. Все участвовали с энтузиазмом, и мы были бы рады проводить такие активности каждый год!»

**До Тхань Лонг,**  
Менеджер по логистике  
Carlsberg Vietnam





## НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ В «АЛИВАРИИ»

Сегодня ответственный бизнес не может существовать без безопасного труда. Приоритет Carlsberg Group – безопасность. Любая полученная травма недопустима, ведь наша главная цель – «НОЛЬ несчастных случаев».

Ежегодно наши показатели безопасности улучшаются. С 2015 года Группе удалось сократить количество несчастных случаев с временной потерей трудоспособности на 37%. «Аливария» также поддерживает отличный результат – 1263 дня в 2023 году без травм. И наша общая цель – продолжать улучшать эти показатели.

Наша компания присоединилась к глобальной инициативе, чтобы напомнить всем сотрудникам о безопасном поведении. Невозможно предугадать, когда полученные знания пригодятся. Нужно всегда быть готовым к любым ситуациям.

Мы заботимся о том, чтобы работа наших сотрудников была безопасной, поэтому для нас особенно важно формирование культуры «НОЛЬ несчастных случаев», ведь намного проще предотвратить происшествие, чем разбираться с последствиями.

День охраны труда (H&S Day) – это масштабный мастер-класс, который организуют наши сотрудники. Участников ежегодно ждут интерактивные локации и мастер-классы по безопасности.

Всё для того, чтобы каждый узнал что-то новое и отточил алгоритм поведения в кризисной ситуации. И, конечно, самых активных участников в конце ждут приятные бонусы, участники обязательно получают не только новые знания, но и удовольствие от мероприятия.



## НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ: ЧТО МЫ ИМЕЕМ В ВИДУ

### НЕСЧАСТНЫЕ СЛУЧАИ

Мы определяем их как несчастные случаи с потерей рабочего времени, в результате которых травмированный или заболевший человек по медицинским показаниям не может работать как минимум один день, начиная со следующего дня после инцидента и заканчивая днем до возвращения на работу, включая время отсутствия на рабочем месте для отдыха, восстановления или лечения. Мы сообщаем об общем количестве несчастных случаев с потерей рабочего времени среди сотрудников и подрядчиков и стремимся к нулю к 2030 году.

### КОЭФФИЦИЕНТ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ

Рассчитывается как общее количество несчастных случаев с потерей рабочего времени, произошедших с сотрудниками, умноженное на 1 000 и разделенное на количество сотрудников Carlsberg Group, работающих полный рабочий день. Этот показатель учитывает только сотрудников. Мы стремимся снижать этот показатель из года в год, работая над достижением нулевого уровня несчастных случаев к 2030 году.





# СОДЕЙСТВИЕ РАЗНООБРАЗИЮ, РАВЕНСТВУ И ИНКЛЮЗИИ

## РАЗЛИЧНЫЕ ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ДЕЛАЮТ НАС ТЕМИ, КТО МЫ ЕСТЬ, И ОПРЕДЕЛЯЮТ НАШ УСПЕХ.

В Carlsberg мы гордимся тем, что руководствуемся целями и ориентируемся на результаты. При таком количестве брендов мы знаем, что наши отличия – это и то, что нас выделяет. Мы принимаем различные взгляды и опыт, которые каждый из наших 31 044 сотрудников привносит в нашу богатую и уникальную культуру.

Мы стремимся относиться к своим сотрудникам справедливо, честно и доброжелательно и обеспечиваем инклюзивную глобальную рабочую среду, где каждый человек принадлежит себе и может проявить себя с лучшей стороны. Этот дух воплощен в нашей новой программе взаимодействия Welcome You и подкреплен тренингами для сотрудников, включая наших руководителей, которые отстаивают нашу повестку дня в области разнообразия, равенства и инклюзивности (DE&I).

В этом году мы продолжили укреплять культуру DE&I, разработав новую глобальную политику предоставления

отпусков по уходу за ребенком, предприняв шаги по устранению предвзятости в процессе приема на работу и организации тренингов по борьбе с сексуальными домогательствами.

