

ОТЧЕТ ОБ УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ 2020

СОДЕРЖАНИЕ

Отчет посвящен прогрессу компании «Балтика», часть Carlsberg Group, в реализации глобальной программы устойчивого развития «Цель 4НОЛЯ: вместе для будущего». В отчете мы рассказываем о том, как работаем с партнерами, поставщиками и своей командой для достижения целей: НОЛЬ углеродного следа, НОЛЬ потери воды, НОЛЬ безответственного потребления и НОЛЬ несчастных случаев. Мы хотим показать вклад компании в экономику страны и регионов, где находятся наши производства, и рассказать о принципах ответственного ведения бизнеса, которые помогают нам достигать целей и реализовывать бизнес-стратегию и миссию «Варить пиво для лучшего сегодня и завтра».

ВСТУПИТЕЛЬНОЕ СЛОВО РУКОВОДСТВА КОМПАНИИ03

ВВЕДЕНИЕ 04

ПРОГРАММА «ЦЕЛЬ 4НОЛЯ: ВМЕСТЕ ДЛЯ БУДУЩЕГО».....08

НОЛЬ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА..... 09

НОЛЬ ПОТЕРИ ВОДЫ.....21

НОЛЬ БЕЗОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ.....24

НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ.....28

ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС31

INDEX35

ПРИГЛАШАЕМ ВАС УЗНАТЬ БОЛЬШЕ



Отчет об устойчивом развитии Carlsberg Group

Отчет содержит подробную информацию о стратегии устойчивого развития Группы Carlsberg, корпоративном управлении, партнерстве для достижения целей и прогрессе в этой области. Краткая версия отчета — это выдержки, дающие представление о результатах достижения стратегических целей.

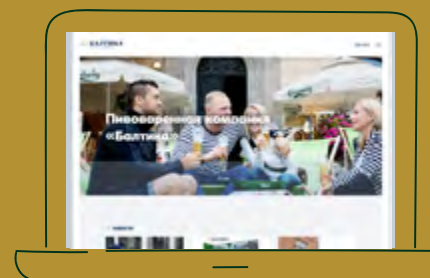
Годовой отчет Carlsberg Group

Годовой отчет о финансовых показателях Группы включает также информацию об устойчивом развитии, которая значительно влияет на оценку инвестиционных показателей.



Корпоративный сайт пивоваренной компании «Балтика»

На нашем интернет-сайте размещена информация о программе устойчивого развития компании и ее ключевых целях. Мы также делимся новостями о самых важных проектах «Балтики» в области устойчивого развития.



Ссылки на соцсети компании:

 corporate.baltika.ru

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

 [@baltikabrewery](https://www.youtube.com/baltikabrewery)

 vk.com/baltika_company



Денис Шерстенников,
президент пивоваренной компании «Балтика», часть Carlsberg Group

2020 года стал серьезным испытанием для компании, наших партнеров, клиентов, сотрудников и потребителей. С прошлого года мы начали реализовывать новую бизнес-стратегию, и пандемия проверила на прочность наши планы и цели — как в коммерческой сфере, так и в ESG-приоритетах. Программа устойчивого развития является частью нашей и глобальной, и российской долгосрочной стратегии и интегрирована в бизнес-процессы. Пандемия еще больше усилила эту связь. С одной стороны, она упрочила запрос наших клиентов и потребителей на товары, созданные с заботой об окружающей среде, так как продемонстрировала всю хрупкость нашего благополучия и последствия, к которым может привести игнорирование вопросов изменения климата, общественного здоровья и других, поднимаемых на уровне ООН как ключевые вызовы XXI века. С другой стороны, в условиях, когда нашей первоочередной задачей стало сохранение бизнеса — обеспечение работы наших производств, цепочки поставок и безопасности наших сотруд-

ников, мы очень избирательно подходили к вопросам инвестиций. Однако именно фокус на устойчивом развитии в том числе позволил нам находить правильные решения и новые возможности для развития и роста. К примеру, наши экологические цели ускорили инвестиции в переоборудование автопарка компании — мы не только начали доставлять наше пиво более экологично, используя метановые автопоезда и электрогрузчики, но и получаем заметный экономический эффект. Мы взяли обязательство собирать и отправлять на переработку не менее 50% эквивалентного объема всей выпускаемой нами упаковки и уверенно движемся к этой цели, одновременно закрывая наши установленные законом обязательства по расширенной ответственности производителя. Мы запустили комплексы биологических очистных сооружений в Санкт-Петербурге и Ростове-на-Дону, которые строили с 2017 года, и увеличили объем использования «зеленого» топлива на наших пивоварнях до 10%, тем самым экономя на энергоресурсах. Кроме этого, в 2020 году мы также

обновили подход к продвижению ответственного потребления пива — базового условия для развития нашего бизнеса и репутации отрасли и профессии пивовара, к которой мы имеем честь принадлежать. Мы запустили онлайн-кампании, которые позволили вовлечь более 15 млн наших российских потребителей в разговор об ответственном потреблении, и нарастили наше предложение безалкогольного пива и напитков, заключив контракты со всеми крупными онлайн-ритейлерами и обеспечив нашими безалкогольными продуктами почти все самые объемные торговые точки, реализующие тарированное пиво, а также 30% магазинов, торгующих пивом на вынос, — чтобы у наших потребителей всегда была возможность выбора. Мы благодарны партнерам и потребителям, которые разделяют наши ценности и чья поддержка и признание наших продуктов оказали нам большую помощь в сложный год — мы сумели нарастить объем продаж на 9% и уверены в том, что продолжим добиваться успеха, опираясь на принципы и цели устойчивого развития.

НАШ БИЗНЕС

Пивоваренная компания «Балтика» — один из крупнейших производителей товаров повседневного спроса в России. Компания управляет восемью заводами в России. Мощности этих пивоварен позволяют производить более 20 млн гектолитров пива в год. Портфель брендов «Балтики» включает более 50 популярных международных, национальных и региональных марок алкоголь-

ного и безалкогольного пива, слабоалкогольных и безалкогольных напитков: «Балтика 3», «Балтика 7», Žatecký Gus, Carlsberg, Tuborg, Kronenbourg Blanc 1664, «Балтика 0», Garage, Flash Up и других.

«Балтика» — ведущий экспортер российского пива. На долю компании приходится около 50 % экспортных поставок пива из России. «Балтика» начала

активно осваивать зарубежные рынки в 2000 году. Сейчас продукция «Балтики» экспортируется более чем в 75 стран мира. Среди них страны СНГ, Европы, Северной и Южной Америки, Африки, Ближнего Востока, Китая, Австралия, Япония, Новая Зеландия и другие страны Азиатско-Тихоокеанского региона. Мы сохраняем лидерство по экспорту из России в своей категории. Правительство РФ

в рамках всероссийского конкурса «Экспортер года» неоднократно присваивало компании звание «Лучший российский экспортер» в категории «Алкогольные и безалкогольные напитки».

Качество продукции «Балтики» соответствует мировому уровню, что подтверждено многочисленными премиями: бренды компании получили более 670 наград

профессиональных и потребительских конкурсов в России и за рубежом.

«Балтика» — важная часть бизнеса Carlsberg Group в Центральной и Восточной Европе, включая Азербайджан, Беларусь, Казахстан и Украину, а также Латвию, Литву, Эстонию, Хорватию, Сербию, Болгарию, Италию и Грецию.



**ЦЕЛЬ 4НОЛЯ:
ВМЕСТЕ ДЛЯ БУДУЩЕГО**



**ЦЕННОСТЬ
ДЛЯ АКЦИОНЕРОВ**

58,5 млрд датских крон
выручка

9,7 млрд датских крон
операционная прибыль

3,1 млрд датских крон
выплаченные дивиденды

2,9 млрд датских крон
объем обратного
выкупа акций



**ЦЕННОСТЬ
ДЛЯ ОБЩЕСТВА**

40 000
рабочих мест

1 млн 90 тыс. рабочих мест
созданы в смежных отраслях —
сельском хозяйстве, логистике, торговле,
индустрии гостеприимства

38 млрд датских крон
общий объем уплаченных
налогов

85 млрд датских крон
добавленная стоимость
по всей цепочке поставок



Carlsberg Group — один из крупнейших производителей пива в мире. В 2020 году Группа выпустила 117 млн гектолитров пива и безалкогольных напитков.

Портфель брендов Группы включает более 100 марок, в том числе признанные на мировом уровне, такие как Carlsberg,

Grimbergen, Kronenbourg 1664, Tuborg, а также достойные локальные бренды. 88 пивоварен Группы расположены в Западной и Восточной Европе, а также в Азии. Продукция Carlsberg представлена более чем в 100 странах мира. В каждом регионе присутствия мы вносим существенный вклад

в экономику и качество жизни местных сообществ. Основной акционер Группы, благотворительный фонд Carlsberg, направляет средства на поддержку значимых социальных инициатив. В 2020 году фонды Carlsberg пожертвовали 956 млн датских крон на поддержку научных исследований,

искусства, институтов гражданского общества, в том числе более 109 млн датских крон было направлено на восстановление местных сообществ от влияния пандемии COVID-19.

ПРОГРАММА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

ЦЕЛЬ 4НОЛЯ: ВМЕСТЕ ДЛЯ БУДУЩЕГО

«Мы варим пиво для лучшего сегодня и завтра» — так формулирует смысл своего бизнеса Carlsberg Group. Программа устойчивого развития «Цель 4НОЛЯ: вместе для будущего» позволяет нам противостоять долгосрочным

рискам и отвечать на глобальные вызовы — такие как изменение климата, дефицит питьевой воды и проблемы охраны здоровья. Мы формулируем цели устойчивого развития как НОЛЬ угле-

родного следа, НОЛЬ потери воды, НОЛЬ безответственного потребления и НОЛЬ несчастных случаев. В этих направлениях у нас больше всего экспертизы и возможности внести свой вклад в решение глобальных

проблем. Наши цели соотносятся с глобальными целями устойчивого развития ООН. Мы сотрудничаем с нашими бизнес-партнерами и поставщиками, клиентами, НКО, органами власти и другими стейкхолдерами

для достижения общих целей. Мы уверены, что эти обязательства, которые компания взяла на себя, усиливают наш бизнес уже сегодня и создают возможности для устойчивого развития в будущем.

ВАРИМ ПИВО ДЛЯ ЛУЧШЕГО СЕГОДНЯ И ЗАВТРА

Приоритеты стратегии «Паруса'22»:

- УКРЕПИТЬ ПОЗИЦИИ
- ЗАНЯТЬ ПОЗИЦИЮ ДЛЯ РОСТА
- СОЗДАТЬ КУЛЬТУРУ ПОБЕДИТЕЛЕЙ
- ОБЕСПЕЧИТЬ ПРИБЫЛЬ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМ СТОРОНАМ

ЦЕЛЬ 4НОЛЯ: ВМЕСТЕ ДЛЯ БУДУЩЕГО

Приоритеты устойчивого развития:

Цель на 2030 год:

Прогресс в 2020 году:

Цели на 2022 год:

Приоритеты устойчивого развития:	ЦЕЛЬ 4НОЛЯ: ВМЕСТЕ ДЛЯ БУДУЩЕГО			
	НОЛЬ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА	НОЛЬ ПОТЕРИ ВОДЫ	НОЛЬ БЕЗОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ	НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ
Цель на 2030 год:	НОЛЬ выбросов CO2 на пивоварнях 30% сокращение углеродного следа готовой продукции	50% сокращение водопотребления на пивоварнях	Ежегодное улучшение показателей ответственного потребления	НОЛЬ несчастных случаев с потерей трудоспособности
Прогресс в 2020 году:	8% сокращение углеродного следа пивоварен с 2015 года 7% сокращение углеродного следа готовой продукции с 2015 по 2019 годы	9% сокращение удельного водопотребления с 2015 года	48% рынка безалкогольного пива занимают марки «Балтики» Более 20 млн потребителей охвачены кампаниями в области ответственного потребления	9 случаев с потерей трудоспособности в 2020 году 30% сокращение травматизма с 2015 года
Цели на 2022 год:	50% сокращение углеродного следа пивоварен Электроэнергия из возобновляемых источников НОЛЬ использования угля на пивоварнях	25% сокращение водопотребления на пивоварнях	100% доступность безалкогольного пива 100% продукции содержит на упаковке информацию об ответственном потреблении Информация об ответственном потреблении распространяется через маркетинговые кампании ключевых брендов Партнерства для развития проектов ответственного потребления	Ежегодное сокращение случаев травматизма

ПОДДЕРЖКА ОБЩЕСТВА В ПЕРИОД ПАНДЕМИИ COVID-19

В период пандемии «Балтика» в диалоге с партнерами, общественными организациями и государственными органами власти развернула кампанию по поддержке местных сообществ «Несмотря на расстояние, остаемся вместе».

Инициатива была нацелена на помощь пожилым людям, находившимся в группе повышенного риска, волонтерам, доставлявшим им продукты и лекарства, а также медикам, работавшим с беспрецедентной нагрузкой в условиях пандемии, во всех регионах присутствия «Балтики».

