

IZVJEŠTAJ O
ZAŠTITI OKOLIŠA,
DRUŠTVENOJ
ODGOVORNOSTI
I UPRAVLJANJU
2021.







SADRŽAJ

LIVOD

PREDGOVOR GLAVNOG DIREKTORA	3
PREDGOVOR PREDSEDNIKA UPRAVE ...	4
NAŠE POSLOVANJE	5
ZAJEDNO PREMA NULA	6

NAŠE AMBICIJE

 NULA UGLJIČNOG OTISKA.....	07
 NULA RASIPANJA VODE	11
 NULA NEODGOVORNE KONZUMACIJE ALKOHOLA	15
 KULTURA NULA NEZGODA NA RADU	19

METODOLOGIJA I OPSEG

Ovim se izvješćem obuhvaća relevantna i značajna društvena, etička i ekološka problematika za financijsku godinu od 1. siječnja do 31. prosinca 2021. i dio inicijativa iz 2020. godine. Našim dionicima pruža pregled naše uspješnosti u tim područjima i daje uvid u inicijative – kako lokalne tako i globalne. U prvom odjeljku prikazana je naša strategija, zajedno s detaljima našeg globalnog programa održivosti „Zajedno prema NULA“. U drugom odjeljku opisana je naša uspješnost u četirima ambicijama programa „Zajedno prema NULA“ te se istovremeno donose izabrane tematske priče iz Hrvatske ali i ostatka Grupe.



carlsberggroup.com



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



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



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

PORUKA NAŠEG IZVRŠNOG DIREKTORA



„Vjerujemo da je naša predanost održivosti uvelike doprinijela našoj otpornosti u još jednoj vrlo teškoj godini.”

Cees 't Hart

Izvršni direktor, Carlsberg Grupacija

U Carlsbergu proizvodimo pivo za bolje danas i sutra.

Uvjereni smo da su naša poslovna uspješnost i uspješnost u pitanjima održivosti usko povezane. Ne možemo biti uspješni u jednom bez da smo uspješni u drugom. Naša je dužnost osigurati dugoročnu održivost u svojem poslovanju i istovremeno unaprijediti kratkoročan povrat financijskih sredstava.

Vjerujemo kako je naša predanost održivosti dala obol našoj otpornosti u još jednoj vrlo teškoj godini. Zahvaljujući čvrstom financijskom rezultatu možemo poduzimati hrabre poteze prilikom suočavanja sa sve većim globalnim izazovima održivosti.

COVID-19 samo je jedna od velikih kriza u kojima se našao svijet. Ekstremne vremenske pojave koje su pogodile brojne regije u 2021. godini naglašavaju potrebu za sve hitnijim djelovanjem kako bismo se suočili s klimatskom krizom. Znanost je jasna: nalazimo se u ključnom trenutku i sljedećih će deset godina biti presudno za zaštitu budućnosti našeg planeta.

Nitko se ne može suočiti s ovim globalnim izazovom samostalno – poduzeća, vlade i društvo moraju se

ujediniti za bolje sutra. Carlsberg je bio jedno od deset poduzeća (i jedini proizvođač piva) koja su postavila znanstveno utemeljene ciljeve koji su u skladu s ograničavanjem granice globalnog zagrijavanja na 1,5 °C, a veseli me vidjeti da se pokretu pridružuje sve više tvrtki. Uoči konferencije COP26, pridružio sam se drugim izvršnim direktorima u pozivu kreatorima politika da ubrzaju prelazak na gospodarstva s nultom neto stopom emisija na temelju posvećenosti, politika i djelovanja.

Pozdravljam obveze koje su preuzete Glasgowskim klimatskom paktom kako bi cilj od 1,5 °C i dalje bilo moguće ostvariti.

Potrošači također igraju ključnu ulogu u stvaranju budućnosti s niskim emisijama ugljika budućnosti i ohrabrujuće je da ih je sve više vjerno kupnji robnih marki koje su vjerodostojne u svojoj održivosti. Služeći se utjecajem svojih robnih marki, potičemo potrošače da usvoje održivije obrasce ponašanja i daju svoje Obećanje Planetu (engl. Planet Pledge) te ih se na tome putu trudimo inspirirati lokalnim kampanjama.

NULA ugljičnog otiska jedna je od četiri ambicije programa održivosti Zajedno prema NULA koji podupire

našu poslovnu strategiju SAIL'22, a dajemo i sve od sebe kako bismo pridonijeli smanjenju emisija iz naših pivovara i našeg lanca vrijednosti.

Puno smo toga postigli u zadnjih šest godina. Emisije ugljika pivovara po hektolitr piva od 2015. godine smanjene su za 40 % i uspješno napredujemo u smanjenju ukupnih emisija do konzumacije piva. Također smo poduzeli velike korake prema cilju NULA rasipanja vodom uz 21% smanjenje potrošnje vode po hektolitr piva te prema cilju NULA neodgovorne konzumacije alkohola uz daljnji rast obujma prodaje bezalkoholnih piva od 114 % od 2015. godine.

Ipak, te je uspjehe umanjilo nazadovanje u prethodnom dobrom napretku prema stvaranju kulture NULA nesreća.

Ove smo godine pretrpjeli neprihvatljivi porast nesreća s gubitkom radnog vremena i strašan gubitak života dvojice ugovornih izvođača.

Dajemo sve od sebe kako bismo spriječili daljnje tragedije tako što ponovno pokrećemo kampanju za provedbu naših Pravila za spašavanje života kojom želimo iskorijeniti opasno ponašanje. Ostajemo nepokolebljivo predani

poštovanju načela Globalnog sporazuma UN-a i u protekloj smo godini povećali fokus na teme kao što su raznolikost, uključivost i etičko postupanje sa zaposlenicima. Za mene je način na koji poslujemo jednako važan kao rezultati koje ostvarujemo. Na kraju krajeva, najvažnije je odnositi se prema drugima s poštovanjem.

A poštovanje je usko povezano s angažmanom zaposlenika koji je ove godine ostao na visokoj razini, unatoč izazovima pandemije.