Улучшение гендерного баланса также является одним из приоритетов DE&I. В этом году мы достигли целевого показателя в 30% женщин на высших руководящих должностях к 2024 году, запустили программу развития для удержания женщин-менеджеров и подтвердили свою приверженность Принципам ООН по расширению прав и возможностей женщин.

Кроме того, мы присоединились к Форуму по вопросам инвалидности в бизнесе и Сети работодателей за равенство и инклюзивность.





# «ВМЕСТЕ К УСТОЙЧИВОМУ БУДУЩЕМУ» В ДЕЙСТВИИ: РАЗНООБРАЗИЕ, РАВЕНСТВО ИНКЛЮЗИЯ

## ЖЕНЩИНЫ В СФЕРЕ ПИВОВАРЕНИЯ

Каждый третий работник пищевой промышленности Норвегии – женщина. Но гораздо меньше женщин работает в пивоваренной отрасли страны, что является общей проблемой для большей части пивоваренной промышленности во всем мире.

Мы с головой окунулись в решение этой проблемы благодаря партнерству между Ringnes, нашим норвежским предприятием и ведущим поставщиком пива в Норвегии, и Pink Boots Society, международной некоммерческой организацией, поддерживающей в том числе женщин, работающих в сфере пивоварения.

Вдохновившись проектом Pink Boots Society, компания Ringnes и национальная ассоциация пивоваров и производителей напитков совместно учредили стипендиальную программу, направленную на развитие карьеры женщин-профессионалов в норвежской пивной индустрии. Стипендиаты получают средства на оплату обучения, конференций, тренингов или исследований.

Проект стартовал в Ringnes 8 марта 2023 года: было приготовлено пиво из хмеля, приобретенного у Pink Boots Society, и организован общепромышленный семинар для сотрудников и внешних посетителей в честь Международного женского дня.

В ходе мероприятия представители Pink Boots Society и другие эксперты поделились мнениями о том, как пивовары могут преодолеть барьеры, которые мешают привлечению женщин в отрасль. В семинаре приняли участие представители Норвежской федерации предпринимательства, Федерации норвежской пищевой и питьевой промышленности и Национальной ассоциации пивоваров и напитков.

Ringnes улучшает гендерный баланс: половина (50%) пивоваров компании теперь женщины, и почти 19% сотрудников – женского пола.

Это партнерство в Норвегии – лишь один из примеров шагов, которые мы предпринимаем, чтобы привлечь больше женщин в пивоварение по всему миру.

«Общество «Розовые сапоги» помогло и поддержало многих женщин и небинарных людей в индустрии ферментированных напитков, предоставив им стипендии и возможности для общения. Здорово, что эта инициатива пришла и в Норвегию». Выступление на мероприятии в честь Международного женского дня, организованном компанией Ringnes, стало отличной возможностью представить Pink Boots Society более широкой аудитории и показать ее важность и преимущества. Надеюсь, в будущем это приведет к тому, что в Ringnes и во всей отрасли будет работать больше женщин!»

Имя Фамилия,  
Руководитель отделения Бенилюкса  
общества «розовых сапог»

«У нас много талантливых женщин на ключевых должностях в Ringnes, и мы гордимся тем, что у нас есть женщины-пивовары. Но в целом компании еще есть куда стремиться. Для нас путь вперед – это целенаправленная работа с целым рядом мер, как собственных, так и совместно с центральными отраслевыми организациями, которые четко придерживаются одной и той же цели. Хорошим примером такой инициативы является сотрудничество с обществом Pink Boots Society, целью которого является обучение и привлечение большего количества женщин в пивоваренную отрасль».

Эвен Эдегорден,  
Бизнес-партнер по персоналу  
Ringnes





# МАРАФОН РАЗНООБРАЗИЯ «АЛИВАРИЯ»

Сегодня в команде «Аливарии» почти 900 сотрудников, и все абсолютно уникальны: у каждого разные взгляды, увлечения, возраст, опыт. Разная по составу команда и есть ключ к успеху и лидерству, где каждый приносит свой вклад и особенный опыт в развитие компании.