С марта по декабрь 2020 года мы передали в социальные центры, дома престарелых, волонтерские штабы и больницы, перепрофилированные для пациентов с COVID-19, более 500 тыс. единиц средств индивидуальной защиты и более 450 тыс. единиц безалкогольных напитков. Нашими партнерами в регионах стали НКО,

волонтерские и благотворительные организации, включая медицинские, в их числе фонды «Старость в радость», «Живой», «Друзья», «Фонд милосердия и здоровья», «Хорошие истории», «Фонд профилактики рака» и объединение фондов «Не напрасно», Самарская областная организация профсоюза работников здравоохранения, Центр развития социальных технологий (Новосибирск), Ассоциация социально ориентированных некоммерческих организаций Свердловской области и другие. Мы также объединили усилия с бизнес-партнерами, поддержав инициативы помощи медикам компаний Burger King и «Яндекс».

Наша кампания дополнила меры поддержки местных сообществ, которые оказывал Carlsberg по всему миру. Фонды Carlsberg пожертвовали \$13,8 млн на борьбу с COVID-19. Гранты были направлены на поддержку исследовательских проектов, научных и культурных центров, общественных объединений для смягчения последствий пандемии и предотвращения эпидемий в будущем.

ПРИМЕРЫ ПОМОЩИ КОМПАНИЙ CARLSBERG GROUP В СВЯЗИ С COVID-19 ВО ВСЕМ МИРЕ

🔗 ПРОИЗВОДСТВО ДЕЗИНФИЦИРУЮЩИХ СРЕДСТВ

Хорватия: Произвели 4 тыс. литров дезинфицирующего средства для рук для сотрудников и местного населения

Швейцария: Передали производителям дезинфицирующих средств 336 тыс. литров спирта — побочного продукта нашего производства безалкогольных напитков

Дания: Передали 16 млн литров основы для сидра — для выпуска дезинфицирующего средства



🔗 ПОДДЕРЖКА СФЕРЫ ГОСТЕПРИИМСТВА

Великобритания: Помогли барам и ресторанам продолжить торговлю через платформу Love My Local, предназначенную для бронирования и обслуживания столиков, сбора заказов и доставки

Сингапур: Направили 120 тыс. сингапурских долларов (554,5 тыс. датских крон) на субсидии и рекламные мероприятия для поддержки восстановления работы кафе

Дания: Поддержали сектор гостеприимства, предложив людям после окончания изоляции бесплатное пиво в баре при покупке нашего пива в магазине

🏥 ПОДДЕРЖКА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

Польша: Пожертвовали 300 тыс. злотых (490,9 тыс. датских крон) на поддержку трех больниц

Казахстан: Передали безалкогольные напитки, продуктовые наборы и медицинское оборудование 2 тыс. человек

Украина: Выделили 8 тыс. защитных костюмов и 3 тыс. бутылок безалкогольного кваса «Тарас» медицинским работникам и особо пострадавшим слоям населения

Камбоджа: Направили 40 тыс. бутылок воды и безалкогольных напитков медицинским работникам и малообеспеченным семьям

Китай: Пожертвовали 5 млн юаней (4,7 млн датских крон) на помощь в борьбе с COVID-19

🏡 ПОДДЕРЖКА ОБЩЕСТВА

Греция: Реализовали кампанию «Вместе дома», чтобы напомнить более чем 2 млн человек о том, как важно оставаться дома, и поддержать их в период самоизоляции

Италия: Передали 2 тыс. продовольственных наборов 10 тыс. нуждающихся

Малайзия: Пожертвовали 1,5 млн малазийских ринггитов (2,3 млн датских крон), чтобы помочь безопасно открыться 1 400 школам, которые посещают более 1 млн детей

Россия: Предоставили 100 тыс. литров безалкогольных напитков и 500 тыс. единиц средств индивидуальной защиты медицинскому персоналу, социальным учреждениям и волонтерам

ЦЕЛЬ 4НОЛЯ: ВМЕСТЕ ДЛЯ БУДУЩЕГО

Стратегические цели устойчивого развития компании — это НОЛЬ углеродного следа, НОЛЬ потери воды, НОЛЬ безответственного потребления и НОЛЬ несчастных случаев.

НОЛЬ углеродного следа	9
НОЛЬ потери воды.....	21
НОЛЬ безответственного потребления ...	24
НОЛЬ несчастных случаев.....	28



ВАРИМ ПИВО С ЗАБОТОЙ ОБ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ

Посмотрите наше видео о том, как программа устойчивого развития «Цель 4НОЛЯ: вместе для будущего» помогает нам варить пиво согласно принципам устойчивого бизнеса. Вы увидите, как мы снижаем влияние наших производств на окружающую среду, как мотивируем потребителей наслаждаться пивом ответственно, придерживаясь правила «НОЛЬ безответственного потребления» и заботимся о безопасности наших сотрудников.

НОЛЬ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА

Проблемы изменения климата становятся все более актуальными для многих людей, влияют на наш бизнес и изменяют окружающую среду.

Мы все — власть, бизнес, общество — должны прилагать усилия, чтобы предотвратить худшее развитие событий. Мы уверены в том, что, сокращая углеродный след производства и готовой продукции, вносим вклад в решение глобальных климатических проблем. Наш подход к сокращению CO2 подтвержден экспертизой инициативы Science Based Targets и полностью отвечает научному подходу к уменьшению влияния на климат, заключающемуся в том, чтобы удерживать рост средней общемировой температуры в пределах 1,5°C.

По расчетам Росгидромета, в России средняя годовая температура растет в 2,5 раза быстрее, чем во всем мире. На общемировом уровне меняется режим выпадения осадков, все чаще наблюдаются температурные аномалии и увеличение частоты экстремальных явлений — ураганов, паводков, наводнений, лес-

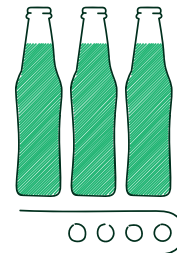
ных пожаров и засух. По предположениям экологов, в течение следующих десяти лет число природных катаклизмов может удвоиться. Изменение климата и рост средней годовой температуры также вызывают таяние ледников и повышение уровня Мирового океана.

В 2020 году Carlsberg Group в числе других мировых компаний поддержала обращение бизнеса к властям, чтобы они, разрабатывая программы выхода из кризиса, вызванного COVID-19, в том числе фокусировались на климатической повестке.

Мы уверенно движемся к нашим целям по увеличению доли возобновляемых источников энергии, отказываемся от использования угля и сокращаем экослед пивоварен,



ПРОГРЕСС «БАЛТИКИ» В ДОСТИЖЕНИИ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В 2020 ГОДУ



7%

снижение экоследа готовой продукции с 2015 года

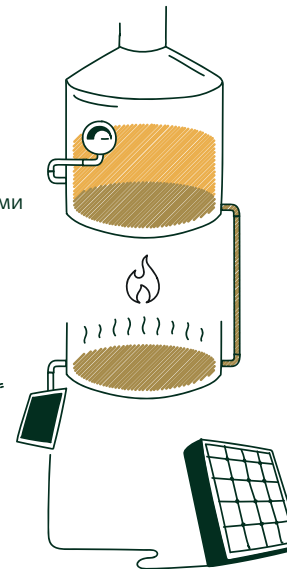


8%

сокращение выбросов CO2 пивоварен с 2015 года

10%

закупки природного газа на пивоварнях с биологическими очистными сооружениями замещены биогазом



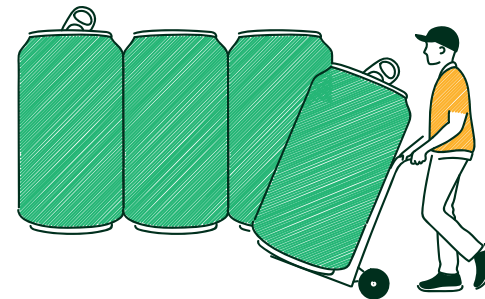
24%

сокращение экоследа от охлаждения пива в торговых точках и барах за счет обновления холодильного оборудования



5%

сокращение экоследа упаковки за счет ее сбора и переработки, снижения веса, оптимизации упаковочных решений, использования вторсырья



с тем чтобы к 2030 году сделать их углеродно-нейтральными. Всего в Carlsberg Group число таких производств в 2019 году достигло восьми. Сокращение углеродного следа производства помогает нам и в снижении выбросов CO₂ при выпуске готовой продукции, которые мы измеряем по всей цепочке «от поля до бокала». Мы ставим перед собой цель сократить углеродный след готовой продукции на 30% к 2030 году по сравнению с уровнем 2015 года. Кроме проведения аудита собственных операций на предмет углеродного следа мы работаем с нашими поставщиками сырья, упаковки, холодильного оборудования, с партнерами по логистике; развиваем ответственное земледелие, внедряем

инновационные упаковочные решения, такие как Snap Pack и Green Fibre Bottle.

В масштабе бизнеса Carlsberg Group климатические изменения уже сейчас оборачиваются реальными рисками для выращивания зерна и обеспечения пивоварен пресной водой. В этом году мы начали сотрудничество с инициативой Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) и внедряем ее рекомендации для оценки климатических рисков. В 2020 году Carlsberg Group также вошла в престижный А-лист международного рейтинга CDP как один из лидеров в реализации корпоративных климатических программ и раскрытии информации о них.

ЗАДАЧИ НА 2030 год

НОЛЬ
ВЫБРОСОВ УГЛЕРОДА
НА НАШИХ
ПИВОВАРНЯХ

НА **30%**
УМЕНЬШИТЬ
УГЛЕРОДНЫЙ СЛЕД
ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ

ЗАДАЧИ НА 2022 год

НА **50%**
СОКРАТИТЬ
ВЫБРОСЫ УГЛЕРОДА
НА ПИВОВАРНЯХ

100%
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ,
ПОЛУЧЕННОЙ
ИЗ ВОЗОБНОВЛЯЕМЫХ
ИСТОЧНИКОВ
НА ПИВОВАРНЯХ

100%
ОХЛАЖДЕНИЕ ПРОДУКЦИИ
С МИНИМАЛЬНЫМ ВОЗДЕЙ-
СТВИЕМ НА КЛИМАТ

НОЛЬ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ УГЛЯ
НА ПИВОВАРНЯХ

НА **15%**
СОКРАТИТЬ УГЛЕРОДНЫЙ
СЛЕД ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ

НОЛЬ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА: ЧТО МЫ ИМЕЕМ В ВИДУ

СОКРАЩЕНИЕ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА ПИВОВАРЕН

Carlsberg Group поставила перед собой цель обеспечить углеродную нейтральность предприятий. К 2030 такими станут 88 заводов, включая пивоварни и солодовни. Чтобы решить эту задачу и при этом сохранить эффективность производства, мы намерены вдвое снизить эмиссию CO₂ на гектолитр продукции на 86 площадках, включая пивоварни и производство безалкогольных напитков и воды (исключая солодовни на период с 2015 до 2022 года). Обе цели включают сферы охвата выбросов парниковых газов Scope 1 и Scope 2, определенных международным Протоколом о парниковых газах. В них не входит эмиссия от арендованного транспорта и дистрибуции, которые учитываются в целях по сокращению выбросов углекислого газа готовой продукции.

СОКРАЩЕНИЕ ВЫБРОСОВ УГЛЕКИСЛОГО ГАЗА ПРИ ПРОИЗВОДСТВЕ ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ

Мы ставим перед собой цель сократить углеродный след продукции по всей цепочке «от поля до бокала» на 15% к 2022 году и на 30% — к 2030 году. Эта цель учитывает Score 1, 2 и 3 — агро-программу и солодовни, производство пива, упаковку, дистрибуцию и продажу продукции в торговых точках, а также сбор и утилизацию отходов упаковки. Мы уже наблюдаем последствия изменения климата, но примерно 86% углеродного следа, связанного с нашей деятельностью, лежит вне сферы нашей прямой ответственности. Потепление будет и далее усугублять деградацию земельных ресурсов; увеличится продолжительность периода жаркой, сухой погоды, а интенсивность дождей возрастет.

читайте подробнее на стр 39



КЕЙС

РАЗВИВАЕМ ОТВЕТСТВЕННОЕ ЗЕМЛЕДЕЛИЕ

На сельское хозяйство и соложение приходится 18 % углеродного следа нашего пива по всей цепочке «от поля до бокала». Выбросы углекислого газа происходят в результате обработки почв, внесения удобрений, использования сельскохозяйственной техники, доставки зерна, приготовления солода.

Для контроля качества ячменя на всех этапах его выращивания — от посадки семян до уборки урожая — в 2005 году Carlsberg Group запустила в России собственную агропро-

грамму. Сейчас в нее входят около 60 фермерских хозяйств в 13 регионах России. Выращивая пивоваренный ячмень, мы в том числе ставим перед собой задачу способствовать сохранению природных ресурсов. В этом нам очень помогает сотрудничество с сельхозпроизводителями и исследовательская работа. «Балтика» проводит анализ образцов в собственной почвенной лаборатории и помогает фермерам контролировать количество вносимых удобрений. На опытной станции в Тульской области мы

тестируем новые технологии и удобрения и вместе с фермерами выбираем наиболее эффективные и безопасные. Кроме того, мы все успешнее убеждаем наших партнеров-фермеров отказаться от классических технологий обработки почвы в пользу таких минимальных или даже нулевых методов обработки, как культивация вместо вспашки или технология no-till, когда ячмень высеивают между рядами прошлогодней культуры (так делают наши поставщики-фермеры в Липецкой области).