Zaposlenici nam pomažu poticati napredak u održivosti iznutra, stoga smo sa zadovoljstvom uključili 138 kolega i partnera u osmišljavanje razvoja strategije SAIL'27 te našeg ažuriranog programa Zajedno prema NULA.

Svijet oko nas se mijenja, a mi ćemo se pobrinuti za to da se mijenjamo s njim i ostanemo relevantni svojim potrošačima i širem društvu. Naša nova strategija poticat će rast poslovanja u nadolazećim godinama i ostati jednako ambiciozna kao uvijek dok radimo prema NULA i čak je nadilazimo.

Cees 't Hart,
Glavni direktor, Carlsberg Grupacija

**ZAJEDNO
PREMA
NULA**



PREDGOVOR PREDSJEDNIKA UPRAVE



„U Carlsberg Croatia vjerujemo kako se uspjeh naše kompanije temelji na našim brendovima, motiviranim ljudima i bliskoj povezanosti s kupcima i potrošačima”

Marcin Burdach
Predsjednik uprave Carlsberg Croatia

Trudimo se stvarati izvrsno pivo i cider, ali i izvrsnu budućnost za naše potrošače, kupce, zajednice i zaposlenike.

Svakodnevno se trudimo razvijati poslovanje koje poštuje okoliš i njeguje društvenu odgovornost. U ovom izvješću donosimo vam ciljeve, aktivnosti i rezultate u području utjecaja naše tvrtke na okoliš, društvo i gospodarstvo.

Posljednje dvije godine obilježila je pandemija izazvana korona virusom koja je sa sobom donijela promjene u načinu života i poslovanja diljem svijeta. Prioritet našeg djelovanja bio je osigurati sigurnost naših ljudi i kontinuitet poslovanja što smo zahvaljujući velikom angažmanu i disciplini naših zaposlenika i uspjeli. Uvjeti rada neprestano su se mijenjali što je zahtijevalo fleksibilnost i prilagodbu, a često i kreativna rješenja.

Tako smo u nedostatku zaštitnih sredstava koristili Somersby vinsku bazu za izradu dezinficijensa kako bismo mogli sačuvati naše zaposlenike. Ono što nas čini sretnima i ponosnima jest što smo iz svega toga izašli još jači. Uz rad na osiguranju zdravlja i dobrobiti naših zaposlenika,

nastavili smo naš put ka održivom poslovanju. Naša strategija snažno je usklađena sa strategijom Carlsberg grupe, s kratkoročnim ciljevima za 2022.godinu i dugoročnim ciljevima za 2030.

Svakodnevno djelujemo u četiri ambiciozna područja unutar programa održivosti Zajedno prema NULA baziranom na mjerljivim ciljevima, s programima i inicijativama povezanim sa svim aspektima našeg poslovanja: **NULA ugljičnog otiska, NULA rasipanja vode, NULA neodgovorne konzumacije i Kultura NULA nesreća.** Na temelju naših nastojanja da eliminiramo naš utjecaj na okoliš, poduzeli smo važne korake u posljednjih 6 godina.

U odnosu na referentnu 2015. godinu u našoj pivovari u Koprivnici smanjili smo emisije CO₂ za 20%. Uzimajući ozbiljno u obzir važnost vode kao dobra, i ulaganjem u modernizaciju opreme ostvarili smo smanjenje potrošnje vode od 32% u proizvodnom procesu. Promičemo odgovornu konzumaciju alkohola, a u nastojanju da našim proizvođačima pružimo što veći izbor predstavili smo dizajn našeg bezalkoholnog proizvoda Pan Free što smo podržali i digitalnom

kampanjom na društvenim mrežama.

Kad govorimo o nula ozljeda, najvažnija stvar za nas je zdravlje i sigurnost naših zaposlenika. Kontinuirano provodimo sigurnosne šetnje u našoj pivovari i pronalazimo područja koja možemo unaprijediti, a naše zaposlenike svakodnevno educiramo i provodimo inicijative kao što je Dan sigurnosti. U vremenu pred nama nastavljamo dalje u ostvarenju naših ciljeva, a „Proizvodnjom piva za bolje danas i sutra”, naša je svrha i kompas na putu prema NULA.

Marcin Burdach
Predsjednik uprave Carlsberg Croatia

**ZAJEDNO
PREMA
NULA**



NAŠE POSLOVANJE

Carlsberg je osnovan u Danskoj 1847. i jedna je od najvećih grupacija za proizvodnju piva na svijetu. U 2021. prodali smo više od 140 milijuna hektolitara (hl) kvalitetnih piva i napitaka.

Globalni smo proizvođač piva kojeg pokreću snažne lokalne robne marke. Naš portfelj uključuje stotine piva i sličnih kategorija proizvoda, kako alkoholnih, tako i bezalkoholnih, uključujući premium međunarodne robne marke kao što su Carlsberg i Tuborg, snažne

lokalne robne marke te craft i specijalna piva kao što su 1664 Blanc i Grimbergen.

Naše poslovanje pokazalo je otpornost u dugotrajnoj tržišnoj nestabilnosti i nesigurnosti povezanoj s pandemijom COVID-19. Ostvarili smo dobre rezultate zahvaljujući svojem odgovornom poslovanju i portfelju robnih marki, uz dobro provedene inicijative za očuvanje kratkoročnog i dugoročnog zdravlja poduzeća. U 2021. zabilježili smo rast ukupnog volumena prodaje za 9,3 %, prodaja craft i

specijalnih piva narasla je za 15 %, a bezalkoholna piva nastavila su značajan rast.

Grupacija Carlsberg ima više od 39.000 zaposlenika u 31 zemlji. Djelujemo na 96 lokacija u zapadnoj Europi, središnjoj i istočnoj Europi i Aziji. Proizvodi Grupacije Carlsberg prodaju se diljem svijeta, a do kupaca dolaze domaćom prodajom, izvozom i ugovorima o licenciranju. Vrijednost koju stvaramo za društvo nadilazi naše poslovanje. Podržavamo rast i održivi razvoj svojim pozitivnim doprinosom

gospodarstvima diljem svijeta. Naš većinski dioničar, Zaklada Carlsberg, svojim dividendama donosi širu društvenu korist. U 2021. taj je utjecaj uključivao 879 mil. DKK u bespovratnim sredstvima za potporu znanstvenim istraživanjima, umjetnosti i civilnom društvu.