Марафон «АЛИВАРИЯ» — это проект, направленный на развитие культуры Diversity, Equity & Inclusion в компании «Аливария». Благодаря проекту сотрудники компании познакомились ближе друг с другом, узнав об увлечениях коллег, их творческих способностях, предпочтениях в выборе продукции и о кросс-функциональном взаимодействии команд.

Марафон длился с 21 февраля по 3 марта, задачей участников было выполнение пяти творческих заданий, в рамках которых сотрудники:

- создавали креативные фото;
- рассказывали о любимом формате отдыха;
- делились фото с коллегами.

Итоги:

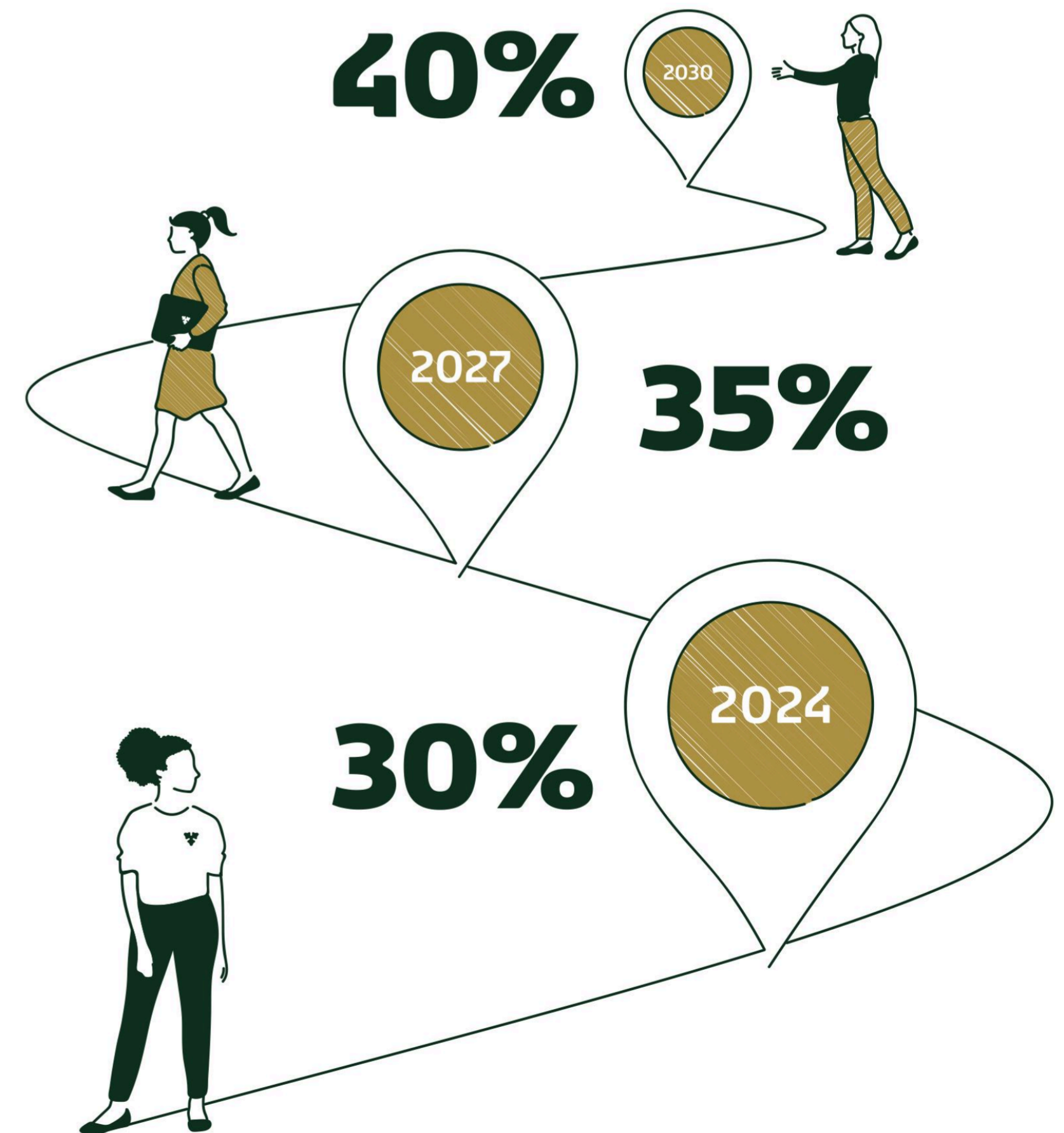
- **3 недели марафона;**
- **5 креативных заданий;**
- **более 80 участников;**
- **400 фото и креативных работ.**

По итогам народного голосования авторы самых ярких работ получили отличные призы, а все сотрудники активно поддерживали творческие работы коллег.