Это эффективно и выгодно как с точки зрения экономики, так и для снижения углеродного следа. В 2020 году мы запустили спутниковый мониторинг полей для контроля их экологического состояния. Получая данные в 9–10 спектральных диапазонах, мы можем видеть, насколько интенсивно происходит процесс фотосинтеза, и оценивать, выделяется ли больше кислорода и меньше углекислого газа. На выбросы углекислого газа в сельском хозяйстве существенно влияет транспортная

составляющая. Поэтому мы организуем агропроизводства рядом с нашими заводами. В прошлом году мы засеяли ячменем 2 тыс. га в Ярославской и Ивановской областях и получили 8 тыс. тонн местного пивоваренного сырья, сократив логистический путь на 600–700 км. Благодаря предпринятым мерам и сотрудничеству с фермерами в 2020 году мы смогли на 30 % увеличить урожайность пивоваренного ячменя и снизить углеродный след агропрограммы на 10,8 % по сравнению с 2015 годом.



СНИЖАЕМ УГЛЕРОДНЫЙ СЛЕД ПИВОВАРЕН

«Балтика» стремится снизить углеродный след своих пивоварен, повышая энергоэффективность производства и применяя возобновляемые источники энергии (ВИЭ) на предприятиях.

Сокращая потери и расход энергоресурсов, мы следуем международным стандартам экологического менеджмента ISO 14001:2015 и энергоменеджмента ISO 50001. Все производства «Балтики» в 2020 году подтвердили соответствие

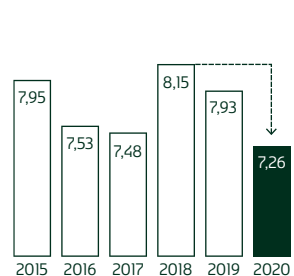
ISO 50001. Среди мероприятий, которые позволили повысить энергоэффективность пивоварен за этот период, — изменение температурных режимов CIP (clean-in-place, промывка пивоваренного оборудования между сменой выпускаемых сортов), унификация режимов работы пастеризаторов и другие.

С 2015 года мы снизили удельное потребление электричества на 10 % и сохранили на уровне 22,9 кВт/г/л расход теплоресурсов, на 10 % заместив их «зеленым» топливом.

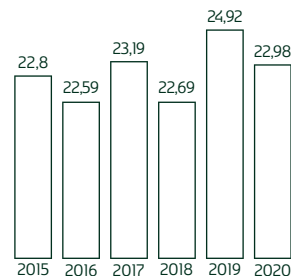
Уровень развития рынка ВИЭ в России пока не позволяет компании развернуть широкомащтабное производство «зеленой» энергии или закупать ее в нужных объемах у поставщиков. Мы приветствуем развитие финансовых механизмов и инфраструктуры рынка ВИЭ в России и заинтересованы в увеличении генерации «зеленой» энергии, использовании технологий и оборудования для ее производства, росте предложения и конкуренции.

На данный момент компания использует возможности

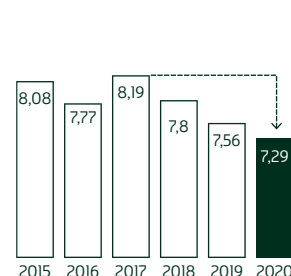
УДЕЛЬНАЯ ЭМИССИЯ CO2 ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ПЛОЩАДКАМИ «БАЛТИКИ»
(кг/г/л)



УДЕЛЬНОЕ ТЕПЛОПОТРЕБЛЕНИЕ ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ПЛОЩАДКАМИ «БАЛТИКИ»
(кВт/г/л)



УДЕЛЬНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ЭЛЕКТРИЧЕСТВА ПРОИЗВОДСТВЕННЫМИ ПЛОЩАДКАМИ «БАЛТИКИ»
(кВт/г/л)



ПРОДАЕМ ИЗЛИШКИ CO2

Пиво — напиток естественного брожения. После варки ячменное сусло, основа для будущего пива, направляется в бродильные танки, куда подаются пивные дрожжи. Брожение может длиться 2–3 недели. За время основного брожения, которое занимает около недели, дрожжи, поглощая сахара сусла и вырабатывая алкоголь и углекислый газ, формируют «тело пива», его ароматический профиль и вкус. В процессе дозревания (второй половины срока в бродильном танке) пиво насыщается углекислотой, стабилизируется.

Излишки CO2 при этом не выбрасываются в атмосферу, а собираются и продаются. Одна пивоварня компании «Балтика» в среднем реализует до 100 тонн CO2 в год. Покупателями являются производители безалкогольных напитков, в частности лимонадов.



собственной энергетической инфраструктуры, увеличивая долю доступных альтернативных энергоресурсов внутри заводов. Мы применяем технологии драйкулинга и фрикулинга (в холодное время года хладагент охлаждается в специальном теплообменнике — драйкулере) для охлаждения продукции в процессе производства на пяти площадках, а также инвестировали 400 тыс. рублей в монтаж установки в Туле. Пусконаладочные работы и тестирование установки были завершены в декабре 2020 года. Использование холодного атмосферного воздуха с отрицательной

температурой позволило отключать энергоемкие компрессоры холодильной станции завода.

«Балтика» успешно использует биогаз с биологических очистных сооружений (БОС) своих заводов. Подобные комплексы работают на семи пивоварнях компании. Запуск БОС в Санкт-Петербурге и Ростове-на-Дону позволил увеличить объем использования биогаза; сейчас на его долю в среднем приходится 10 % от общего объема потребленного газа.

Кроме расширения инфраструктуры БОС увеличению генерации «зеленого» топлива способствует и повышение эффективности существующих установок. В 2020 году на БОС пивоваренных заводов «Балтики» в Туле и Ярославле началась модернизация метантенков — устройств для анаэробного брожения жидких органических отходов с получением метана. Инвестиции в проект составили около 50 млн рублей. По завершении проектов у пивоварен появится возможность получать почти в два раза больше биогаза на один кубометр стоков — до 10 тыс. кубометров в сутки.

Ожидается, что доля биогаза в общем объеме потребления котельных предприятий вырастет до 15 %, что позволит пропорционально сократить объем используемого природного газа. Принятые меры позволили «Балтике» сократить выбросы CO₂ пивоварнями с 2015 года на 8 %, что эквивалентно сокращению выбросов углекислого газа от 13 тыс. автомобилей в год¹.

¹При расчете использовались следующие значения: эмиссия углекислого газа легковым автомобилем в год при среднем пробеге 20 тыс. км составляет 2,6 т CO₂ (130 г CO₂/км).



СНИЖАЕМ ЭКОСЛЕД ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ

Говоря о снижении воздействия на окружающую среду, мы смотрим далеко за пределы своих пивоварен. Мы оцениваем влияние наших продуктов по всей цепочке их жизненного цикла — «от поля до бокала»: начиная с выращивания экологически чистого пивоваренного ячменя и развития ответственного земледелия и заканчивая «озеленением» нашей логистики и парка холодильного оборудования

в торговых точках и барах, сбором и утилизацией отходов упаковки.

Carlsberg Group проводит полные исследования эмиссии углекислого газа по всей цепочке поставок каждые 3 года, используя рекомендации международных климатических протоколов и привлекая ведущих мировых экспертов, таких как фонд Carbon Trust. Последнее исследование проводилось

в 2020 году — на основе данных 2019 года. Мы проанализировали данные об углеродном следе наших поставщиков энергоресурсов, сырья, материалов и упаковки, а также логистических партнеров, чтобы измерить общий экослед, который мы создаем по всему жизненному циклу пива.

Согласно данным исследования, наша общая эмиссия углекислого газа «от поля

до бокала» сократилась на 6,8%. 1 гектолитр пива «Балтики» в 2019 году генерировал 63,5 кг CO₂ (по сравнению с 68,1 кг/гЛ в 2015 году). Таким образом, мы прошли почти половину пути к выполнению нашей цели 2022 года — сокращению экоследа готовой продукции на 15%. Чтобы выполнить цель полностью, мы планируем усилить кооперацию с нашими поставщиками по всей цепочке поставок.

ОБЪЕДИНЯЕМ УСИЛИЯ С ПОСТАВЩИКАМИ УПАКОВКИ

На упаковку приходится 38 % всего углеродного следа нашей продукции, и мы уделяем большое внимание его сокращению. «Балтика» выпускает пиво и напитки в самых популярных типах тары — ПЭТ, алюминиевой банке и стеклянной бутылке; мы также используем пленку и картон для упаковки продукции и доставки в торговые точки.

На экослед каждого вида упаковки влияет ресурсоемкость ее производства, объем использования, возможность переработки и повторного применения восстановленных материалов.

Согласно исследованиям Carbon Trust, наименьший экослед имеет ПЭТ-упаковка: в ней продается больше всего пива, которое выпускает «Балтика». Алюминий и стекло проигрывают самому популярному типу пивной тары по объемам природных ресурсов, необходимых для их выпуска, а также по энергоемкости их производства. Помимо этого относительно низкий экослед ПЭТ-упаковки «Балтики» обусловлен отлаженным процессом ее рециклинга. По итогам 2020 года компания обеспечила сбор и переработку более 50 % объема выпускаемой пластиковой тары.



2019

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

18%

СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО И СОЛОЖЕНИЕ

Получение ингредиентов пива, таких как ячмень пшеница, рис, а также соложение

18%

ПИВОВАРЕНИЕ

Производство продукции, включая использование хладагентов

38%

УПАКОВКА

Производство и использование упаковочных материалов

16%

ЛОГИСТИКА

Дистрибуция готовой продукции

9%

ОХЛАЖДЕНИЕ

Охлаждение продукции в торговых точках

«Балтика» также расширила возможности переработки ПЭТ-кег, исключив барьерную добавку в упаковке поставщика «Европласт» и обеспечив возможность их рециклинга. По расчетам Carbon Trust, увеличение объема сбора и переработки упаковки на 10 % дает в общей сложности около 2 % сокращения экоследа ПЭТ-тары.

Экослед алюминиевой банки и стеклянной бутылки во многом зависит от уровня развития производства наших поставщиков. В партнерстве с ними мы реализовали проекты по снижению веса тары, сократив

расход упаковочных материалов на 4500 т (3300 т стекла и 1150 т алюминия) в год.

Мы объединяем усилия с поставщиками упаковки в рамках наших программ устойчивого развития. Например, компания поддерживает использование вторичного сырья в производстве упаковки и модернизацию оборудования стекольных заводов. Опираясь на долгосрочный контракт с «Балтикой», в 2020 году Чагодощенский стекольный завод осуществил ремонт печей для выплавки бутылок. По нашим оценкам, такая модер-

низация снизит выбросы углекислого газа при производстве стеклянных бутылок на 10–15 %.

В рамках проекта «Принеси пользу своему городу» мы нацеливаем партнеров по сбору алюминия и стеклобоя на поставку собранного вторсырья нашим поставщикам тары, предоставляем им вагоны для транспортировки стекла. По данным наших поставщиков, в производстве алюминиевых банок и стеклянных бутылок для «Балтики» используется 30 % и 20 % вторичного сырья соответственно.



РАЗВИВАЕМ ЭКОПРИВЫЧКИ

«Балтика» совместно с поставщиком алюминиевых банок Ball реализовала проект по сбору упаковки на Санкт-Петербургском полумарафоне «Белые ночи».

Сотрудничая с Ball по снижению экоследа от алюминиевых банок пива и реализуя инициативы по уменьшению их веса и увеличению доли вторичных материалов в упаковке, мы также объединили усилия по развитию экопросветительских проектов.

«Балтика 0» давно принимает участие в организации спортивных забегов и, по международной традиции таких соревнований, на финише марафонцев встречают банкой безалкогольного пива. В прошлом году компания вместе с Ball помогла сделать более экологичным Санкт-Петербургский полумарафон, партнером которого является уже много лет. Спортсмены и болельщики могли оставить пустые банки из-под безалкогольной

«Балтики» в специальных контейнерах, установленных в зоне старта и финиша, а также отдать их волонтерам. Сбор банок на переработку в рамках марафона обеспечил партнер проекта «Балтики» по рециклингу отходов упаковки в Санкт-Петербурге — ГК «Созвездие». Тренд на экологичность наблюдается на всех мировых марафонах. Алюминиевая банка — самая подходящая упаковка для напитков на мероприятиях; важно и то, что

ее можно сдать и переработать, причем бесконечное количество раз, без потери свойств и качества алюминия, используя его как вторичное сырье. Уже через 60 дней переработанная алюминиевая банка может вновь появиться на полке магазина, пройдя стадии переплавки, производства и розлива продукта. Именно поэтому так важно развивать культуру сбора вторсырья и прививать потребителям привычку возвращать упаковку на переработку.

РАЗВИВАЕМ СБОР И ПЕРЕРАБОТКУ УПАКОВКИ

В 2020 году мы обеспечили сбор и переработку 158 тыс. тонн ПЭТ, алюминия, стекла и макулатуры — почти 50% от всего объема выпущенной «Балтикой» упаковки в 2020 году, приблизившись к нашей цели — до 2022 года обеспечить рециклинг не менее половины тары в ее эквиваленте.