U našem Godišnjem izvještaju na [carlsberggroup.com/reports-downloads/](https://www.carlsberggroup.com/reports-downloads/) dostupno je više informacija o našem poslovanju i financijama.

POSLOVNI MODEL



Nabava visokokvalitetnih žitarica i drugih sirovina



Proizvodnja i punjenje naših piva i napitaka



Distribuiranje naših proizvoda brodovima, vlakovima i kamionima



Prodaja lokalima, restoranima i trgovinama



Oglašavanje prema potrošačima o odgovornom uživanju

ZAJEDNO PREMA NULA



VRIJEDNOST ZA DIONIČARE

66,6 mlrd. DKK
ostvaren
prihod

10,9 mlrd. DKK
operativne
dobiti

3,2 mlrd. DKK
dividendi
dioničarima

3,6 mlrd. DKK
udjela
otkupa dionica



VRIJEDNOST ZA DRUŠTVO

39,000+
zaposlenika

1,09 mil.
stvorenih dodatnih radnih mjesta u našem lancu opskrbe, ugostiteljstvu i maloprodaji

40 mlrd. DKK
ukupni porezni doprinos

96 mlrd. DKK
ukupno stvorene
gospodarske vrijednosti

ZAJEDNO PREMA NULA

Naša uloga u Carlsbergu jest proizvoditi pivo za bolje danas i sutra. Odgovorno i održivo poslovanje promiče tu ulogu, ali i podupire naša nastojanja u tome da stvaramo vrijednost za dioničare i društvo.

Naš program održivosti Zajedno prema NULA predstavlja naše ambicije za NULA ugljičnog otiska, NULA rasipanja vode, NULA neodgovorne konzumacije alkohola i kulturu NULA nesreća do 2030. Iza nas su četiri godine i na dobrom smo putu da ostvarimo

svoje srednjoročne ciljeve do 2022. Zajedno prema NULA nam pomaže ublažiti dugoročne rizike za naše poslovanje, uhvatiti se u koštac s ekološkim i društvenim globalnim izazovima te maksimalno iskoristiti prilike za razvijanje održivijih proizvoda i zdravih odabira za

potrošače. Kako ga naša kultura sve više usvaja, Zajedno prema nuli otvara poslovne prilike za naše robne marke, skreće fokus na naša partnerstva i postaje ponos naših zaposlenika.

Svrha

SAIL'22 prioriteti



JAČANJE OSNOVE



POZICIJA ZA RAST



STVARANJE KULTURE POBJEDE >



KREIRANJE VRIJEDNOSTI ZA DIONIČARE

Prioriteti u održivosti



NULA UGLJIČNOG OTISKA



NULA RASIPANJA VODE



NULA NEODGOVORNE KONZUMACIJE ALKOHOLA



KULTURA NULA NESREĆA



Ciljevi za 2030.

NULA emisija ugljika u našim pivovarama

30 % smanjenja ukupnih emisija do trenutka konzumacije piva

50 % manje potrošnje vode u našim pivovarama

Sklopavanje partnerstva za zaštitu zajedničkih vodnih resursa u svim područjima visokog rizika

100 % naših tržišta iz godine u godinu bilježi napredak u pogledu odgovorne konzumacije alkohola

NULA nesreća s gubitkom radnog vremena

Napredak u 2021.

20 % smanjenje od 2015.

32 % smanjenje od 2015.

Novi dizajn i digitalna kampanja za bezalkoholni proizvod „Pan Free“

Stalna edukacija zaposlenika i organizacija Dana sigurnosti

Ciljevi za 2022.

50 % smanjenja emisija ugljika u našim pivovarama

15 % smanjenja ukupnih emisija do konzumacije piva

100 % električne energije iz obnovljivih izvora u našim pivovarama

100 % hlađenja s niskim utjecajem na klimu

NULA ugljena u našim pivovarama

25 % manje potrošnje vode u našim pivovarama

Istražiti kako smanjiti potrošnju vode na 2,0 hl/hl u 17 visokorizičnih pivovara

Sklopavanje partnerstva za zaštitu zajedničkih vodnih resursa u područjima visokog rizika

100 % dostupnosti bezalkoholnih piva (BAP-ova)

Slanje poruka o 100 % odgovornoj konzumaciji putem ambalaže i aktivacijom robne marke

100 % naših tržišta održava partnerstva za podršku odgovornoj konzumaciji alkohola

Godišnje smanjenje stope nesreća

Zaklada



ODGOVORNO POSLOVANJE





NULA
UGLJIČNOG
OTISKA

Utjecaji klimatskih promjena utječu na naše živote bez obzira gdje se nalazili, a predviđanja stručnjaka za blisku budućnost nisu optimistična.

Radi svojeg poslovanja i našeg planeta, moramo dati svoj doprinos u suočavanju s klimatskom krizom. U Carlsberg Croatia predani smo postizanju nultog ugljičnog otiska u nadolazećim godinama, nakon što smo već poduzeli značajne korake u tom smjeru.



Klimatska konferencija COP26 i najnoviji izvještaj Međuvladina panela o klimatskim promjenama potvrdili su hitnu potrebu za kolektivnim djelovanjem kako bismo se uhvatili u koštac s klimatskom krizom.

U pripremama za COP26, naš izvršni direktor Cees 't Hart pridružio se drugim članovima Saveza izvršnih direktora klimatskih predvodnika (engl. *Alliance of CEO Climate Leaders*) u zahtijevanju odvažnih obveza, politika i djelovanja prema nultoj neto stopi emisija.