## ЖЕНЩИНЫ В «АЛИВАРИИ»

	2021	2022	2023
Команда управления	33,3%	33,3%	33,3%
Руководители	37,82%	38,53%	39,4%
Специалисты	59,47%	60,22%	60,4%
Рабочие	8,16%	7,82%	7,2%
Все работники	42,59%	43,63%	43,9%





# РАЗВИТИЕ ТАЛАНТОВ

Преуспевают наши люди – преуспевает и бизнес. Мы инвестируем в профессиональное развитие нашей команды и стремимся, чтобы каждый сотрудник имел равные возможности раскрыть свои способности и таланты.

В ходе проведенного в этом году опроса сотрудников Carlsberg Group 76% респондентов согласились, что компания предоставляет широкие возможности для развития в Carlsberg Group.

В 2023 году в компании «Аливария» 877 сотрудников прошли обучение во внешних организациях, на внутренних тренингах, а также на электронной платформе iSpring.

Мы также предлагаем глобальный доступ к LinkedIn Learning. В 2023 году слушатели потратили 275 часов на изучение обязательных и дополнительных курсов для повышения квалификации.

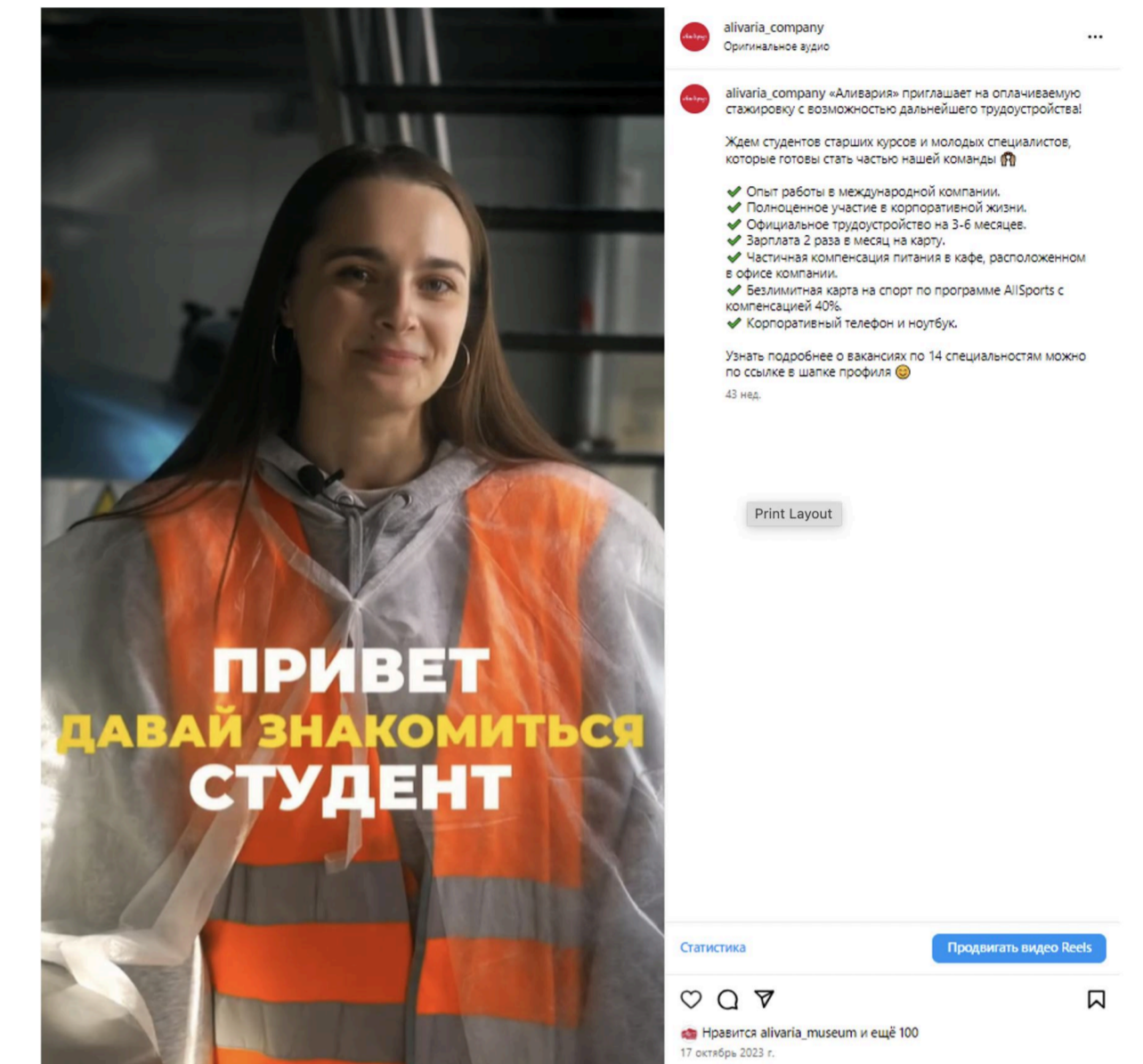
За 2023 год было проведено 183 обучающих мероприятия, 2 марафона на платформе LinkedIn Learning.

