

ЗВІТ
ЗІ СТАЛОГО
РОЗВИТКУ
CARLSBERG
UKRAINE 2021

ПРО ЗВІТ ЗІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ 2021

Carlsberg Ukraine – відповідальний бізнес, а тому ми забезпечуємо наших зацікавлених сторін (стейкхолдерів) прозорою звітністю. Ми публікуємо звіти зі сталого розвитку з 2010 року.

Ми слідуємо цілям сталого розвитку ООН та нашим статутним положенням про корпоративну соціальну відповідальність. Звіт зі сталого розвитку є результатом та підсумком нашої діяльності у цій сфері за 2021 рік.

ДІЗНАЙСЯ БІЛЬШЕ:



ЗВІТИ ЗІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ CARLSBERG UKRAINE

САЙТ CARLSBERG UKRAINE



СОЦІАЛЬНІ МЕДІА:

протягом року тут ми ділимося нашими досягнення у сфері сталого розвитку та новинами ринку



carlsbergukraine.com



@carlsbergukraine



CarlsbergUkraine



Carlsberg Group

COMMUNICATION
ON PROGRESS



This is our **Communication on Progress** in implementing the Ten Principles of the **United Nations Global Compact** and supporting broader UN goals.

We welcome feedback on its contents.



«Ми переконані, що саме відданість принципам сталого розвитку допомогла зміцнити нашу стійкість в умовах ще одного дуже складного року».

Кees т'Харт,
Генеральний директор Carlsberg Group

**TOGETHER
TOWARDS
ZERO**



ЗВЕРНЕННЯ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА CARLSBERG GROUP

У Carlsberg ми варимо пиво для кращого сьогодні та завтра.

Ми вважаємо, що досягнення результатів у бізнесі та ESG тісно пов'язані. Одне неможливе без іншого. Ми маємо вести свій бізнес так, щоб у тривалій перспективі забезпечити сталий розвиток, водночас зберігаючи оптимальний рівень прибутків.

Ми переконані, що прихильність принципам сталого розвитку зміцнила нас протягом ще одного дуже складного року. Ми завершили 2021 рік з доходом 66,6 млрд данських крон, що в органічному вираженні на 10% перевищує показник попереднього року. Водночас органічний операційний прибуток зріс на 12,5%. Рентабельність інвестованого капіталу сягнула 10,3%.

Такі міцні фінансові показники з-поміж іншого, надають нам сміливої певності у протистоянні наступу глобальних викликів

у сталому розвитку людства, що дедалі стає інтенсивнішим.

COVID-19 — не єдиний приклад потужних кризових явищ, які сьогодні спіткають світ. Екстремальні погодні умови, яких зазнали у 2021 році численні регіони планети, спонукають діяти невідкладно, щоб упоратись із загрозами надзвичайних кліматичних ситуацій. Наукові дані чітко свідчать: ми перебуваємо на зламі розвитку людства, і наступні десять років матимуть вирішальне значення для захисту майбутнього нашої планети.

Ніхто не в змозі розв'язати цю глобальну проблему самотужки — нам потрібно, щоб бізнес, уряди та суспільство згуртувались заради кращого майбутнього. Carlsberg була в першій десятці компаній — і першою в пивоварній галузі — у впровадженні науково обґрунтованих цілей, які здатні утримати глобальне потепління в межах 1,5 °C, і я радий бачити,

що дедалі більша кількість компаній приєднується до цього руху.

Напередодні Кліматичного саміту COP26 я підтримав звернення керівників бізнесу до політиків прискорити просування до чистих економічних моделей безвідходного типу, вдавшись для цього до більшої рішучості у своїх програмних цілях, політиці та конкретних діях. Я вітаю зобов'язання, проголошені Кліматичним самітом у Глазго.

Не менш важливу роль у просуванні до низьковуглецевого майбутнього людства відіграють споживачі, і нас сповнює надією той факт, що дедалі більше людей хочуть купувати продукцію брендів з міцними принципами сталого розвитку. Ми використовуємо силу наших брендів, щоб спонукати людей відчувати себе відповідальними за планету танадихнути на це своїх клієнтів.

НУЛЬ вуглецевого сліду — це одна з чотирьох цілей нашої програми сталого розвитку «ЦІЛЬ 4 НУЛІ: разом заради майбутнього», на якій ґрунтується наша корпоративна стратегія SAIL'22, і ми докладаємо максимум зусиль, щоб забезпечити гідний внесок, скорочуючи викиди на своїх пивоварнях та у всіх ланках виробничо-постачального ланцюга. Ми багато чого досягли за останні шість років: на 40% проти 2015 року скоротили викиди вуглекислого газу на гектолітр пива пивоварними заводами і досягли значного прогресу в скороченні емісії на продану одиницю пива.