Naše ambicije prema NULA ugljika obvezuju nas na eliminaciju emisija iz naših pivovara do 2030. i smanjenje ugljičnog otiska iz našeg lanca opskrbe od polja do čaše. Još 2017. bili smo jedno od prvih deset poduzeća na svijetu, ujedno i prva pivovara, čije je ciljeve odobrila inicijativa Znanstveno utemeljeni ciljevi (engl. *Science Based Targets*) u skladu s održavanjem globalnog zagrijavanja na razini nižoj od 1,5 °C. Veseli nas vidjeti da je pokret u međuvremenu narastao na više od 1000 poduzeća iz različitih industrija i regija svijeta.

Međutim, svjesni smo da ciljevi nisu dovoljni za borbu s klimatskim promjenama ako nisu popraćeni djelima.

Zato ulažemo napore u povećanje učinkovitosti, prelazak na obnovljive izvore energije i prestanak uporabe ugljena u našim pivovarama. Također sklapamo partnerstva s dobavljačima kako bismo smanjili otisak svojeg lanca opskrbe i nastojimo razviti inovativna rješenja za ambalažu, promicati održivu poljoprivredu te prelazak na niskougljični transport i hlađenje.

Razumijevanje rizika koje klimatske promjene predstavljaju za našu proizvodnju piva i naše ključne sastojke, kao što su usjevi i voda, omogućuje nam da predviđamo, prilagođavamo se i gradimo otpornost. Izvještavamo o upravljanju svojim klimatskim rizicima u skladu s preporukama Radne skupine za objavljivanje financijskih informacija povezanih s klimatskim promjenama (engl. *Task Force on Climate-related Financial Disclosures – TCFD*).

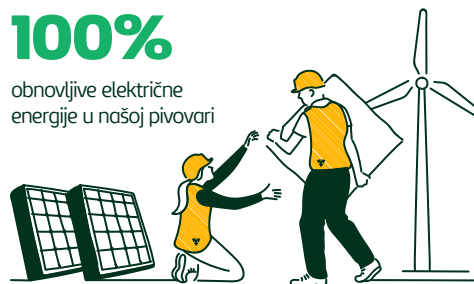
-20%

manje emisija ugljika u našoj pivovari po hl proizvedenog piva u odnosu na 2015.



100%

obnovljive električne energije u našoj pivovari



CILJEVI ZA 2030.

KULTURA NULA
EMISIJA UGLJIKA U NAŠIM PIVOVARAMA

30%
SMANJENJE UKUPNIH EMISIJA UGLJIKA DO TRENUTKA KONZUMACIJE PIVA

CILJEVI ZA 2022.

50%
SMANJENJA EMISIJA UGLJIKA U NAŠIM PIVOVARAMA

100%
STRUJE IZ OBNOVLJIVIH IZVORA U NAŠIM PIVOVARAMA

15%
SMANJENJE UKUPNIH EMISIJA UGLJIKA DO TRENUTKA KONZUMACIJE PIVA

NULA
UGLJENA U NAŠIM PIVOVARAMA

100%
HLAĐENJA S NISKIM UTJECajem NA KLIMU



SIJEMO SJEME NADE OBNAVLJANJEM MORSKE TRAVE U UK-u

Morska trava nije obična biljka. Ona je superjunakinja prirode čije su supermoći apsorpcije ugljika do 35 puta brže nego što to čini prašuma te pružanje staništa koja omogućuju bujanje života u oceanu. No ova je „podmorska Amazona” u opasnosti. Samo u Velikoj Britaniji izgubljeno je više od 90 % livada morske trave.

Naša robna marka Carlsberg sklopila je partnerstvo s WWF-om u Velikoj Britaniji kako bi obnovili ovaj dragocjeni resurs i podigli svijest snažnom kampanjom za potrošače. Carlsberg je potrošačima olakšao sudjelovanje u borbi za zaštitu planeta dajući im mogućnost da to učine odabirom piva. To je moguće zato što doniramo 50 penija WWF-u za svaki paket posebnog izdanja piva



Pročitajte više o partnerstvu na carlsberg.co/gb/wwf

AKTIVNI
BRANDOVI

Carlsberg Danish Pilsner i Carlsberg Export prodanog za podršku projektu obnove morske trave.

WWF je iskoristio ta sredstva kako bi započeo pripreme radnje, što uključuje i identificiranje područja duž obale Ujedinjenog Kraljevstva koja bi bila najprikladnija za uzgoj morske trave, namjeravajući posijati sjeme koje će izrasti u 30.000 m² livada morske trave do 2024. Kampanja za potrošače krenula je s televizijskom reklamom u kojoj tuljan povede gledatelje ispod valova do morskih trava koje se nalaze na dnu. U drugoj je reklami glavna junakinja kornjača i usredotočena je na naš Snap Pack, inovativno rješenje za povezivanje većeg broja limenki bez plastičnih prstena.

„Kad vidimo tako visoku razinu zabrinutosti javnosti za probleme u okolišu, oduševljeni smo što imamo priliku raditi s Carlsbergom kako bismo nadahnuli novu publiku da se bori za svoj svijet. Njihova donacija pomaže nam obnoviti dragocjenu morsku travu duž obale Velike Britanije, koja oceanskim životinjama pruža važno stanište i apsorbira ugljik iz atmosfere.”

Alex Lankester,
direktor partnerstva,
WWF

„Kao robna marka vođena svrhom, Carlsberg je zadnjih godina bio predvodnik u održivosti, primjerice uvođenjem inovativne tehnologije Snap Pack koja uklanja plastične prstene s naše ambalaže. Sada, u suradnji s WWF-om, potrošačima dajemo mogućnost odabira tako da ih nadahnjujemo da daju svoju obol borbi za zaštitu planeta – jednostavno birajući naše pivo.”