Мы продолжаем развивать наше лидерство – сотрудники компании «Аливария» принимали участие в обучающей программе Beer Ambassador в Осло. В рамках обучения участники курса узнали основные правила профессиональной дегустации и изучили особенности каждого сорта портфеля Carlsberg Group.

## Новый сезон программы стажировок «Жажда роста»

«Жажда роста» – это проект пивоваренной компании «Аливария» для студентов и молодых специалистов. Для начинающих специалистов это шанс получить первый профессиональный опыт и возможность начать карьеру в международной компании.

Вакансии были открыты по 14 специальностям в различных направлениях: логистика, производство, планирование, маркетинг, PR, HR, юриспруденция. Подать заявку на участие могли студенты выпускных курсов и молодые специалисты со стажем работы не более 2 лет.



### 430

ЗАЯВОК ПОЛУЧЕНО ДЛЯ УЧАСТИЯ В ПРОГРАММЕ



### 245

УЧАСТНИКОВ ВНУТРЕННИХ СОБЕСЕДОВАНИЙ



### 11

МОЛОДЫХ ТАЛАНТОВ НАЧАЛИ ПРОХОЖДЕНИЕ СТАЖИРОВКИ В КОМПАНИИ





# ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС

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

Ее 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 сообщества.

## НАШ КОМПАС

В «Аливарии», как и на всех рынках Группы, действует программа «Наш Компас», определяющая нормы этического поведения и являющаяся составной частью программы «Вместе к устойчивому будущему». Кодекс этики и поведения является важной составляющей программы «Наш компас».

«Наш Компас» включает в себя различные политики Группы:

- противодействие взяточничеству и коррупции;
- защита трудовых отношений и прав человека;
- политика в области антимонопольного законодательства
- онлайн-обучение;
- проверку контрагентов
- SpeakUp.

Следование «компасу» является обязательным для каждого сотрудника компании.

Соответствие «Нашему компасу» требует активного участия и отзывчивости у сотрудников – в компании действует система SpeakUp, которая позволяет анонимно сообщать о нарушениях на рабочем месте: мошенничество, сексуальные домогательства, небезопасные условия работы и т.д.

Мы следим за законами и нормами, которые меняются на наших рынках,

и стремимся к постоянному совершенствованию нашей работы по соблюдению нормативных требований. В 2023 году было обновлено Руководство по коррупционным и санкционным рискам.