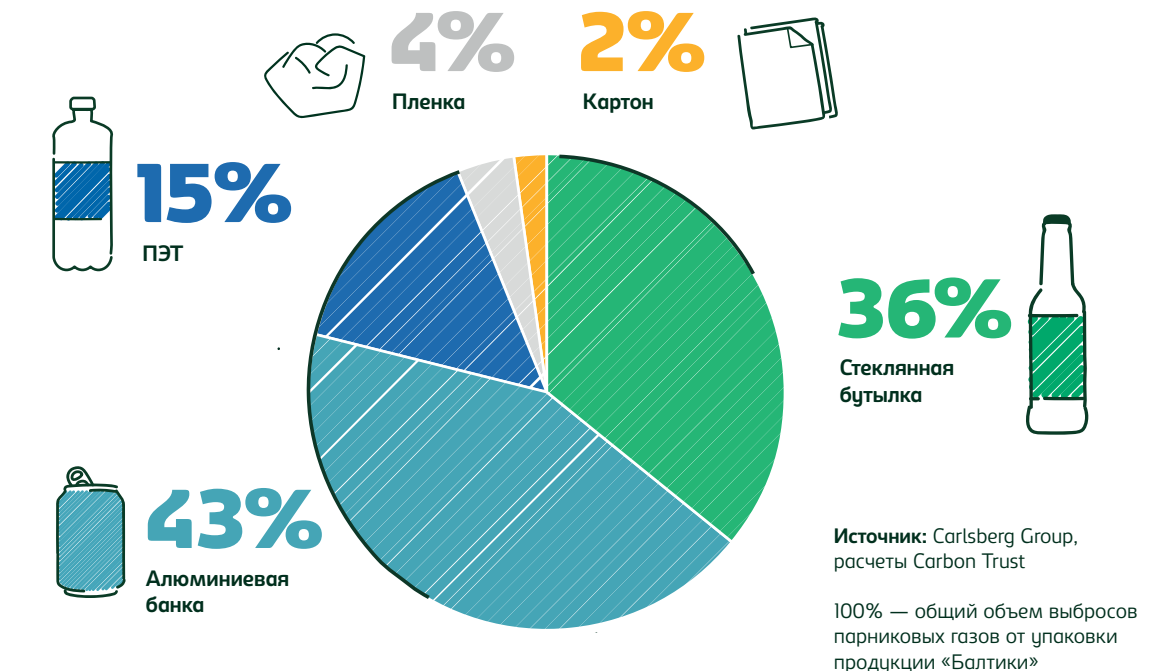
Мы самостоятельно реализуем принцип расширенной ответственности производителя (РОП), сотрудничая с 59 операторами по сбору и переработке ПЭТ, алюминия, стекла и картона в 48 городах России в рамках проекта «Принеси пользу своему городу».

С 2013 года в рамках этого проекта «Балтикой» и партнерами было установлено более 10 тыс. контейнеров и площадок для раздельного сбора мусора, и мы поддерживаем инфраструктуру на этом уровне, способствуя достижению национальных целей в области экологии — развитию системы раздельного сбора (PCO) и сокращению объема отходов,

отправляемых на полигоны. В 2020 году мы пополнили парк на 190 контейнеров, открыли приемные пункты проекта в Ярославле и Туле, помогли в открытии волонтерского пункта сбора в Хабаровске, продолжили реализацию пилотного проекта по установке фандоматов в торговой сети «ВкусВилл» совместно с российским производителем Esoplatform.

Мы уделяем особое внимание развитию культуры раздельного сбора отходов и благодарны нашим потребителям, которые возвращают упаковку на переработку. Чтобы способствовать доступности инфраструктуры PCO, мы передали данные адресов контейнеров нашего проекта администраторам карт RecycleMap и +Город. Мы обновляем информацию о них для волонтеров по итогам аудита нашего парка, развиваем совместные экопросветительские проекты с поставщиками упаковки — как, например, с поставщиком алюминиевой банки Ball.

ВЫБРОСЫ CO2 ПО ВИДАМ УПАКОВКИ «БАЛТИКИ»



ДОСТАВЛЯЕМ ПИВО ЭКОЛОГИЧНО

На логистику приходится 16% общего экоследа нашей продукции. Мы доставляем наше пиво в 90% торговых точек России, а также отправляем продукцию компании в 75 стран мира, и стремимся делать это более экологично. Мы используем разные виды транспорта, модернизируем автопарк, оптимизируем маршруты доставки, развиваем культуру вождения и объединяем усилия с нашими партнерами и другими участниками FMCG-рынка, чтобы повысить эффективность логистических операций и снизить углеродный след транспорта.

150 грузовых автомобилей собственного автопарка компании осуществляют более 20% рейсов по доставке нашей продукции. «Балтика» также располагает парком из более чем 1 600 легковых автомобилей и почти 300 вилочных погрузчиков. Их суммарный экослед оценивается примерно в 12 кг CO₂ на 1 гектолитр нашей продукции. Фокус на экологию позволяет нам не только сокращать углеродный след транспорта, но и находить новые экономические решения для повышения эффективности доставки.

Компания ищет оптимальные решения, управляя географией производства, обеспечивая оперативность поставок сырья и материалов и выбирая максимально короткий путь продукции до торговой полки. Ориентируясь на вкусы региональных потребителей и локализуя производство популярных напитков, мы сокращаем плечо доставки — это и расход топлива, и пробег транспорта. Например, в прошлом году мы расширили производство наших безалкогольных продуктов: оборудование для выпуска напитка Flash Up было установлено в Хабаровске и Самаре.

IT-решения, системы WMS (управление складом) и Yard Management (управление транспортом на территории складского комплекса) увеличивают скорость погрузки и сокращают простой транспорта на складах пивоварен. Используемое «Балтикой» приложение «Яндекс. Маршрутизация» позволяет оптимизировать количество и продолжительность рейсов, оперативно анализировать дорожную ситуацию и избегать вынужденных простоев. Кроме

того, мы разрабатываем программу прямого автоматизированного обмена информацией по заявкам на перевозку между нашей внутренней логистической системой и системами перевозчиков или других FMCG-компаний. Это позволит автоматизировать формирование маршрутов с обратной загрузкой транспорта и тем самым сократить расходы за счет минимизации порожнего пробега.

Экологичное использование транспорта предполагает особую культуру вождения. «Балтика» совместно со Scania провела обучение своих водителей принципам экономичного вождения. Правильный выбор передачи двигателя, контроль холостого хода, сокращение случаев экстренного торможения позволили снизить расход топлива корпоративного автопарка на 10%.

Мы оптимизируем использование разных видов транспорта, отгружая нашу продукцию на расстояния более 1 000 км железнодорожным транспортом и используя, где это возможно, морские и речные перевозки. Собственный подвижной состав

ПЕРЕВОДИМ АУТОПАРК НА МЕТАН

Мы запустили пилотный проект по переводу части автомобилей на метан. Это позволит нам на 38% сократить топливные расходы переоборудованных машин. Сейчас компания тестирует три автопоезда на метане — для дивизионов «Юг», «Москва-Центр» и для Санкт-Петербурга. В Санкт-Петербурге с прошлого года реализуется проект по переоборудованию двух большегрузных тягачей и двух малотоннажных развозных грузовиков на газомоторное топливо. Этот опыт может быть использован в других дивизионах по мере расширения сети метановых АЗС. Использование метана в качестве топлива экологично и безопасно. Во-первых, оно позволяет на 56% сократить выбросы азота, а также исключает загрязнение воздуха серой. Во-вторых, этот природный газ легче воздуха и в случае разгерметизации оборудования улетучивается. Поэтому, согласно классификации МЧС, метан является более безопасным видом горючего, чем бензин, дизтопливо или пропан. Автомобили на газе дают положительный эффект и с экономической точки зрения, позволяя сократить топливные расходы.

«Балтики» насчитывает 1 500 вагонов, которые используются для доставки сырья и отправки готовой продукции. В среднем за год наш железнодорожный транспорт совершает около 10 тыс. рейсов по перевозке продукции. С 2018 года «Балтика» в период сезонного снижения продаж осенью и зимой предоставляет свои вагоны в аренду другим компаниям. Это обеспечивает равномерную загрузку подвижного состава в течение года и снижает долю порожнего пробега. Наибольший объем отгрузок по железной дороге в 2020 году обеспечили филиалы компании в Новосибирске и Самаре (2,9 и 2,3 тыс. соответственно), а среднее плечо доставки продукции по железной дороге в 2020 году составило 1 800–2 500 км.

Мы также отправляем пиво в контейнерах водным транспортом. Например, продукция «Балтики» идет по Северному морскому пути в Норильск через Мурманск и по Охотскому морю из Хабаровска в Магадан, Петропавловск-Камчатский, на Сахалин. Годовой объем наших морских перевозок внутри страны составляет примерно 650 контейнеров.

ОБНОВЛЯЕМ СКЛАДСКОЙ АВТОПАРК ЭЛЕКТРО- ПОГРУЗЧИКАМИ

Мы также запустили пилотный проект по использованию вилочных электрических погрузчиков на складах готовой продукции и тары. Новые погрузчики постепенно заменяют пропановые агрегаты (их сейчас в парке более 200). Перевод автопарка на электричество позволит существенно сократить экослед логистических операций внутри пивоварен.

Первые 14 электрических погрузчиков Toyota поступили на склады заводов компании в Новосибирске, Самаре, Туле и Хабаровске. Эти машины не выбрасывают CO₂, в отличие от транспорта на углеводородном топливе. Сокращение углеродного следа при использовании электропогрузчиков составляет более 10 л CO₂ за час работы. В отличие от машин предыдущего поколения, работающих на щелочных или кислотных аккумуляторах, закупленные «Балтикой» погрузчики оснащены литий-ионными аккумуляторами. Эти батареи безопасны в эксплуатации, не требуют специальных условий для подзарядки, пригодны для переработки и служат не менее 5 лет.

Новые электропогрузчики дают и ощутимый экономический эффект: за час работы каж-



дый из них экономит компании до 80 рублей. Кроме этого, на электропогрузчики предустановлены программы, позволяющие регулировать скорость движения (на складах «Балтики») она ограничена

12 км/ч) и обеспечивать безопасность операций. По итогам тестовой работы будет принято решение о дальнейшем пополнении складского автопарка экологичными электропогрузчиками.



ОХЛАЖДАЕМ ПИВО С ЗАБОТОЙ ОБ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ

Только охлажденное пиво раскрывает всю палитру своего вкуса и аромата. Мы бережно сохраняем качество нашей продукции и охлаждаем ее до оптимальной температуры в торговых точках, барах и ресторанах, в которые мы поставляем холодильное оборудование. В общем экоследе «Балтики» на него приходится 9% всей эмиссии CO₂. Мы ставим перед собой задачу обеспечить соответствие 100% парка наших

холодильников требованиям «зеленых» стандартов.

По состоянию на 2020 год мы обновили 30% парка холодильников, снизив экослед от охлаждения наших напитков на 24%. Мы покупаем только «зеленое» оборудование в рамках расширения и обновления парка, а также модернизируем и переоборудуем имеющиеся холодильники. «Балтика» согласует свои цели по сокра-

щению экоследа с производителями холодильного оборудования и уделяет особое внимание выполнению ими обязательств в области устойчивого развития. Эта работа проходит в рамках корпоративных программ при выборе поставщиков.

В «зеленом» холодильном оборудовании «Балтики» в качестве хладагента используется пропан (вместо фреона), применяется LED-освещение, технология контроля

энергопотребления EMS, «умные» контроллеры и компрессоры, позволяющие выбирать оптимальный режим работы в зависимости от интенсивности использования. К 2022 году мы планируем повысить долю «зеленых» холодильников в торговых точках до 35% и увеличить количество экологических охладителей разливного пива в барах и ресторанах до 60%.

НОЛЬ ПОТЕРИ ВОДЫ

Вода — важнейший ресурс для нашего бизнеса. Она является ключевым ингредиентом продукции, без нее не вырастет пивоваренный ячмень и хмель, не будет обеспечена чистота оборудования и работа линий наших производств. Изменение климата и связанный с ним дефицит пресной воды не только влияют на жизнь людей по всему миру, но и оборачиваются существенными рисками для наших производств в Индии, Вьетнаме и Китае. С недостатком воды сталкиваются 17 пивоварен Carlsberg Group в Азии.

Россия — одна из наиболее обеспеченных пресной водой стран мира. По этому показателю мы находимся на втором месте после Бразилии. В целом по России на каждого жителя приходится 30,8 тыс. куб. м пресной воды в год.

Индустрии, подобные пивоваренной, играют большую роль в сбережении водных ресурсов, где бы они ни вели свой бизнес.

Поэтому одна из глобальных целей устойчивого развития Carlsberg — это **НОЛЬ** потери воды. К 2030 году мы намерены наполовину сократить водопотребление в расчёте на гектолитр продукции. Мы также продолжим развивать партнерства для защиты водных ресурсов.

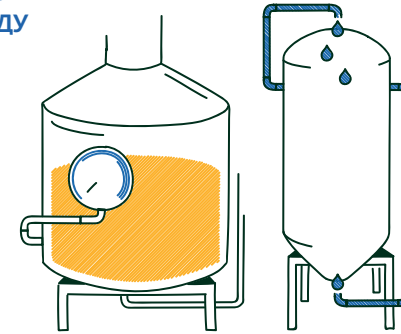
В 2020 году мы провели оценку рисков, связанных с дефицитом воды, для наших пивоварен по методике Всемирного фонда дикой природы (WWF). Полученные результаты Carlsberg положил в основу партнерских проектов по защите водных ресурсов в регионах, где работают наши производства. Группа раскрыла информацию об оценке рисков, связанных с обеспеченностью бизнеса водой, и получила высший уровень А рейтинга международного проекта CDP.