Ми також домоглися неабиякого успіху в нашій меті НУЛЬ втрат води, на 21% зменшивши витрати води на гектолітр пива, та НУЛЬ безвідповідального споживання, на 114% проти 2015 року збільшивши обсяг безалкогольного пива.

Втім, ці успіхи дещо затьмарені відкатом від попередніх

досягнень у створенні культури безпечного виробництва і, зокрема, цілі — НУЛЬ нещасних випадків. Цього року ми пережили неприйнятне зростання кількості нещасних випадків із втратою працездатності та жахливу загибель двох осіб у компаніях підрядників. Ми робимо все можливе, щоб надалі запобігти таким трагедіям, запровадивши нову інформаційну кампанію з дотримання корпоративного зведення правил техніки безпеки Life Saving Rules та викорінення небезпечної поведінки.

Ми твердо віддані принципам Глобального договору ООН і за останній рік підсилили увагу до таких питань, як різноманіття, інклюзивність та етичне ставлення до колег. Те, як ми працюємо над досягненням цілей, особисто для мене не менш важливо, ніж власне отримані результати. Зрештою, йдеться про те, щоб ставитись до людей з повагою. А повага йде пліч-о-пліч із зацікавленістю

співробітників у робочому процесі, яка цього року залишалася дуже високою, попри труднощі, пов'язані з пандемією.

Вмотивованість персоналу компанії є внутрішнім чинником нашого прогресу в галузі сталого розвитку. Мені було приємно мати за співавторів нової стратегії SAIL'27 і оновленої програми сталого розвитку «ЦІЛЬ 4 НУЛІ: разом заради майбутнього» 138 наших колег.

Світ навколо нас змінюється, і ми стежитимемо за тим, щоб змінюватися разом з ним, не втрачаючи зв'язку із реаліями життя наших споживачів та суспільства загалом. Наша нова стратегія сприятиме зростанню бізнесу найближчими роками, але й залишатиметься такою ж амбітною, як і раніше, адже ми прямуємо шляхом узятих на себе зобов'язань, прагнучи не лише домогтися наміченої «ЦІЛІ 4 НУЛІ: разом заради майбутнього», але й перевершити її, сягнувши ще вище.



ЗВЕРНЕННЯ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА CARLSBERG UKRAINE ОЛЕГА ХАЙДАКІНА

Ми з гордістю представляємо Carlsberg Group в Україні на виробничих майданчиках у трьох містах.

Це — Запоріжжя, Київ та Львів. У нас працює понад 1300 людей. Один працівник броварні створює додатково 16 робочих місць в інших галузях. За нашими підрахунками працівники Carlsberg Ukraine забезпечують роботою ще понад 20 000 людей по всій Україні. Компанія визнана сумлінним платником податків та входить в ТОП-25 найбільших платників податків в Україні.

Окрім бізнес-цілей, ми також керуємося стратегією сталого розвитку Carlsberg Group та втілюємо її в Україні. ESG — екологічне, соціальне та корпоративне управління та принципи сталого розвитку — це нова бізнес-вимога, що

впливає і на прихильність інвесторів, і на прихильність споживачів. За прогнозами Deloitte, активи, керовані принципами сталості, можуть становити половину всіх інвестицій до 2025 року.

Потрібно усвідомлювати — це не просто інструкції роботи та поведінки, це ціла матриця життя компанії та її співробітників, на яку міжнародні партнери звертають велику увагу. У нашій компанії діє Кодекс етики та поведінки, система Speak up та 30 політик і супутніх інструкцій, що стосуються різних сфер нашої діяльності.

Саме це допомагає нам вести бізнес стало, відповідально та прозоро. Щорічний ESG звіт — це підсумок та розмова з групами наших стейкхолдерів про цілі, плани та результати компанії за 2021 рік.



«ESG — екологічне, соціальне та корпоративне управління та принципи сталого розвитку — це нова бізнес-вимога, що впливає і на прихильність інвесторів, і на прихильність споживачів».