## СЛЕДОВАНИЕ КОМПАЕНС

Поступать правильно не всегда легко и просто – компания помогаем сотрудникам, предоставляя углубленное обучение и четкие практические рекомендации. В 2023 году были разработаны обучающие видеоролики, доступные на 27 языках. Они демонстрируют ответственность сотрудников за соблюдение обязательств Carlsberg по борьбе со взяточничеством и коррупцией, антимонопольного законодательства, обязательств по защите данных и торговым санкциям. Наши коллеги из юридической службы самостоятельно провели

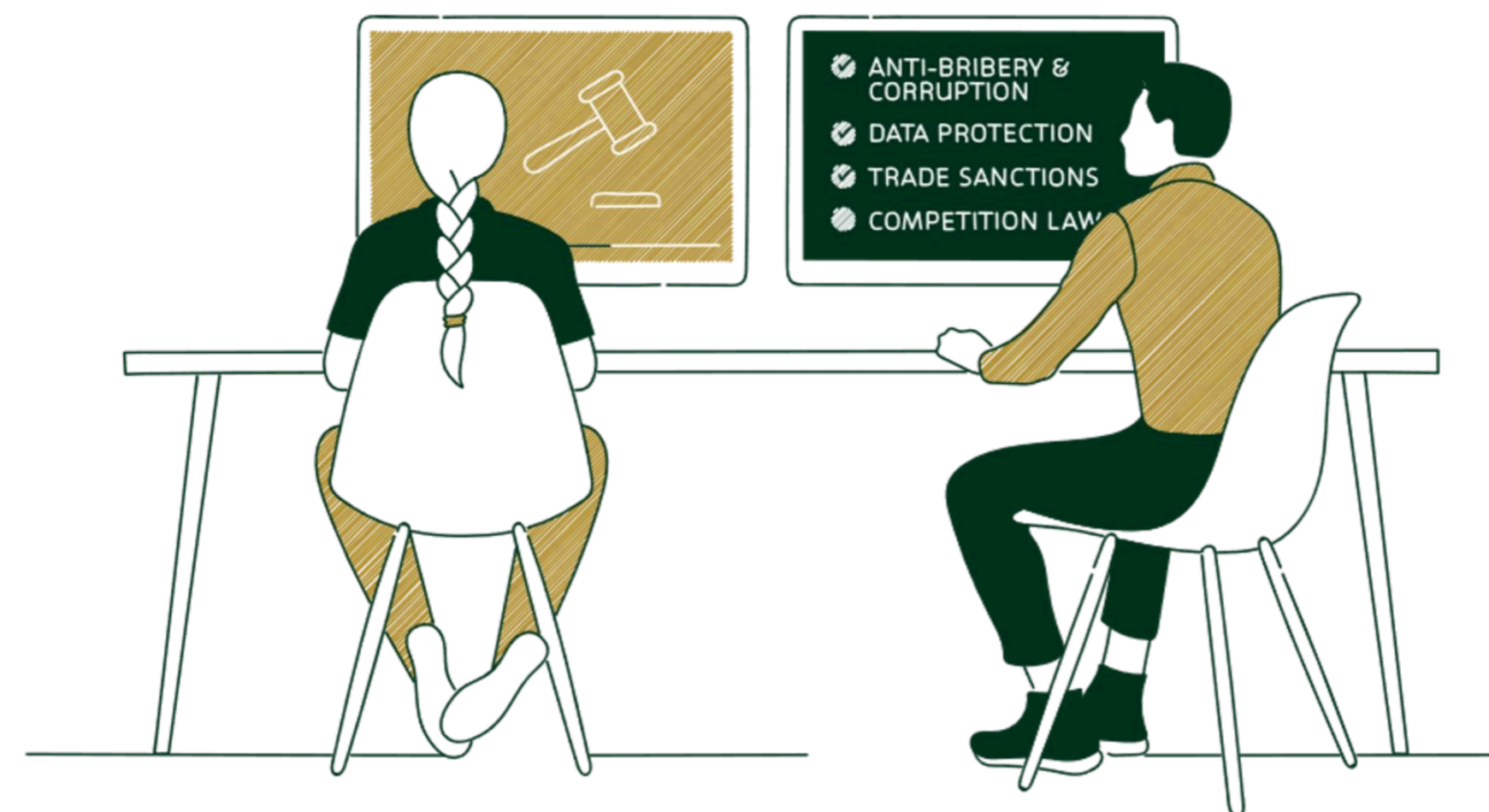
обучение в четырех сферах из направлений legal & compliance (противодействие коррупции при взаимодействии с госслужащими, антимонопольный комплаенс, внезапные проверки и правила поведения при участии в торговых ассоциациях), адаптировав к реалиям белорусского рынка.