John Clements,
potpredsjednik, marketing, Carlsberg
Marston's Brewing Company

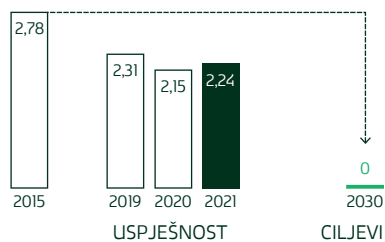




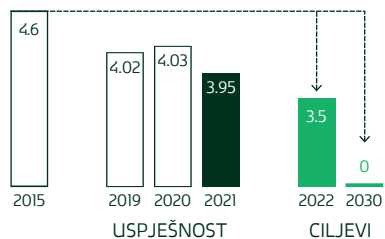
UKLANJANJE EMISIJA IZ PIVOVARA

Naša pivovara u Koprivnici jezgra je naših aktivnosti. Cjelokupni proces proizvodnje odvija se u skladu s potpuno ekološki prihvatljivim mehanizmima, a poštivanje najstrožih standarda kontrole kvalitete i sigurnosti stalni je prioritet naše tvrtke. Stalna nadogradnja opreme na svim našim lokacijama ključna je za optimizaciju potrošnje energije i dugoročno smanjenje našeg ugljičnog otiska.

APSOLUTNE CO₂ EMISIJE (t) u našoj pivovari
(tisuće tona CO₂, ne uključujući logistiku)



RELATIVNE CO₂ EMISIJE (kg CO₂/hl) u našoj pivovari



ŠTO MISLIMO KAD KAŽEMO NULA UGLJIČNOG OTISKA

EMISIJE IZ PIVOVARA

Cilj nam je eliminirati emisije ugljičnog dioksida iz naših proizvodnih pogona do 2030. Kako bismo pomogli u napredovanju prema ovom apsolutnom cilju, a uz to poboljšali učinkovitost proizvodnje, namjeravamo prepoloviti emisije po hektolitru (hl) proizvodnje između 2015. i 2022.

UKUPNI UGLJIČNI OTISAK DO KONZUMACIJE PIVA

Cilj nam je smanjiti ukupne emisije do trenutka konzumacije piva po hl proizvedenog piva za 15% do 2022. i 30% do 2030. u odnosu na našu polaznu vrijednost iz 2015. godine. Ova smanjenja obuhvaćaju emisije iz: sirovina za uzgoj i proizvodnju slada, pripreme piva, pakiranja, distribucije i hlađenja naših proizvoda i postupanje s našim ambalažnim otpadom nakon upotrebe.



NULA RASIPANJA VODE

Voda je iznimno vrijedan prirodni resurs i ključni sastojak naših proizvoda, dok je ostalim sastojcima, poput žitarica i hmelja, potrebna za rast. Njezino je očuvanje velika odgovornost i obveza i zato smo postavili ambiciozne ciljeve za smanjenje otpadne vode tijekom procesa proizvodnje za svaki hektolitar piva.





U proizvodnji svojeg piva ovisimo o vodi. Zaštita vodnih resursa neophodna je za naše poslovanje i zajednicu.

Nestašica vode već pogađa svaki kontinent na svijetu, a trenutačno oko 4 milijarde ljudi barem jedan mjesec u godini osjeća posljedice teške nestašice. Rast urbanih zajednica i klimatske promjene to pogoršavaju.

Hmelju i žitaricama potrebna je voda za rast, a voda je sama po sebi jedan od naših ključnih sastojaka. Optimiziranje učinkovitosti naših pivovara pomaže nam u sprječavanju rasipanja vodom i održavanju neophodnih zaliha.

Naš cilj za 2030. godinu jest prepoloviti količinu vode koju upotrebljavamo za proizvodnju svakog hektolitara (sto litara ili hl) piva u odnosu na referentnu vrijednost iz 2015. godine. Na putu smo do toga da u 2022. dosegne svoj planirani cilj na pola puta do konačnog cilja, i to zahvaljujući poboljšanju učinkovitosti, nadogradnji opreme i ugradnji najsuvremenijih postrojenja za obradu vode.

Posebno smo usredotočeni na 17 pivovara smještenih na područjima koja su utvrđena kao visokorizična za vodu, kako je definirano u našem partnerstvu s WWF-om, kako bismo osigurali da su naši napori i ulaganja usmjereni tamo gdje mogu

imati najveći utjecaj na društvo i na naše poslovanje.

Na tim područjima također surađujemo s lokalnim organizacijama kako bismo očuvali zalihe za lokalne zajednice.

U nadolazećim godinama moramo dodatno ulagati u infrastrukturu i projekte obnove kako bismo osigurali otpornost u vremenima sve većeg rizika za vodu i rasta troškova.

Nastojimo stalno poboljšati kvalitetu, transparentnost i opseg podataka o potrošnji vode. To uključuje praćenje naše apsolutne uporabe vode po lokaciji i globalno. U svome radu koristimo napredne procjene rizika i analize scenarija kojima podržavamo naše napore da se pripremimo za potencijalne izazove nestašice vode.



CILJEVI ZA 2030.

50%
SMANJENJA
POTROŠNJE
VODE U NAŠIM
PIVOVARAMA

CILJEVI ZA 2022.

25%
SMANJENJA
POTROŠNJA VODE
U NAŠIM
PIVOVARAMA

ŠTO MISLIMO KAD KAŽEMO NULA RASIPANJA VODE

Pivovare: U 2015. upotrebljavali smo 3,4 hl vode po hl proizvoda (3,4 hl/hl). Naši su ciljevi smanjiti tu količinu za 25 % do 2022. i do 50 % do 2030.

To uključuje sve pivovare te postrojenja za bezalkoholna pića i vodu u većinskom vlasništvu Carlsberga, no ne uključuje mjesta proizvodnje slada. Obuhvaćeni su svi aspekti poslovanja pivovara, uključujući uredne na lokaciji, proizvodnju i skladištenje.

Zajednice: Do 2030. cilj nam je sklopiti partnerstva za očuvanje vodnih resursa koje dijelimo sa zajednicama u svim dolinama rijeka u kojima poslujemo i za koje je utvrđena visoka razina rizika. Trenutačno se 17 naših pivovara nalazi u geografskim područjima visokog rizika u pogledu vode, prema procjeni alata Water Risk Filter organizacije WWF.

MJERE U NAŠOJ PIVOVARI U KOPRIVNICI

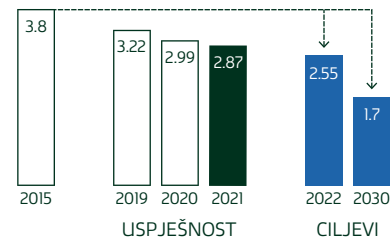
U našoj pivovari dosljedno primjenjujemo brojne procese na našim proizvodnim mjestima kako bismo što više ograničili i eliminirali otpadne vode.