Олег Хайдакін,
Генеральний директор Carlsberg Ukraine

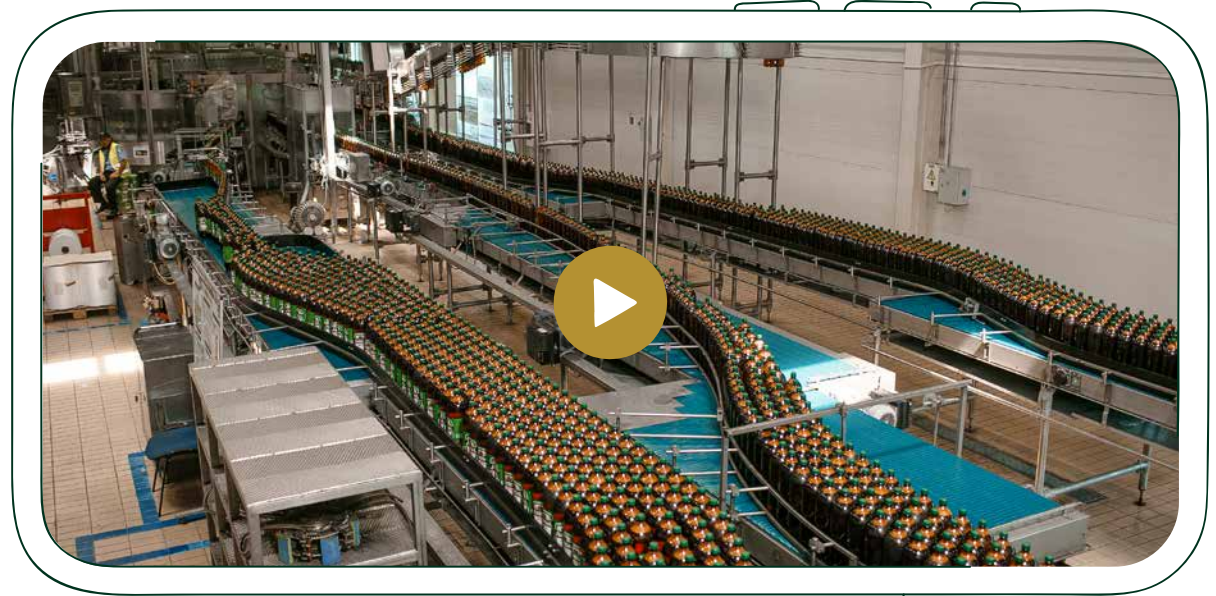
**TOGETHER
TOWARDS
ZERO** 



ПРО КОМПАНІЮ CARLSBERG UKRAINE

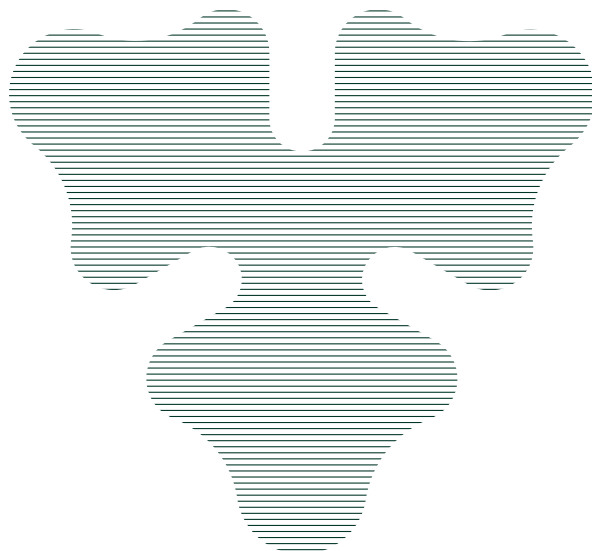
Carlsberg Ukraine є частиною Carlsberg Group, однієї з провідних пивоварних Груп у світі з великим портфелем брендів пива та інших напоїв. Із моменту заснування в 1847 році, Carlsberg Group стабільно працює і здійснює позитивний внесок в розвиток суспільства на всіх своїх ринках. У Carlsberg Group працюють близько 40 000 осіб, а продукція продається на більш ніж 150 ринках світу. Carlsberg Group — один із найбільших данських інвесторів на території України.

До складу Carlsberg Ukraine входять заводи в Запоріжжі, Києві та Львові. У компанії працює понад 1300 осіб. В портфель Carlsberg в Україні входять пиво, алкогольні та безалкогольні напої таких торговельних марок, як «Львівське», Carlsberg, Tuborg, Kronenbourg 1664, «Арсенал», «Квас Тарас», Somersby, Guinness, Seth&Riley's Garage, Warsteiner, Grimbergen та інші.