## СОБЛЮДЕНИЕ ПРАВ ЧЕЛОВЕКА

Уважение к людям – неотъемлемая часть нашего бизнеса. Наше обязательство по соблюдению прав человека распространяется на всю деятельность Carlsberg Group – взаимодействие с сотрудниками, подрядчиками, поставщиками

и другими лицами. Мы опираемся на Руководящие принципы ООН «Бизнес и права человека». Компания Carlsberg подписала Глобальный договор ООН.

В современном глобализированном мире проблемы прав человека постоянно меняются. Каждый год мы заново оцениваем риски, которые наиболее актуальны для нашего бизнеса. В «Аливарии» в рамках защиты прав человека принята Политика по защите прав человека, по которой проводятся тренинги при приеме на работу, и каждый сотрудник подписывается под тем, что он с ней ознакомлен и ее соблюдает





## ОТВЕТСТВЕННЫЙ ВЫБОР ПОСТАВЩИКОВ

Мы стремимся сотрудничать с поставщиками, которые разделяют наши ценности и ответственный подход к ведению бизнеса.

Влияние нашего бизнеса выходит далеко за рамки нашей деятельности. Carlsberg сотрудничает с десятками тысяч поставщиков по всему миру, которые обеспечивают нас пивными ингредиентами, упаковкой, предоставляют логистические услуги, необходимые для производства, а также товарами и услугами для поддержания нашего бизнеса.

Чтобы работать с нами, поставщики должны соответствовать требованиям Кодекса поведения поставщика и лицензиатов (Supplier & Licensee Code of Conduct) и сопутствующим техническим стандартам, а также обязуются распространить эти требования на своих собственных поставщиков.

Эти стандарты охватывают вопросы деловой этики, трудовых отношений и прав человека, охраны труда и техники безопасности, а также экологической устойчивости.

## ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С МЕСТНЫМ СООБЩЕСТВОМ

Мы сотрудничаем с местными сообществами на наших рынках через партнерство, кампании брендов, волонтерство сотрудников и фонды.

Будучи глобальным бизнесом с известными брендами, мы влияем на потребителей и оказываем воздействие на жизнь людей везде, где мы работаем. Наше пиво – центр моментов, которые объединяют людей, и мы распространяем дух единения на наше взаимодействие с сообществами в области экологических и социальных проблем, которые их волнуют.

Наши PR-подразделения и бренды по всему миру реализуют инициативы по взаимодействию с местными

сообществами, направленные на создание положительного влияния на общество в целом.

Они могут отвечать конкретным местным потребностям или вносить дополнительный вклад в другие направления нашей программы «Вместе к устойчивому будущему», включая поддержку устойчивого сельского хозяйства и биоразнообразия, а также защиту общих источников воды. Дальнейшая поддержка сообществ осуществляется через три фонда Carlsberg, каждый из которых приносит пользу в разных областях.

Фонд Carlsberg был создан в 1876 году нашим основателем Я.К. Якобсеном и с тех пор поддерживает перспективные и инновационные научные исследования. Фонд New Carlsberg был основан Карлом Якобсеном в 1902 году и поддерживает искусство, а Фонд Tuborg поддерживает гражданское общество, уделяя особое внимание молодежным сообществам.

Являясь нашим основным акционером, Фонд Carlsberg получает почти 30% дивидендов Carlsberg Group.

## ВКЛАД В ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

Наш бизнес вносит позитивный вклад в экономику и сообщества по всему миру.

Создание рабочих мест на наших предприятиях и в смежных отраслях, а также налоги, которые мы платим, существенно влияют на местную и национальную экономику.

Мы работаем на рынках трех регионов по всему миру, поддерживая восемь Целей устойчивого развития ООН по содействию поступательному, всеохватному и устойчивому экономическому росту, полной и продуктивной занятости и достойной работе для всех.