ПРОГРЕСС «БАЛТИКИ» В ДОСТИЖЕНИИ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В 2020 ГОДУ

9%

сокращение водопотребления с 2015 года

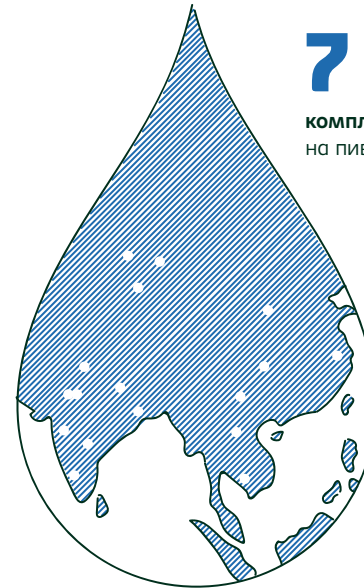


2,41 гл

воды требуется пивоварням компании для производства 1 гл пива

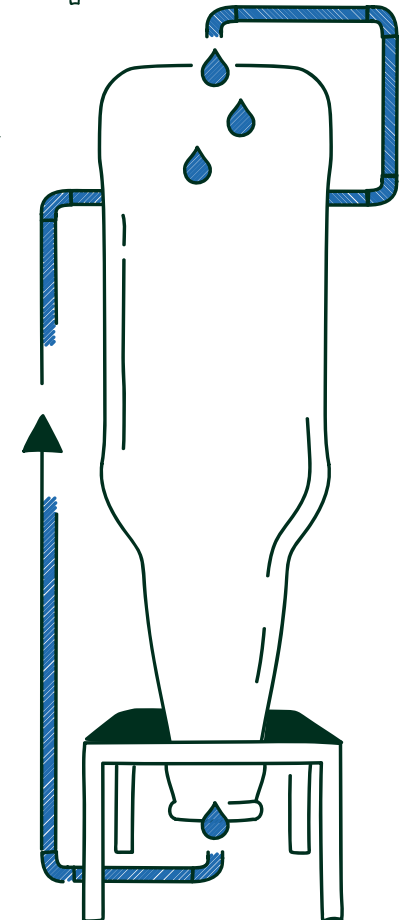
7

комплексов БОС работают на пивоварнях «Балтики»



1,6 млрд руб.

инвестировала компания в строительство БОС в Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону и Новосибирске с 2017 года

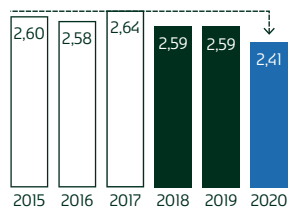


Пивоварни «Балтики» не находятся в зоне риска и не испытывают недостатка в воде. Но мы уверены, что, являясь ответственными пользователями природных ресурсов, мы должны бережно расходовать воду, способствовать ее сохранению во всех регионах, где находятся наши производства.

На семи наших заводах построены современные биологические очистные сооружения (БОС). Это высокотехнологичные комплексы по многоступенчатой очистке сточных вод перед их передачей в коммунальную инфраструктуру. Наши очистные сооружения спроектированы с учетом специфики пивоваренного производства, в стоках которого много органических соединений (их источником является зерно, используемое при варке пива), — в них задействованы биологические системы очистки.

С 2015 года «Балтика» на 9% снизила удельный расход воды, сократив потери и увеличив эффективность технологических процессов. Для производства 1 гектолитра пива компания расходует 2,41 гектолитра воды вместо 2,60 гектолитра в 2015 году. Экономия достигнута за счет реализации мероприятий по снижению потребления и уменьшению потерь — таких как рециклинг воды (когда, например, вода от ополаскивания банки используется для подпитки тоннельных пастеризаторов), доочистка стоков для использования в технических нуждах (например, в заводской котельной), сокращение количества CIP (clean-in-place, промывка пивоваренного оборудования между сменой выпускаемых сортов) за счет разработки и внедрения последовательности перехода от одного сорта к другому, рекуперация, использование пара и другие технические и инженерные решения.

УДЕЛЬНОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ ВОДЫ ПИВОВАРНЯМИ «БАЛТИКИ»,
г/л воды / г/л пива



**ЦЕЛИ
НА 2022 ГОД:**

25%

СОКРАЩЕНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ ВОДЫ ПИВОВАРНЯМИ ГРУППЫ

РАССМОТРЕТЬ ВОЗМОЖНОСТЬ УМЕНЬШЕНИЯ ВОДОПОТРЕБЛЕНИЯ ДО УРОВНЯ МЕНЕЕ 2 ГЕКТОЛИТРОВ ВОДЫ НА 1 ГЕКТОЛИТР ВЫПУСКАЕМОГО ПИВА В РЕГИОНАХ С ДЕФИЦИТОМ ПРЕСНОЙ ВОДЫ

РАЗВИТИЕ ПАРТНЕРСТВ ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ В РЕГИОНАХ ВЫСОКОГО РИСКА НЕДОСТАТКА ВОДНЫХ РЕСУРСОВ

**ЦЕЛИ
НА 2030 ГОД:**

50%

СОКРАЩЕНИЕ ПОТРЕБЛЕНИЯ ВОДЫ ПИВОВАРНЯМИ ГРУППЫ

ПАРТНЕРСТВА ДЛЯ СОХРАНЕНИЯ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ В РЕГИОНАХ, ИСПЫТЫВАЮЩИХ ДЕФИЦИТ ПРЕСНОЙ ВОДЫ

НОЛЬ ПОТЕРИ ВОДЫ: ЧТО МЫ ИМЕЕМ В ВИДУ

Мы стремимся исключить потери в производственных операциях и сокращаем расход воды на пивоварнях. Мы ведем подсчет общего потребления водных ресурсов на производстве, в офисах и на складах. Мы ставим перед собой задачу сократить общее удельное водопотребление по группе на 25% к 2022 году и на 50% — к 2030 году по сравнению с 2015 годом (с 3,4 гектолитров воды на 1 гектолитр выпускаемых напитков). В регионах, испытывающих дефицит водных ресурсов, мы развиваем партнерства для сохранения пресной воды для местных сообществ.



КЕЙС

ОЧИСТКА ВОДЫ И ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПИВОВАРЕН «ЗЕЛЕНЫМ» ТОПЛИВОМ

«Балтика» открыла новые биологические очистные сооружения в Санкт-Петербурге и Ростове-на-Дону. Современные БОС помогут компании в сбережении водных ресурсов и обеспечат пивоварни «зеленым» топливом.

Строительство БОС началось в 2017 году: «Балтика» инвестировала более 1,6 млрд руб-

лей в современные комплексы очистки производственных стоков в Санкт-Петербурге, Ростове-на-Дону и Новосибирске. Новосибирский комплекс был открыт в 2019 году, БОС на двух остальных площадках введены в эксплуатацию в начале 2021 года. Проектная мощность сооружений позволяет обеспечить очистку 4,6 тыс. кубометров

стоков в сутки перед их передачей в коммунальную инфраструктуру. Очистные сооружения дополнили экологическую инфраструктуру компании: аналогичные комплексы уже работают на заводах «Балтики» в Самаре, Туле, Ярославле и Хабаровске.

Очистные сооружения «Балтики» — уникальные комп-

лексы по многоступенчатой очистке сточных вод пивоваренного производства. Так как в производстве пива используется зерно и хмель, то в стоках преобладает органика, поэтому в БОС используется биологическая очистка. Стоки становятся однотипными, они подаются в метантенки — емкости, в которых бактерии (анаэробный активный

ил) расщепляют их и перерабатывают. Одним из продуктов жизнедеятельности бактерий является биогаз, он направляется в котельные пивоварен. Такое «зеленое топливо» позволяет пивоварням экономить до 10% закупок природного газа.

“ Вода — важнейший ингредиент пива. Не случайно исторически пивоварни строились рядом с реками и родниками. Мы уделяем особое внимание качеству воды, которую используем для варки пива, и стремимся к бережному расходованию и сбережению водных ресурсов во всех регионах нашего присутствия. Строительство очистных сооружений стало одним из самых крупных инвестиционных проектов компании за последние пять лет, но мы понимаем, что это необходимые инвестиции в будущее нашего бизнеса и в экологию регионов, где находятся наши заводы.

Роман Головня, старший директор по техническому развитию и управлению активами региона Центральная и Восточная Европа Carlsberg Group



НОЛЬ БЕЗОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

Пиво — напиток социальный. Миллионы потребителей по всему миру разделяют с ним лучшие моменты жизни. В каждой кружке нашего пива — труд пивоваров и всей команды «Балтики». Нам важно, чтобы нашим продуктом люди наслаждались — и делали это ответственно. Мы предоставляем покупателям широкий выбор напитков и уверены, что умеренное потребление пива может быть частью здорового образа жизни.

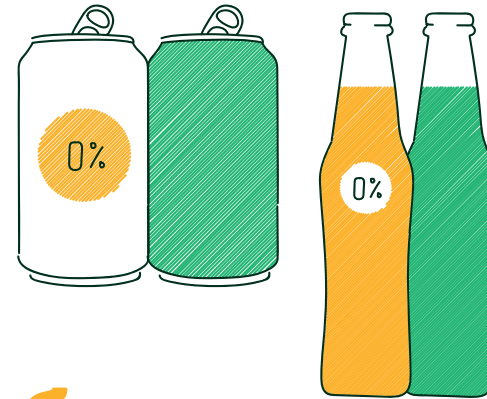
Всемирная организация здравоохранения отмечает, что культура потребления алкоголя постепенно улучшается, снижается количество злоупотреблений спиртным. Пандемия COVID-19 еще больше сконцентрировала внимание людей на здоровье и безопасности. Однако многие аспекты потребления алкоголя по-прежнему нуждаются в улучшении — к примеру, ответственный подход не допускает потребление спиртного несовершеннолетними и нетрезвое вождение.

Чтобы способствовать развитию культуры потребления алкоголя, мы поставили перед собой задачу «НОЛЬ безответственного потребления» и следуем ей на всех рынках присутствия Carlsberg Group.

Конечно, потребители сами выбирают, когда и как употребляют алкоголь, но мы считаем своей важной задачей предоставлять им возможность осознанного выбора и мотивировать их ответственно наслаждаться пивом. Мы не фокусируем наши маркетинговые коммуникации на несовершеннолетней аудитории; на упаковке нашего пива мы сообщаем о необходимости его ответственного потребления; мы предоставляем полную информацию об ингредиентах напитка на этикетках и онлайн.

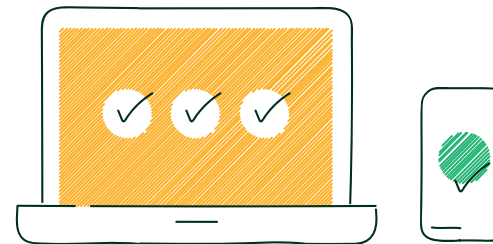


ПРОГРЕСС «БАЛТИКИ» В ДОСТИЖЕНИИ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В 2020 ГОДУ



**более
195 млн**

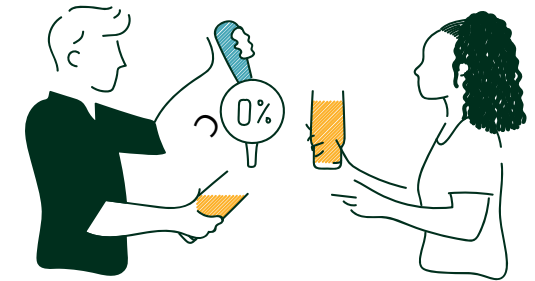
рублей инвестировала «Балтика» в развитие производства безалкогольного пива



75%

торговых точек, которые продают наш алкоголь, предлагают безалкогольное пиво «Балтики»

* по данным Nielsen за 2020 год.



46,7%*

продаж всего безалкогольного пива в России приходится на бренды безалкогольного пива «Балтики»



**более
15,5 млн**

человек охвачены в 2020 году коммуникациями по ответственному потреблению, инициированными «Балтикой»

100 % нашего пива на российском рынке маркируется обязательными предупредительными надписями; на этикетках размещены дополнительные пиктограммы, напоминающие о запрете потребления пива лицами до 18 лет и о недопустимости вождения в нетрезвом виде.

Мы сотрудничаем с органами власти и НКО, вовлекаем потребителей в кампании по предотвращению злоупотребления спиртным, обращая внимание на наиболее актуальные аспекты культуры ответственного отношения к алкоголю.

Мы также предлагаем потребителям широкий выбор безалкогольных вариантов любимых брендов. Этот сегмент российского рынка пива с 2016 года вырос вдвое. «Балтика» была одной из первых пивоваренных компаний России, которая начала выпуск безалкогольных сортов пива. С 2016 года мы инвестировали в развитие их производства более 195 млн рублей. Сейчас мы выпускаем безалкогольное пиво на шести из восьми наших заводов — в Новосибирске, Ростове-на-Дону, Самаре, Санкт-Петербурге, Туле и Ярославле. Наш флагманский бренд в этом сегменте, «Балтика 0», сохраняет лидерство на рынке безалко-

гольного пива в России: на него приходится 44,7 % продаж в стране. В целом же по результатам за 12 месяцев 2020 года безалкогольные пивные бренды «Балтики» занимают 46,7% российского рынка в своем сегменте.