Provedena je optimizacija procesa kuhanja piva što je rezultiralo uštedom od 1.500 m³ vode te 83.000 kWh toplinske energije. Također je provedena optimizacija rada ionskih izmjenjivača čime se štedi 650 m³ vode, a očekivana je i dodatna ušteda od 550 m³. Investicijom u uređaj za ispiranje nepovratnih boca, kojom je izbjegnut rad na praoniku boca potrošnja vode smanjuje se i za 2.800 m³ godišnje, električnu energiju za 185.000 kWh te toplinske energije za 260.000 kWh. Sakupljanjem vode s uređaja za ispiranje, te upotrebom te vode na rashladnom postrojenju očekuje se smanjenje potrošnje vode za 2.500 m³.

Redovito se provodi i održavanje te provjera odvajača kondenzata čime se štedi 700 m³ vode te 90.000 kWh toplinske energije. Dodatno, povećana je i efikasnost na liniji za punjenje staklenih boca, čime se štedi 5.600 m³ vode, 106.000 kWh električne i 350.000 kWh toplinske energije.

Uz sve to, kontinuirano i analitički prati se potrošnja za svaki proizvodni proces zasebno, što olakšava brzu intervenciju za rješavanje problema istjecanja ili potrošnje kada oni prijeđu prihvatljive granice. Ova praksa pomaže smanjiti potrošnju vode za 1000 m³ godišnje.

**RELATIVNA POTROŠNJA VODE
U NAŠOJ PIVOVARU U KOPRIVNICI**
(hl/hl)*



Optimizacija rada ionskih izmjenjivača čime se štedi 650 m³ vode te se očekuje dodatna ušteda od 550 m³.



Instalacijom uređaja za ispiranje nepovratnih boca smanjit ćemo potrošnju vode za 2.800 m³ godišnje, električnu energiju za 185.000 kWh te toplinsku energiju za 260.000 kWh.

OČUVANJE DRAGOCJENIH VODNIH RESURSA U POLJSKOJ

Poljska pripada zemljama Europe koje imaju najmanju dostupnost pitke vode. Neki dijelovi zemlje već trpe oskudice vode, a očekuje se da će do 2050. oskudica porasti za 30 %.

Kako bi osvijestili zajednicu o postojećim problemima, naša robna marka Kasztelan pokrenula je edukativni program s jednostavnim porukom "Cijenimo vodu".

U kampanji su upotrijebljeni edukativni materijali te partnerstva s lokalnim vlastima i *influencerima* za zaštitu okoliša kako bi se zainteresiralo potrošače za teme nestašice vode, odgovorne potrošnje vode i sakupljanja kišnice. Kampanja je podigla svijest dijeljenjem činjenica o ozbiljnosti situacije s vodom u Poljskoj te davanjem praktičnih savjeta o tome kako nastaviti svaki dan štedjeti vodu i nakon završetka kampanje u prosincu 2020.

Kako bi pokazala da se vrtovi mogu navodnjavati koristeći se isključivo kišnicom, poduzeće Kasztelan posadilo je vrt u središtu grada Sierpc i ponudilo spremnike za prikupljanje kišnice kao nagradu u natječaju za pisanje nadahnjujućih pjesama na temu vode.

Kasztelan i naši partneri u kampanji uspjeli su doprijeti do više od 850.000 korisnika društvenih mreža i oko 2 milijuna čitatelja putem poruka objavljenih u više od 100 publikacija, potičući sve da cijene dragocjene zalihe vode.



„Iznimno nam je zadovoljstvo provesti tako važnu inicijativu u partnerstvu s poduzećem Kasztelan. Svjesni smo da je borba za prirodu naša zajednička odgovornost – lokalnih vlasti, stanovnika i poduzeća. Velik interes za program pokazatelj je odgovornosti stanovnika Sierpca i dobar predznak za budućnost.“

Jarosław Perzyński,
gradonačelnik Sierpca, Poljska

„Programom Cijenimo vodu upustili smo se u educiranje ljudi o tome koliko je važno očuvati oskudne zalihe vode i kako svatko od nas može pomoći spasiti vodu. Drago nam je što je naišao na velik interes. Stanje u okolišu možemo popraviti samo ako surađujemo jedni s drugima.“

Darek Chaleckia,
voditelj marketinga, Kasztelan





NULA NEODGOVORNE KONZUMACIJE ALKOHOLA

Naši proizvodi zbližavaju ljude i sinonim su za trenutke radosti i opuštanja. Međutim, neodgovorna konzumacija, poput maloljetničkog pijenja ili vožnje pod utjecajem alkohola, i dalje ostaje globalni problem kojem se treba ozbiljno i odgovorno pristupiti. Želimo osigurati odgovornu konzumaciju naših proizvoda i potrošačima pružiti izbor koji se uklapa u uravnotežen način života.

CILJEVI ZA 2022.

100%

SLANJA PORUKA O
ODGOVORNOJ
KONZUMACIJI PUTEM
AMBALAŽE I U BREND
AKTIVACIJAMA

100%

NAŠIH TRŽIŠTA
ODRŽAVA PARTNERSTVA
ZA PODRSKU
ODGOVORNOJ
KONZUMACIJI ALKOHOLA

100%

DOSTUPNOSTI
BEZALKOHOLNIH
PIVA (BAP-ova)





NULA NEODGOVORNE KONZUMACIJE ALKOHOLA

Naše robne marke u središtu su društvenih okupljanja i obogaćuju živote milijuna ljudi diljem svijeta. Promičemo odgovornu konzumaciju i nudimo sve širi izbor bezalkoholnih piva.

Sve više potrošača odlučuje se za zdrav, uravnotežen način života i taj se trend tijekom pandemije ubrzao. Pivo ima relativno niži udio alkohola u usporedbi s drugim alkoholnim pićima kao što su vina i žestoka pića, a i sve se više ljudi odlučuje za naša ukusna bezalkoholna piva ili piva s niskim udjelom alkohola..