КЕЙС — ЗЕРКАЛА СО СМЫСЛОМ

## ИНТЕРАКТИВНЫЙ АРТ-ОБЪЕКТ «НУЛЕВАЯ ЭКСПОЗИЦИЯ»

В Ботаническом саду, в месте с максимальной концентрацией природных объектов, была открыта «Нулевая экспозиция». В данном случае «ноль» – не пустота. Это метафорический символ снижения негативного влияния на окружающую среду и общество. Интерактивная open-air-выставка была создана компанией «Аливария» совместно с белорусским художником Василием Зенько. Выставка состояла из шести зеркал, которые символизируют шесть важных экологических и социальных вопросов, касающихся использования воды, загрязнения почвы и атмосферы, утилизации отходов, безответственного потребления алкоголя и несоблюдения правил безопасности.

Каждый экспонат – не безликий предмет. Благодаря свойствам зеркала создавался эффект интерактивности со зрителем, который становился не просто наблюдателем, а прямым участником проекта.

Поэтому каждый экспонат менялся в зависимости от того, кто взаимодействует с арт-объектом. Понять всю суть экспозиции помогали QR-коды.

Современное искусство может приобретать разные формы, но главным всегда остается суть образа и происходящего. Выставка зеркал «Нулевая экспозиция» как раз про то, что должен видеть каждый – вокруг и в себе самом, – отметил председатель монументальной секции Белорусского союза художников, автор инклюзивных проектов Василий Зенько.

Тематика выставки выбрана не случайно. Являясь частью международной корпорации Carlsberg Group, «Аливария» следует ESG-программе Together Towards Zero & Beyond, основанной на концепции достижения целей «6 НОЛЕЙ». Этому и посвящена выставка, которая была открыта для просмотра с июля по сентябрь 2023 года.





# УПРАВЛЕНИЕ И ПРОЗРАЧНОСТЬ

Эффективное управление и взаимодействие в области устойчивого развития являются ключевыми факторами для реализации наших амбиций «Вместе к нулю» и «За пределы».

Мы регулярно анализируем риски ESG и приоритетные вопросы, относящиеся к нашей деятельности. В 2023 году мы провели предварительную двойную оценку существенности, чтобы подтвердить, что наша программа ESG направлена на те области, которые могут оказать наибольшее влияние на общество и наш бизнес, а также чтобы помочь нам подготовиться к предстоящей отчетности.

В рамках нашей приверженности прозрачной отчетности мы раскрываем подробные данные ESG, определяем и запрашиваем внешнее подтверждение ключевых показателей эффективности, а также разъясняем методики, которые мы используем для оценки прогресса.

Мы также сообщаем о нашем вкладе в реализацию Целей устойчивого развития ООН (см. стр. 97), Глобального договора (см. стр. 102) и Принципов расширения прав и возможностей женщин (см. стр. 103).

## RECOGNITION FOR OUR ESG APPROACH AND PERFORMANCE



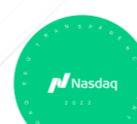
AAA

**MSCI:** AAA ESG rating – among the top-ranked in the beverage industry.



FTSE4Good

**FTSE4Good:** Included in the FTSE4Good Index of companies demonstrating strong ESG practices.



**Nasdaq:** Awarded ESG Transparency Partner 2022 badge in recognition of high level of transparency with investors on ESG topics.



CLIMATE WATER

**CDP:** A for climate and A for water, based on last year's CDP disclosure. We expect the CDP results corresponding to our 2023 disclosure to become available in 2024.



**Financial Times-Statista list:** A rating in list of Europe's Climate Leaders 2023.



**Position Green ESG100:** A+ rating – among the top 5% of the largest listed Scandinavian companies prepared for reporting in line with the forthcoming European Sustainability Reporting Standards.



**World Benchmarking Alliance:** 22<sup>nd</sup> in the 2023 Food and Agriculture Benchmark and 24<sup>th</sup> in the 2023 Nature Benchmark, demonstrating sustainability leadership among the 350 companies assessed.



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

*Аливария*   
Part of the Carlsberg Group