Мы ставим перед собой задачу обеспечить присутствие безалкогольного пива в 100 % торговых точек, где продается наш алкоголь, — чтобы у взрослых потребителей всегда была альтернатива, если им важно воздержаться от спиртного. В 2020 году безалкогольное пиво продавалось в 75 % наших торговых точек, его взвешенная дистрибуция¹ в офлайн-торговле составила 91 %. Другими словами, мы продаем наши безалкогольные сорта почти во всех популярных магазинах традиционной торговли.

В 2020 году «Балтика» заключила контракты с крупнейшими интернет-площадками по продаже безалкогольных сортов пива и начала сотрудничать с онлайн-ритейлерами OZON, «Утконос», «Самокат», «Яндекс Маркет», Foodzo, «Локалея», «Напитки.ру».

¹Вес точек от общего объема продаж пива во всех точках, в которых были зафиксированы продажи безалкогольного пива за отчетный период.

ЗАДАЧИ НА 2030 год

100%

НАШИХ РЫНКОВ ДЕМОНСТРИРУЮТ ПРОГРЕСС В ОБЛАСТИ ОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ОТ ГОДА К ГОДУ

ЗАДАЧИ НА 2022 год

100%

ПРОДУКЦИИ СОДЕРЖИТ НА УПАКОВКЕ ИНФОРМАЦИЮ ОБ ОТВЕТСТВЕННОМ ПОТРЕБЛЕНИИ

100%

НАШИХ РЫНКОВ РАСШИРЯЮТ ПАРТНЕРСТВО ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ ПРОГРАММ ОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

100%

ДОСТУПНОСТЬ БЕЗАЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

НОЛЬ БЕЗОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ: ЧТО МЫ ИМЕЕМ В ВИДУ

К 2022 году мы предполагаем продавать безалкогольное пиво в 100 % торговых точек, где мы предлагаем наш алкоголь, развивать партнерские проекты, нацеленные на повышение культуры потребления алкоголя, на всех рынках присутствия Carlsberg Group, маркировать сообщениями об ответственном потреблении 100 % потребительской упаковки наших напитков. Это позволит нам выполнить цель — 2030: способствовать повышению культуры ответственного потребления на всех наших рынках. Развивая партнерские проекты в области ответственного потребления, в каждой стране мы фокусируемся на наиболее актуальных аспектах проблемы, будь то контроль над запретом продажи алкоголя несовершеннолетним, противодействие нетрезвому вождению или сокращение неумеренного потребления.



КЕЙС

КАЛЬКУЛЯТОР ОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

В декабре 2020 года, накануне новогодних праздников, «Балтика» запустила калькулятор алкоголя. Идея проекта была в том, чтобы предоставить взрослым потребителям инструмент для определения объема выпитого спиртного в пересчете

на чистый алкоголь и сравнить его с рискованными дозами потребления по данным ВОЗ. Поскольку в России на новогодние праздники приходится наибольший объем злоупотреблений алкоголем, мы посчитали важным напомнить об умеренном потре-

блении спиртного именно перед январскими каникулами.

Из всех, кто воспользовался алкокалькулятором, только 1% предпочли праздновать Новый год без алкоголя или с одним бокалом шампанского за весь

период праздников до Нового года по старому календарю (с 31 декабря по 14 января). Наибольшее количество алкоголя ожидаемо потреблялось в новогоднюю ночь и 1 января, затем 2 и 4 января. Самыми «трезвыми» днями новогодних каникул стали

9 и 10 января, последние выходные дни в череде праздников. Наш калькулятор подтвердил, что модель потребления алкоголя в России постепенно меняется и люди все чаще отдают предпочтение легким напиткам.

“ Наш онлайн-калькулятор был нацелен на профилактику чрезмерного потребления алкоголя. Несмотря на то что он носил исключительно информационный характер и не мог использоваться для расчета уровня алкоголя в крови, выдыхаемом воздухе и других измерений, он предоставлял потребителю ориентиры для того, чтобы объективно оценить количество выпитого алкоголя и скорректировать свою модель потребления в пользу более безопасного варианта для здоровья. Умеренность — базовое правило ответственного потребления.

Надежда Овсянникова, старший директор по корпоративным коммуникациям региона Восточная Европа пивоваренной компании «Балтика»

ВСЕМИРНЫЙ ДЕНЬ ОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ ПИВА

**«Балтика» запустила
#challengebaltika18+
ко Всемирному
дню ответственного
потребления пива.**

С 2015 года каждый сентябрь пивовары проводят акцию «Всемирный день ответственного потребления пива» (GBRD). Ее цель — привлечь внимание к инициативам по снижению злоупотребления алкоголем и подчеркнуть вклад отрасли в формирование культуры его ответственного потребления. С 2015 года мы традиционно поддерживаем GBRD рейдами по торговым точкам, контролируя соблюдение запрета на продажу алкоголя несовершеннолетним. Такие рейды стали самой массовой волонтерской акцией пивоваров в России: она ежегодно объединяет более 5000 сотрудников отрасли. Сейчас почти в каждом магазине можно найти распространенные в рамках акций стикеры и материалы, свидетельствующие о том, что в торговой точке не продают алкоголь лицам младше 18 лет.

В 2020 году мы проводили акцию онлайн — не только из-за огра-

ничений на проведение массовых мероприятий, но и для того, чтобы вовлечь большее количество людей. Мы хотели показать, что проблема употребления алкоголя до разрешенного законом возраста состоит не только в нарушениях правил торговли, но и в сложившейся культуре.

Мы предложили участникам обсудить, какие фразы и модели поведения нужно использовать, чтобы у несовершеннолетних сформировались правильные ориентиры и понимание того, что алкоголь — только для взрослых. Мы обсуждали, как сделать эту тему менее табуированной, предоставить подрастающему поколению полную информацию для принятия осознанного решения об употреблении спиртного, не провоцируя на протест или эксперименты втайне от взрослых и без достаточного понимания последствий.

Старт проекту дали пять топ-менеджеров «Балтики»: руководители пивоваренной компании рассказали в соцсетях, когда сами впервые попробовали алкоголь, и поделились, как объясняют своим детям, что он только для взрослых. Акцию поддержали сотрудники компании, известные журналисты и блогеры. Например, Ольга Шелест и Катерина Гордеева поддержали челлендж, поделившись личными историями в своих аккаунтах в соц-

сетях. Челлендж также поддержали участники и жюри Всероссийского конкурса профессионального мастерства «Лучший пивовар», партнером которого стала «Балтика». Это напоминание о социальной миссии пивоваренной индустрии и о том, что ответственное потребление — дань уважения труду пивоваров и важный аспект улучшения репутации отрасли.



НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ

Здоровье и безопасность сотрудников — приоритет для «Балтики».

Мы исходим из того, что все несчастные случаи можно предотвратить, и выстраиваем культуру безопасного поведения сотрудников, чтобы предупредить травматизм и опасные ситуации. Мы верим, что наши усилия позволяют нам добиться НОЛЯ случаев травматизма среди наших сотрудников и подрядчиков к 2030 году.

За собственную безопасность отвечает каждый сотрудник компании, он несет ответственность и за своих коллег. Мы даем полномочия и возможности работникам замечать и устранять опасные ситуации, управлять безопасностью рабочих мест. Руководители всех уровней имеют необходимые навыки в сфере охраны труда и ставят вопросы безопасности на первое место в решении любых рабочих задач. Мы следуем законодательно установленным нормам охраны труда и безопасности, а также внутренним регламентам и правилам, включая наши «Правила, сохраняющие жизнь».

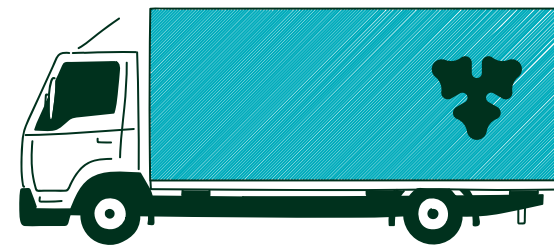
Наш фокус на безопасности приносит результаты: мы добились уверенного снижения травматизма и случаев потери трудоспособности с 2015 года и продолжаем работать над достижением цели «НОЛЬ несчастных случаев» среди нашего персонала и подрядчиков. Следование правилам безопасности позволяет нам как бизнесу сохранять в целостности нашу команду, минимизировать риски, связанные с травматизмом персонала. Мы стремимся снизить случаи травматизма на всех направлениях — в производстве, логистике, продажах, среди административного персонала и подрядчиков. В 2020 году количество случаев с потерей трудоспособности составило 9 против 13 в 2015 году и 17 в 2019 году.



ПРОГРЕСС «БАЛТИКИ» В ДОСТИЖЕНИИ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ В 2020 ГОДУ

на 45%

уменьшение количества случаев травматизма среди сотрудников с 2019 года



55%

сокращение количества ДТП с участием автотранспорта компании с 2019 года



COVID-19

Приняты меры по профилактике распространения новой коронавирусной инфекции, организована возможность вакцинации на заводах



ЗАДАЧИ НА 2030 год

НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ С ПОТЕРЕЙ ТРУДОСПОСОБНОСТИ

ЗАДАЧИ НА 2022 год

ЕЖЕГОДНОЕ СОКРАЩЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА ПРОИСШЕСТВИЙ

В 2020 году мы подошли к теме обеспечения безопасности шире, сфокусировавшись на сохранении здоровья в условиях пандемии, поддерживая моральный дух и настрой коллектива в сложный период.

Пандемия, безусловно, затронула все отрасли и существенно изменила нашу работу. В период распространения COVID-19 все наши предприятия продолжили работу. Мы построили ее таким образом, чтобы обеспечить безопасность труда сотрудников, бесперебойность производства и поставок продукции, выполнять все наши обязательства перед партнерами и потребителями. Большинство сотрудников «Балтики», не занятых на производстве, логистике и не работающих в торговых точках, были переведены на удаленную работу. Их переход на режим домашнего офиса произошел в компании еще в марте 2020 года до появления соответствующих рекомендаций Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ). С самого начала пандемии компания следовала рекомендациям ВОЗ, распоряжениям органов власти, а также правилам, которые устанавливает Роспотребнадзор для предприятий, продолжающих работать в условиях распространения COVID-19.

В период пандемии мы уделяем максимальное внимание безопасности сотрудников, работающих на производстве, и полевых специалистов, регулярно выезжающих в торговые точки. Мы снабдили сотрудников средствами индивидуальной защиты и дали им рекомендации, как снизить риски заражения. Были отменены командировки, на заводах организован входной контроль температуры у сотрудников и подрядчиков, увеличена частота уборок и санитарных мероприятий: установлены дополнительные дезинфекторы рук, обеззараживающие лампы в столовых и здравпунктах заводов, проводится ежесменная дезинфекционная обработка раздевалок и душевых. Было увеличено расстояние между столами и изменены правила питания в заводских столовых. Для обеспечения безопасности сотрудников при корпоративной транспортировке была организована обработка автобусов, разграничены посадочные места. Оперативные штабы на всех площадках компании ведут контроль и учет заболевших сотрудников, организована возможность вакцинироваться от COVID-19 на заводах.

ПРАВИЛА, СОХРАНЯЮЩИЕ ЖИЗНЬ



ПРАВИЛА, СОХРАНЯЮЩИЕ ЖИЗНЬ



ВСЕГДА СЛЕДУЙТЕ ПРАВИЛАМ БЕЗОПАСНОСТИ ДОРОЖНОГО ДВИЖЕНИЯ



ВСЕГДА СЛЕДУЙТЕ ПРОЦЕДУРЕ LOCKOUT/TAGOUT (ЛОТО)



ВСЕГДА СЛЕДУЙТЕ ПРАВИЛАМ РАБОТ НА ВЫСОТЕ



ВСЕГДА СЛЕДУЙТЕ ПРАВИЛАМ РАБОТЫ В ЗАМКНУТОМ ПРОСТРАНСТВЕ



НИКОГДА НЕ ОБХОДИТЕ ЗАЩИТНЫЕ БАРЬЕРЫ МАШИН И МЕХАНИЗМОВ

КОЛИЧЕСТВО СЛУЧАЕВ ТРАВМАТИЗМА С ПОТЕРЕЙ ТРУДОСПОСОБНОСТИ, 2015–2020 гг.





КЕЙС

УЛУЧШАЕМ КУЛЬТУРУ ВОЖДЕНИЯ ЗА СЧЕТ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Количество ДТП с участием автотранспорта «Балтики» в 2020 году сократилось на 55 случаев. Этому способствовал рост на 58% числа автомобилей, подключенных по технологии Connected Car к телематической платформе «Элемент», разработанной «Лабораторией умного вождения». К ней подключены более

2 тыс. транспортных средств «Балтики» в 99 городах по всей России — от Калининграда до Петропавловска-Камчатского. Данные «Элемента» подтверждают, что улучшение показателей культуры вождения связано не с сокращением среднего пробега автотранспорта, а с повышением общей культуры вождения. Телематическая

платформа «Элемент» позволяет отслеживать движение корпоративного автотранспорта, безопасность вождения, время пребывания водителей за рулем, расход топлива и сроки прохождения техобслуживания. Кроме того, система фиксирует ДТП, в режиме реального времени уведомляет о них ответственных сотрудников «Балтики» и при не-

обходимости создает 3D-отчеты об аварии. «Элемент» успешно интегрирован с алкозамками Alcolock, которыми с 2019 года оборудуются все автомобили автопарка «Балтики».