Pozivamo potrošače da odgovorno uživaju u našim pivima. Istovremeno smo svjesni da zlouporaba alkohola, uključujući konzumaciju alkohola kod maloljetnika, tijekom vožnje ili prekomjernu konzumaciju, nastavlja biti globalni zdravstveni problem, stoga surađujemo s drugim poduzećima u branši u rješavanju tog izazova.

U Hrvatskoj, već godinama sudjelujemo u kampanji Uključi savjest – ponekad djeci treba reći ne koju realizira Udruženje proizvođača piva, slada i hmelja Hrvatske gospodarske komore. Kroz partnerstva s trgovačkim lancima nastoji se mijenjati ključno ponašanje na prodajnim mjestima. Cilj je kampanje podizanje svijesti o provedbi zakona prema kojem

je zabranjeno posluživanje i prodaja alkoholnih pića osobama mlađima od 18 godina. Naime, maloljetnička konzumacija problem je gdje je ponajviše potrebno utjecati na razmišljanja odraslih – koji su im u prilici prodati alkoholno piće.

Naša potraga za boljim pivom uključuje stvaranje prvoklasnih bezalkoholnih piva za kupce koji žele izbjeći alkohol ili ga konzumirati u minimalnoj količini, a istovremeno uživati u ukusnom pivu u društvenim prigodama.

Naša predanost cilju NULA neodgovorne konzumacije alkohola odražava tko smo kao poduzeće, podupire naša nastojanja da surađujemo s regulatornim tijelima i omogućuje nam da pružimo podršku potrošačima u donošenju zdravih odluka.



ŠTO MISLIMO KAD KAŽEMO NULA NEODGOVORNE KONZUMACIJE?

Prilagođeni pristup na razini tržišta: Do 2030. želimo postići da 100 % naših tržišta bilježi poboljšanje u području odgovorne konzumacije alkohola. Svako tržište postaviti će cilj i priorizirati svoje djelovanje na temelju lokalnih potreba. Na primjer, tržište se može usredotočiti na podršku smanjenju stope vožnji pod utjecajem alkohola i mjeriti napredak prema dostupnim nacionalnim statistikama.

Globalni programi: Naši ciljevi za 2022. obvezuju nas da na svu primarnu ambalažu

stavimo poruke o odgovornoj konzumaciji alkohola i informacije za potrošače (već postignuto u 2020.), ponudimo bezalkoholna piva na svim mjestima gdje prodajemo pivo i pokrenemo partnerstva na svakom tržištu kako bismo podržali odgovornu konzumaciju. Te inicijative, zajedno s provođenjem naših rigoroznih globalnih tržišnih standarda za alkoholna pića, potiču napredak prema našem cilju za 2030. tako što pomažu svim našim tržištima u rješavanju problema neodgovorne konzumacije alkohola.



NULA
NEODGOVORNE
KONZUMACIJE ALKOHOLA

NOVI DIZAJN PROIZVODA PAN FREE



U 2021. predstavili smo novi dizajn za naš proizvod Pan Free čime smo željeli povećati vidljivost varijante bezalkoholnog proizvoda u našem portfelju. Prethodno zelene elemente zamijenili smo plavom bojom karakterističnom za kategoriju bezalkoholnih proizvoda. Kako bismo dosegli što veći broj naših potrošača i upoznali ih s bezalkoholnom varijantom u rujnu 2021.godine pokrenuli smo digitalnu kampanju na Facebook i Instagram profilu brenda Pan. Ključna poruka kampanje bila je „Za opušteno osvježanje.“, a ovom smo aktivacijom dosegli više od milijun korisnika.



SVE POČINJE OD NAS

Kako bismo povel i druge putem Zajedno prema NULA neodgovorne konzumacije, polazimo od naših zaposlenika s ciljem da oni budu najbolji ambasadori odgovorne konzumacije i da poruku o štetnom utjecaju prekomjerne konzumacije alkohola šire potrošačima, poslovnim partnerima i široj zajednici.

Carlsberg je 2017. bio prva tvrtka u Hrvatskoj koja je u svoja vozila ugradila alkotest, tzv. Alcoloc. Hrvatska je bila u prva dva Carlsbergova tržišta u Europi u kojima je sustav testiran, a do danas je ugrađen u 99% naših vozila.

Kako sustav funkcionira? Pri sjedanju u automobil potrebno je puhati u test dok on ne prestane davati zvučni signal. Nakon nekoliko sekundi, u slučaju da je količina alkohola u dozvoljenim granicama sustav omogućuje paljenje automobila. U slučaju da količina prelazi granicu, sustav blokira automobil na 15 minuta i nakon tog vremena dozvoljava ponovni pokušaj. Ako ni tada vozač ne prolazi test, sustav automobil blokira na 30 minuta. Nakon što je automobil uspješno pokrenut svako sljedeće pokretanje vozila nakon što je bilo ugašeno, ako je unutar 120 minuta, prolazi bez alkotesta, ali istekom dva sata, vozač ponovno mora dokazati da nije pod utjecajem alkohola.





KULTURA
NULA
NESREĆA

Zdravlje i sigurnost naših ljudi
za nas su ključni prioriteti i
želimo osigurati da svaki dan
svi sigurno stignu kući svojim
obiteljima.



U svemu što radimo i svugdje gdje poslujemo, sigurnost je na prvom mjestu.

Briga za naše zaposlenike i ugovorne izvođače naš je najveći prioritet. Čvrsto vjerujemo da se sve nesreće mogu spriječiti. Stoga neprestano nastojimo promicati kulturu nula nesreća na radnom mjestu i potaknuti sve zaposlenike da je usvoje. Naš je cilj pružiti našim ljudima alate i znanje za prepoznavanje nesigurnog ponašanja i pomoći kolegama da također usvoje sigurnije radne prakse.

Pridržavamo se sigurnosnih propisa u svim segmentima svojeg rada, a naša su Pravila za spašavanje života osmišljena za očuvanje sigurnosti svih zaposlenika pivovare, skladišta i ureda, te u prometu.