““ Одна из стратегических целей компании — это сокращение до нуля количества несчастных случаев с временной потерей трудоспособности. Внедрение культуры безопасного вождения и обеспечение безопасности наших водителей — одно из важных направлений достижения данной цели. Второй год подряд мы фиксируем снижение количества ДТП, и это прямое подтверждение того, что мы движемся в правильном направлении. Это стало возможным благодаря модернизации всей системы управления автопарком на основе современных технологий и практик. Сотрудничество с «Лабораторией умного вождения» — один из таких примеров. Мы вместе создали и постоянно совершенствуем систему, которая дает большой объем информации для мониторинга, оптимизации процессов работы автопарка и целенаправленного взаимодействия с персоналом.

Сергей Сизов, руководитель группы эксплуатации и обслуживания транспорта компании «Балтика»

ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС

**Ответственное ведение бизнеса —
фундамент устойчивого развития
и достижения бизнес-целей.**

Наш ответственный подход проявляется во вкладе в экономику регионов, где находятся наши производства, поддержке местных сообществ, развитии кадрового потенциала команды и отрасли в целом, следованию стандартам этичного поведения со стороны как компании, так и сотрудников.

В ЭТОМ РАЗДЕЛЕ

Вклад в экономику.....	32
Ответственный бизнес.....	33
Цикл вебинаров для студентов.....	34



КТО МЫ

Мы пригласили всех сотрудников Carlsberg Group поделиться своими увлечениями и интересами и записать видеоклипы на работе и за ее пределами, чтобы показать, кто мы все — сотрудники Carlsberg по всему миру. Видео, которые прислали коллеги, демонстрируют, что мы разные, но нас объединяет творчество и энергия и, конечно, любовь к общему делу.

ВКЛАД В ЭКОНОМИКУ



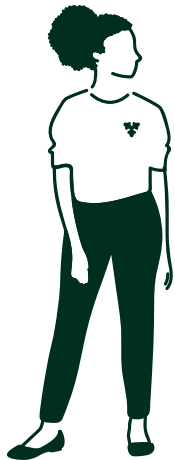
Пивоваренный бизнес играет важную роль в экономике и развитии местных сообществ по всему миру. Мы вносим значительный вклад в развитие регионов, где работают наши производства, создавая рабочие места и обеспечивая налоговые поступления. Это также наш вклад в прогресс по достижению Цели 8 устойчивого развития ООН «Достойная работа и устойчивый экономический рост».

«Балтика» напрямую обеспечивает рабочими местами около 9 тыс.

человек: они трудятся на восьми пивоваренных заводах, на региональных складах и в офисах продаж компании в России. Мы также даем работу еще около 191,5 тыс. человек в смежных отраслях, занятых в цепочке наших поставок, — в сельском хозяйстве, производстве упаковки, складской и транспортной логистике, торговле, сфере услуг и гостеприимства. Это примерно 22 рабочих места на одного сотрудника «Балтики». В условиях пандемии мы уделили особое внимание поддержке наших поставщиков и партнеров

в особенно пострадавших от последствий COVID-19 отраслях — ресторанном бизнесе и индустрии гостеприимства (HoReCa). В апреле 2020 года мы открыли «горячую линию» для партнеров сегмента HoReCa, где можно было получить консультацию у специалистов «Балтики» по коммерческим и юридическим вопросам (возврат оборудования и товара, компенсации и т.д.), арендным платежам, оплате труда и налогообложению. Ежемесячно линия принимала более 300 обращений партнеров. «Балтика» продолжает инвести-

ровать в развитие экономики и инфраструктуры регионов, где находятся ее производства. В 2020 году общий объем инвестиций составил 2,8 млрд рублей. Ключевыми направлениями капиталовложений были запуск новых брендов и устойчивое развитие, в том числе строительство биологических очистных сооружений (БОС) в Ростове-на-Дону и Санкт-Петербурге, модернизация метантенков для сбора биогаза с БОС в Туле и Ярославле, обновление автопарка, развитие агропрограммы компании.



1 сотрудник «Балтики» создает дополнительно:

5 рабочих мест у поставщиков сырья, упаковки и материалов

16,47 рабочего места в розничной торговле

0,24 рабочего места в индустрии HoReCa (1 в 2019 году)

ОТВЕТСТВЕННЫЙ БИЗНЕС

Ограничения 2020 года ускорили цифровизацию сервисов компании в сфере корпоративного благополучия и заботы о сотрудниках. Мы продолжили реализацию программ карьерного развития и поддержки персонала, используя возможности онлайн-мероприятий и цифровых технологий.

Для того чтобы развивать корпоративную «культуру победителей», необходимую «Балтике» для достижения целей бизнес-стратегии, мы стремимся удерживать высокий уровень приверженности персонала ценностям и целям компании. Опрос «Мой голос», который мы проводим ежегодно, демонстрирует, что уровень вовлеченности наших сотрудников выше, чем в среднем в FMCG-секторе, — на уровне 90%. По итогам опроса мы не только фиксируем наш высокий статус, но и ищем возможности для улучшений.

В 2020 году мы уделили особое внимание развитию карьерных возможностей сотрудников. Мы запустили свой карьерный сайт, где размещаем информацию об открытых вакансиях. Для того чтобы обеспечить доступ к сайту

полевым сотрудникам компании, ссылка размещена в базе знаний их гаджетов. Кроме того, мы еженедельно выпускаем дайджест вакансий, включая в него в том числе открытые позиции в Carlsberg Group — для тех, кто заинтересован в международной карьере. При подборе персонала мы отдаем приоритет внутренним кандидатам, обеспечивая реализацию возможностей для их развития и профессионального роста. Любая открываемая вакансия первые 7 дней доступна только сотрудникам компании.

Мы ежегодно организуем «Дни карьеры», предоставляем сотрудникам возможность получить консультации по вопросам карьеры. В 2020 году мы провели все мероприятия в онлайн-формате: реализовали проект Make It Easy, в рамках которого организовали обучение руководителей методам обратной связи, обсудили основные драйверы управления карьерой, этапы прохождения отбора на вакансию. Мы также запустили программу Grow Up, которая помогает сотрудникам подобрать правильные инструменты для развития карьеры. В результате доля внутренних переводов на вакансии составила 60%.

Мы уверены, что возможность учиться — одна из самых важ-

ных инвестиций в нашу команду. В 2020 году мы перевели все обучение в онлайн-формат и запустили целый ряд новых образовательных продуктов, среди которых кейс-клуб Great Leaders, языковые марафоны, вебинары и онлайн-тренинги. Всего образовательные онлайн-программы собрали более 7,7 тыс. участников.

В 2020 году особое внимание мы уделили реализации мероприятий, направленных на поддержку сотрудников. Мы продлили коллективный договор, заключенный с Советом трудового коллектива, и сохранили все предусмотренные им льготы, включая поддержку сотрудников в трудной жизненной ситуации и ежегодное поздравление ветеранов компании. Мы расширили мероприятия программы корпоративного благополучия «Забота о главном» онлайн-марафонами и инструментами, которые помогли сотрудникам вести здоровый образ жизни и сохранять позитивный настрой в период пандемии. Всего на льготы в 2020 году компания направила более 450 млн рублей, включая обязательства по программе добровольного медицинского страхования (ДМС). Корпоративная программа ДМС распространяется на сотрудников, которые работают на условиях постоянного или срочного трудового договора

СЛЕДУЕМ «НАШЕМУ КОМПАСУ»

Наше поведение определяет, как окружающий мир оценивает деятельность компании. То, как мы осуществляем свою деятельность, может оказать огромное влияние на нашу репутацию и реноме брендов «Балтики». «Наш Компас» обеспечивает этическое поведение, предоставляя подробные инструкции сотрудникам и определяя принципы, которым мы всегда следуем в своей работе. Он включает Кодекс этики и поведения, а также политики компании по противодействию взяточничеству и коррупции в области анти-монопольного комплаенса, трудовых отношений и защиты прав человека, по защите интеллектуальной собственности и персональных данных. Ознакомление и следование «компасу» является обязательным для каждого сотрудника компании. Чтобы обеспечить высокий уровень знаний и отработать навыки применения этических принципов, проводится специальное обучение. В компании также есть инструменты, которые позволяют сообщать о случаях нарушения базовых правил, — «горячая линия» Speak Up, принимающая сигналы на условиях анонимности.

сроком не менее года, полис ДМС выпускается после шести месяцев непрерывной работы в компании. Застрахованным сотрудникам предоставляется медицинская помощь в рамках их страховой программы. В случае наступления страхового случая предусмотрена возможность выбора программы страхования и реализации возможностей «гибкого ДМС» согласно персональным потребностям конкретного сотрудника.

АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК

Изучали

245 сотрудников

Участвовали:

в вебинарах

713 сотрудников

в марафонах

237 сотрудников

ОБУЧЕНИЕ ОНЛАЙН

72 вебинара

5 260 участников

50 онлайн-тренингов

545 участников

10 кейс-клубов

417 участников

4 марафона

545 участников



ЦИКЛ ВЕБИНАРОВ ДЛЯ СТУДЕНТОВ

Технологии онлайн-обучения позволили нам расширить географию и возможности взаимодействия с вузами и подготовки молодых специалистов.

Мы организовали серию онлайн-лекций, на которых рассказываем студентам о своей работе. Среди тем вебинаров — IT, забота об окружающей среде, маркетинг и PR. Цель проекта — помочь студентам изучить свою будущую специальность и получить больше


информации о «Балтике» как о потенциальном работодателе. Вебинары проходят раз в неделю на русском и английском языках на собственной онлайн-площадке «Балтики», созданной специально для общения с молодыми талантами.




«Балтика» ведет активную работу с молодежью и ежегодно предлагает вузам и студентам новые активности, включая программы стажировок «Звезды Балтики»

и «Управляй будущим» и возможность прохождения у нас производственной практики. В 2020 году, в условиях эпидемиологических ограничений, компания перевела в онлайн-формат свою программу стажировок, заменив их на практику. Новый формат оказался востребованным: обучение по программам, не связанным с производством, прошел 71 человек, и самые успешные из них получили приглашение на работу в компании.

НАШ ВКЛАД В ДОСТИЖЕНИЕ ЦЕЛЕЙ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

ЦУР	ЗАДАЧИ	ПРИМЕРЫ НАШИХ ДЕЙСТВИЙ	НАШИ ЦЕЛИ	СТР.
	<p>3.5. Улучшать профилактику и лечение зависимости от психоактивных веществ, в том числе злоупотребления наркотическими средствами и алкоголем</p> <p>3.6. К 2020 году вдвое сократить во всем мире число смертей и травм в результате дорожно-транспортных происшествий</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● 100% алкогольной продукции содержит предупреждающие надписи о вреде чрезмерного потребления ● Доступность безалкогольного пива: 91% взвешенной дистрибуции в канале продаж тарированного пива; «Балтика 0» — самый популярный сорт безалкогольного пива в России с долей рынка 46,7% ● 15,5 млн человек охвачены информационными кампаниями «Балтики» по ответственному потреблению ● Более 500 машин корпоративного автопарка оборудованы алкоблокираторами запуска двигателя ● Оказываем поддержку некоммерческому проекту «Автотрезвость» в рамках Ассоциации производителей пива ● Более 3 млн человек охвачены информационной кампанией по трезвому вождению к Всемирному дню ответственного потребления пива (проект реализуется в рамках Ассоциации производителей пива) 	 <p>НОЛЬ БЕЗОТВЕТСТВЕННОГО ПОТРЕБЛЕНИЯ</p>	24–27
	<p>6.4. К 2030 году существенно повысить эффективность водопользования во всех секторах и обеспечить устойчивый забор и подачу пресной воды для решения проблемы нехватки воды и значительного сокращения числа людей, страдающих от нехватки воды</p> <p>6.5. К 2030 году обеспечить комплексное управление водными ресурсами на всех уровнях, в том числе при необходимости на основе трансграничного сотрудничества</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● С 2015 года «Балтика» на 9% снизила удельный расход воды, сократив потери и увеличив эффективность технологических процессов. Для производства 1 гл пива мы тратим 2,41 гл воды по сравнению с 2,6 гл в 2015 году ● Открыты биологические очистные сооружения в Санкт-Петербурге и Ростове-на-Дону. Общий объем инвестиций в три комплекса БОС превысил 1,6 млрд рублей 	 <p>НОЛЬ ПОТЕРИ ВОДЫ</p>	21–23

ЦУР	ЗАДАЧИ	ПРИМЕРЫ НАШИХ ДЕЙСТВИЙ	НАШИ ЦЕЛИ	СТР.
	<p>7.2. К 2030 году значительно увеличить долю энергии из возобновляемых источников в мировом энергетическом балансе</p> <p>7.3. К 2030 году удвоить глобальный показатель повышения энергоэффективности</p>	<ul style="list-style-type: none"> С 2015 года снизили удельное потребление электричества на 10 % и сохранили стабильным расход теплоресурсов, заместив часть «зеленым» топливом 10 % объема тепловой энергии на заводах в Санкт-Петербурге, Хабаровске, Самаре, Ярославле, Туле, Новосибирске и Ростове-на-Дону вырабатывается из биогаза — побочного продукта биологических очистных сооружений Используются технологии драйкулинга и фрикулинга для сокращения энергопотребления в процессах охлаждения Сократили удельную CO2-эмиссию пивоварен с 2015 года на 8 % 	 <p>НОЛЬ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА</p>	7, 9–20
	<p>8.8. Защищать трудовые права и содействовать обеспечению надежных и безопасных условий работы для всех трудящихся, включая трудящихся мигрантов, особенно женщин-мигрантов, и лиц, не имеющих стабильной занятости</p>	<ul style="list-style-type: none"> Снизили LTAR (Lost Time Accident Rate) — до 1,01 (с 1,73 в 2019 году), LTA (Lost Time Accidents) с сотрудниками с 17 в 2019 году до 9 в 2020 году На 55 % сократили количество ДТП с участием автотранспорта компании с 2019 года 	 <p>НОЛЬ НЕСЧАСТНЫХ СЛУЧАЕВ</p>	28–29
	<p>13.3. Улучшить просвещение, распространение информации и возможности людей и учреждений по смягчению остроты и ослаблению последствий изменения климата, адаптации к ним и раннему предупреждению</p>	<ul style="list-style-type: none"> Объединили усилия с поставщиками упаковки в рамках экопросветительских проектов (организовали отдельный сбор на Санкт-Петербургском полумарафоне совместно с Ball) Запустили серию вебинаров для студентов, в том числе по темам устойчивого развития 	 <p>НОЛЬ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА</p>	16, 34

ЦУР	ЗАДАЧИ	ПРИМЕРЫ НАШИХ ДЕЙСТВИЙ	НАШИ ЦЕЛИ	СТР.
	<p>12.2. К 2030 году добиться рационального освоения и эффективного использования природных ресурсов</p> <p>12.5. К 2030 году существенно уменьшить объем отходов путем принятия мер по предотвращению их образования, их сокращению, переработке и повторному использованию</p> <p>12.6. Рекомендовать компаниям, особенно крупным и транснациональным компаниям, применять устойчивые методы производства и отражать информацию о рациональном использовании ресурсов в своих отчетах</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Отправлено на переработку 158 тыс. тонн отходов упаковки в рамках проекта «Принеси пользу своему городу» • Обновили контейнерный парк проекта «Принеси пользу своему городу», доведя число контейнеров для раздельного сбора в 26 регионах (48 городах) России до 10 тыс. • Объединили усилия в области снижения эмиссии CO2 с поставщиками упаковки, способствовали модернизации стекольных заводов • Общая эмиссия CO2 «от поля до бокала» сократилась на 6,8% с 2015 года 	 <p>НОЛЬ УГЛЕРОДНОГО СЛЕДА</p>	17, 33
	<p>16.5. Значительно сократить масштабы коррупции и взяточничества во всех их формах</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Провели обязательное для всех сотрудников компании обучение в рамках ознакомления с правилами политик по противодействию взяточничеству и коррупции, а также в области антимонопольного комплаенса 	<p>СЛЕДУЕМ НАШЕМУ КОМПАСУ</p>	33

УГЛЕРОДНЫЙ СЛЕД ГОТОВОЙ ПРОДУКЦИИ МЕТОДОЛОГИЯ ПОДСЧЕТА ПО ЦЕПОЧКЕ ПОСТАВОК

Углеродный след нашей производственно-сбытовой цепочки, который мы называем «углеродным следом готовой продукции», включает выбросы согласно Score 1, 2 и 3, определенным международным Протоколом о парниковых газах (ПГ).

Наши цели, согласованные с инициативой Science based targets, заключаются в сокращении углеродного следа готовой продукции на 15% к 2022 году и на 30% к 2030 году (по сравнению с нашим базовым показателем 2015 года).

Чтобы оценить прогресс, мы каждые несколько лет измеряем уровень углеродного следа по всей цепочке поставок. В 2020 году мы завершили анализ нашего следа за 2019 год, который показал улучшение на 7% по сравнению с базовым показателем 2015 года (по всей группе).

Мы работали совместно с фондом Carbon Trust, чтобы построить модель производственно-сбытовой цепочки, которая позволяет нам измерять и отслеживать сокращение объема углеродных выбросов готовой продукции.

МОДЕЛИРОВАНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СТАНДАРТОВ

Для расчета углеродного следа производственно-сбытовой цепочки требуются обширные данные о выбросах на каждом этапе цепи поставок. Хотя мы хорошо понимаем наши производственные выбросы

(Score 1 и 2), возможность отследить выбросы Score 3 часто более ограничена.

Расчет углеродного следа требует сочетания измерений и моделирования, что неотъемлемо связано с приемлемым уровнем неопределенности. Мы ограничиваем эту неопределенность, следуя ведущим отраслевым стандартам и поддерживая их разработку. Мы призываем и другие компании принять эти стандарты, чтобы поддерживать последовательность и достоверность отчетности во всей отрасли.

Мы придерживаемся следующих стандартов:

- Протокол о парниковых газах, включая дополнение к Стандарту учета и отчетности корпоративной цепочки создания стоимости (Score 3).
- Руководство по выбросу парниковых газов в индустрии напитков (версия 4.1), разработанное Beverage Industry Environmental Round Table.
- Особые правила категории воздействия продукта на окружающую среду (PEFCR), разработанные для пивоваренной промышленности в сотрудничестве с Европейской комиссией. Хотя этот стандарт предназначен для анализа жизненного цикла продукта, значительная его часть также применима к анализу цепочки поставок.

КАЧЕСТВО ДАННЫХ

Мы используем самые надежные из доступных нам данных для моделирования выбросов CO₂, связанных с реализацией пива. В 2020 году сюда входили первичные данные от поставщиков, на долю которых приходится более 60% наших общих расходов, — в основном это связано с упаковкой, которая генерирует большую часть выбросов в нашей цепочке создания стоимости. Сбор необработанных данных напрямую от поставщиков помогает обеспечить качество и сопоставимость цифр. Мы применяем стандартизованную круговую формулу определения углеродного следа, являющуюся частью PEFCR, для всех типов упаковки, поставляемой нам. Если первичные данные недоступны, мы используем коэффициенты выбросов PEFCR для конкретной страны.

ОБЪЕМ ВЫБРОСОВ SCORE 3

Мы сосредоточиваем наши усилия и цели по сокращению углеродного следа готовой продукции на выбросах Score 3, на которые мы оказываем наибольшее влияние, — это цепочка поставок, связанная с нашим собственным производством. Первоначальный анализ показал, что на эту категорию приходится более 75% всех выбросов в цепочке создания стоимости, связанных с нашим производством, лицензиатами, сторонними продуктами и совместными предприятиями. Эти 75% превышают требование

инициативы Science Based Targets и составляют более двух третей общих выбросов Score 3.

Углеродный след готовой продукции включает выбросы на каждом этапе производственно-сбытовой цепочки:

Сельское хозяйство и переработка: все производственные выбросы (например от производства удобрений и семян) выбросы от выращивания и переработки сельскохозяйственного сырья, используемого на всех пивоварнях Carlsberg, смоделированных с использованием данных, специфичных для каждой страны и типа зерна, если таковые имеются.

Пивоварни: выбросы, связанные с электричеством, топливом, отходами пивоваренных заводов, очисткой воды и использованием хладагентов на всех пивоварнях, находящихся под контролем Carlsberg Group. Исключены выбросы со складов за пределами производственных площадок.

Упаковка: выбросы от производства и переработки отходов всей используемой упаковки (включая все второстепенные компоненты, такие как этикетки, клеи и крышки).

Транспортировка и распространение: выбросы от входящей транспортировки сырья и исходящей транспортировки готовой продукции — в зависимости от пройденного расстояния, вида транспорта (автомобильный, железнодорожный, водный)

и температуры (температура окружающей среды, холод), а также выбросы от перелетов в рамках командировок.

Охлаждение: выбросы, происходящие при охлаждении продукта в торговой точке (розничная торговля и индустрия гостеприимства). Исключено домашнее охлаждение, поскольку не входит в сферу нашего влияния, а напитки составляют лишь небольшую часть продукции, охлаждаемой в домашних условиях.

Вовлеченность внутри организации Результаты нашего анализа углеродного следа, связанного с реализацией пива, а также меры для поддержания его сокращения на каждом этапе цепочки создания стоимости обсуждаются и утверждаются нашим Исполнительным комитетом. В 2020 году мы также провели встречи со всеми местными управленческими командами, чтобы представить рыночные разработки и определить действия на местном уровне по каждой из целей Программы устойчивого развития.

ВКЛАД В ЭКОНОМИКУ ПРИНЦИПЫ ОЦЕНКИ

Оценка общего числа рабочих мест, которые мы косвенно создаем по всей цепочке поставок, была проведена исследовательской консалтинговой компанией Eufore Economics с использованием хорошо зарекомендовавших себя принципов.

Эти принципы используют данные, полученные от отдела экспорта и лицензирования Carlsberg Group и 29 компаний по всему миру, принадлежащих Carlsberg Group, включая данные о:

- трудоустройстве (количество людей на каждом рынке);
- производстве, экспорте и импорте (в гектолитрах);
- налогах, уплаченных и собранных Carlsberg на каждом из рынков (акцизы, НДС, налог на прибыль, экологические налоги, налоги на доходы сотрудников, социальные отчисления и другие налоги в национальной валюте).

Эти данные дополняются показателями производительности, полученными из различных национальных статистических служб.

СОЗДАНИЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ РАБОЧИХ МЕСТ

Наше влияние на косвенную производственную занятость распространяется на цепочку поставок сырья, продуктов и услуг, которые мы покупаем.

Она была рассчитана на основе данных о доле внутренних закупок в производстве в следующих

секторах: сельское хозяйство; коммунальные услуги; упаковка и розлив; транспортировка и хранение; оборудование; иная промышленная деятельность; СМИ, маркетинг и коммуникации; другие товары и услуги.

В отношении наших напитков брожения использовались данные за 2019 год, и предполагалось, что в 2020 году доля останется на прежнем уровне. Для неферментированных напитков использовались данные за 2020 год.

Косвенная производственная занятость была рассчитана с использованием коэффициента оборота на одного занятого человека.

Для европейских стран эти коэффициенты были получены от Евростата, статистической службы Европейского союза, с использованием отраслевых классификаций Европейской классификации экономической деятельности (NACE, вторая редакция). Для неевропейских стран использовались коэффициенты, взятые из данных Всемирного банка (доступны только для секторов сельского хозяйства, промышленности и сферы обслуживания).

КОСВЕННАЯ ЗАНЯТОСТЬ В ТРАНСПОРТНО-СБЫТОВОМ СЕКТОРЕ

Наше влияние на косвенную занятость в логистике распространяется на гостиничный бизнес (он-трейд) и розничный (офф-трейд) секторы.

Оно было рассчитано исходя из данных о ценах и доле продаж Carlsberg Group на рынках он-трейд и офф-трейд,

собранных в 2019 и конце 2020 года соответственно.

Расчеты начинаются с общих показателей потребления на рынках он-трейд и офф-трейд, которые рассчитываются на основе трех компонентов:

- годовые продажи на внутреннем рынке в 2020 году в каждой стране (внутреннее производство плюс импорт, исключая экспорт, в гектолитрах);
- предполагаемое разделение рынков он-трейд и офф-трейд в каждой стране в 2020 году;
- средние цены на товары, продаваемые в каждой стране.

Затем рыночная стоимость преобразуется в стоимость до налогообложения путем вычета НДС. Акцизы не вычитаются, поскольку коэффициенты производительности, полученные от статистических источников, включают эти пошлины.

Косвенная занятость в транспортно-сбытовом сегменте была рассчитана с использованием коэффициента оборота на одного занятого человека.

Для европейских стран использовались данные Евростата для секторов розничной продажи напитков в специализированных магазинах и заведениях, осуществляющих продажу напитков без выноса (NACE, вторая редакция). Для неевропейских стран использовались данные Всемирного банка по сфере обслуживания.

ПОСЛЕДСТВИЯ ПАНДЕМИИ COVID-19

Принципы, используемые для оценки косвенной занятости, включают прямой перевод объемов производства в уровень занятости, необходимый для производства этих объемов.

Эти принципы подходят для оценки занятости в нормальных условиях, поскольку они дают справедливое представление о производительности сотрудников.

Однако эти принципы не отражают рабочие места, которые были сохранены за счет государственных программ поддержки рабочих мест во время пандемии 2020 года, когда наблюдались более низкие уровни производства и потребления.

Таким образом, мы ожидаем, что количество рабочих мест, связанных с нашей деятельностью, будет немного выше, чем сообщалось за 2020 год.

СОПОСТАВИМОСТЬ С ПРЕДЫДУЩИМИ ОЦЕНКАМИ

Объем нашего анализа экономического вклада на 2020 год был расширен, чтобы включить косвенное воздействие от наших неферментированных, а также ферментированных напитков.

Это означает, что результаты анализа за 2020 год (представленные в этом отчете) нельзя напрямую сопоставить с результатами анализа за 2019 год (представленного в отчете Carlsberg Group об устойчивом развитии за 2019 год), который включал только продажи

продуктов брожения. Однако разница невелика, поскольку неферментированные напитки производятся только на семи рынках и составляют небольшую долю от общего объема производства Carlsberg.

Штаб-квартира пивоваренной
компании «Балтика»:
194292, Санкт-Петербург,
6-й Верхний пер., д. 3
Телефон горячей линии: 8 (800) 3333303
(звонок по России бесплатный)
www.corporate.baltika.ru

Carlsberg A/S
100 Ny Carlsberg Vej 1799 Copenhagen V Denmark
Phone +45 3327 3300 www.carlsberggroup.com CVR
No. 61056416