Vjerujemo kako je svaka ozljeda suvišna i dajemo sve od sebe kako bismo u potpunosti izbjegli nesreće s gubitkom radnog vremena. Kako bismo to ostvarili, potrebno je da svi – rukovoditelji, zaposlenici, ugovorni izvođači i partneri – ulože trud u usvajanje sigurnih navika ponašanja i poticanje drugih da učine isto.

1455

potencijalno opasnih situacija i ponašanja koje su primijetili naši zaposlenici u 2021. godini



CILJEVI ZA 2030.

**NULA
NESREĆA S
GUBITKOM RADNOG
VREMENA**

CILJEVI ZA 2022.

**GODIŠNJE SMANJENJE
STOPE NESREĆA**



96%

usklađenosti s našim Pravilima za spašavanje života



868

sigurnih hodnji u 2021. godini

UPRAVLJANJE RIZICIMA

U Carlsberg Croatia za upravljanje rizicima služimo se sistemom upravljanja sigurnosti i zdravljem, obukama i poštivanjem vlastitih rigoroznih standarda, uključujući **Pravila koja spašavaju život**.

Govoreći o sigurnosti, možemo reći kako je 2021. bila posebno uspješna jer smo 25. siječnja 2022. godine obilježili **365 dana bez ozljede na radu**, za što smo dobili i priznanje. Ipak, u 2021. zabilježili smo 3 ozljede koje su rezultirale bolovanjem. Iako bilježimo rezultate bolje od grupacijskog prosjeka, naš je cilj imati 0 ozljeda.

Vjerujemo kako se većina ozljeda može spriječiti i upravo iz tih razloga menadžment, kao i svi zaposlenici, kontinuirano provode sigurnosne šetnje u pivovari, čija je svrha pronalaženje prostora za napredak u području sigurnosti. Osiguravanje sigurnog radnog okruženja naš je stalni prioritet za cijeli niz naših operacija.

Tijekom cijele godine održavaju se različite obuke za sigurnost poput vožnje u ekstremnim uvjetima, a svi naši vozači moraju proći online obuku. Osim toga, organizirani su i različiti treninzi kojima simuliramo različite uvjete rada kako bi naši djelatnici bili spremi na sve situacije u kojima se mogu naći.

BRONZE CERTIFICATE OF RECOGNITION

1 YEAR

OF LOST TIME ACCIDENT FREE OPERATIONS

Achieved on 25 January 2022

By Koprivnica, Croatia



Sergey Babinskiy
VP, ISC Central Eastern Europe




Victor Shevtsov,
EVP, Group ISC

ŠTO MISLIMO KAD KAŽEMO NULA NESREĆA

NESREĆE

Definiramo ih kao nesreće na radnom mjestu zbog kojih se smatra da ozlijeđena ili bolesna osoba nije u stanju obavljati posao barem jedan dan, počevši od dana nakon događaja i zaključno s danom prije povratka na posao, uključujući vrijeme koje nije provedeno na poslu radi odmora, oporavka ili liječenja. Obavještavamo zaposlenike i ugovorne izvođače o

ukupnom broju nesreća. Cilj nam je NULA nesreća s gubitkom radnog vremena do 2030.

STOPA NESREĆA

Izračunava se kao broj nesreća s gubitkom radnog vremena pomnožen s 1000 i podijeljen s brojem stalnih zaposlenika. Ciljamo na godišnja smanjenja do 2022.

DAN SIGURNOSTI

U 2021. godini, ponovno smo posvetili jedan dan temi zdravlja i sigurnosti kroz niz treninga namijenjenih ciljnim grupama zaposlenika. Velik broj zaposlenika iz različitih odjela u jednom je danu prošlo je kroz 7 postaja koje uključuju 5 preventivno sigurnosnih pravila (pravila koja spašavaju život) te osnove prve pomoći, zaštitu od požara i radno zaštitnu opremu i rad s kemikalijama.

Dan sigurnosti jedna je od inicijativa kroz koju promoviramo kulturu NULA ozljeda i gdje se trudimo uključiti što više zaposlenih iz različitih odjela. Naše zaposlenike educiramo tijekom cijele godine i ponosni smo na vrlo visoku svijest pri poštovanju svih neophodnih procedura, ali i proaktivnog djelovanja u prijavljivanju potencijalnih opasnosti.

Luka Cestar,
EHS menadžer



ODGOVORNO POSLOVANJE I DOPRINOS DRUŠTVU

Vremena pandemije bila su izazovna na svim poljima i često su zahtijevala kreativna i brza rješenja. Tako je za 4.000 litara voćnog vina koje je trebalo postati osvježavajući cider Somersby odlučeno da ono može imati i drugu namjenu.

Budući da na početku pandemije nismo mogli doći do dovoljnih količina dezinficijensa koji nam je bio potreban za pojačanu higijenu na radnom mjestu, priručno smo ga zamiješali u našem laboratoriju. No kako nije bilo takvog alkohola koji je potreban za proizvodnju, niti opreme da sami proizvedemo veću količinu, pronašli smo partnere i u suradnji s njima proizveli vlastiti dezinficijens.

4.000 litara voćnog vina kroz dva procesa destilacije preradili smo u 70-postotni alkohol, a zatim proizveli dezinficijens koji je pakiran u 1.200 polulitrenih bočica. Dezinficijens za ruke poklonili smo svojim zaposlenicima kako bi oni i njihove obitelji bili još sigurniji. Preostalu količinu donirali smo lokalnoj zajednici, točnije gradu Koprivnici kako bi gradske vlasti mogle usmjeriti tamo gdje je najpotrebniji.

PROIZVODNJOM PIVA ZA BOLJE **DANAS I SUTRA**



Carlsberg Croatia
Ulica Danica 3
48 000 Koprivnica
Hrvatska
Telefon +385 48 657011
www.carlsberg.hr

RECITE NAM SVOJE MIŠLJENJE

Želimo čuti vaše mišljenje
o našem programu
Zajedno prema NULA, našem napretku
i izvještavanju o ESG pitanjima.

Obratite nam se na
sustainability@carlsberg.com