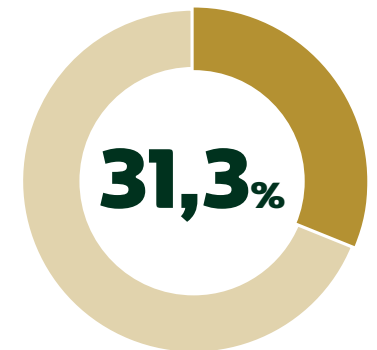
Carlsberg Ukraine

<https://youtu.be/UMBQhR-8DcA>



За підсумками 2021 року частка ринку Carlsberg Ukraine складає 31,3% у натуральному вираженні (у 2020 році цей показник склав 30,3%)* в натуральному вираженні за даними компанії Nielsen*. Сидр Somersby, «Квас

Тарас» продовжують займати лідерські позиції в своїх продуктових категоріях, а бренд «Львівське» другий рік поспіль офіційно став №1 серед пивних брендів в Україні.



*Nielsen Holdings N.V. (NYSE: NLSN) — провідний світовий постачальник аналітичних даних про споживчу поведінку і купівельні звички. Більш детальну інформацію можна отримати на сайті www.nielsen.com

** Розрахунки ПрАТ «Карлсберг Україна» засновані на даних, що містяться в звітах Nielsen з аудиту роздрібної торгівлі в категорії пива за кумулятивний період січень 2021 — грудень 2021, щодо ринку пива в міській і сільській частині України (без окупованих територій АР Крим, Севастополя, частини Луганської і Донецької областей).

ЗАВОДИ CARLSBERG UKRAINE



400
млн літрів на рік



КИЇВСЬКИЙ ПИВОВАРНИЙ ЗАВОД

був офіційно відкритий 7 червня 2004 року і на сьогодні він є найсучаснішим пивоварним заводом в Україні. Загальна сума інвестицій, спрямованих на будівництво заводу, склала більше 68 млн доларів США. У ньому втілилися найбільш передові світові інновації в пивоварінні та будівництві. На заводі встановлено новітнє обладнання пивної промисловості виробництва Бельгії, Німеччини та Швейцарії. А сам технологічний процес побудовано з урахуванням останніх технологій енергозбереження, охорони здоров'я та навколишнього середовища. Перевагою Київського пивоварного заводу є зручне і функціональне планування приміщення. Потужність виробництва Київського пивоварного заводу складає 400 млн літрів пива на рік. Кількість працівників заводу становить понад 400 осіб.



333
млн літрів на рік



ЗАПОРІЗЬКИЙ ЗАВОД

компанії був створений на базі побудованого в 1974 році Запорізького пивоварного заводу №2. З 1996 року завод мав назву «Славутич». У 2012 році з перейменуванням компанії у Carlsberg Ukraine підприємство також отримало нову назву. Починаючи з 1996 року, на підприємстві було встановлено нове обладнання, виготовлене провідними компаніями пивоварної промисловості. Завдяки цьому завод став передовим підприємством європейського типу з ефективним виробництвом та високим рівнем автоматизації технологічних процесів. Потужність Запорізького пивоварного заводу на сьогоднішній день становить 333 млн літрів на рік. Кількість працівників на заводі — понад 300 осіб.

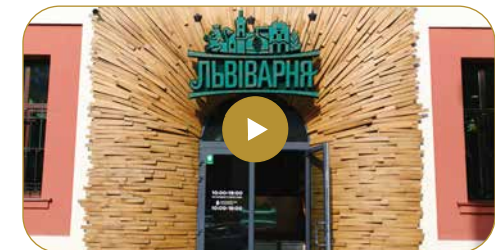


208
млн літрів на рік



ЛЬВІВСЬКА ПИВОВАРНЯ

була заснована монахами у 1715 році на прохання графа Станіслава Потоцького. І з того часу підприємство є символом Львова, а пивоварню називають обличчям міста, яке гідно представляє Львів. З 1999 році для Львівської пивоварні почався новий етап розвитку: в модернізацію заводу було інвестовано більше 35 млн доларів США. Також постійно вдосконалюється технологія пивоваріння, якість продукції приводиться у відповідність з найвищими світовими стандартами. Потужність Львівського пивоварного заводу складає 208 млн літрів на рік. Кількість працівників на заводі — понад 250 осіб. 2021 року Львівська пивоварня відзначила 306 років.



ЛЬВІВАРНЯ

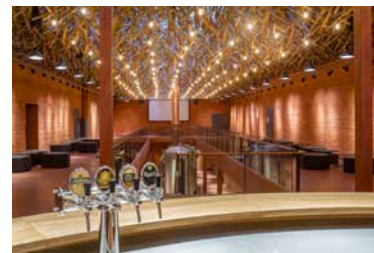
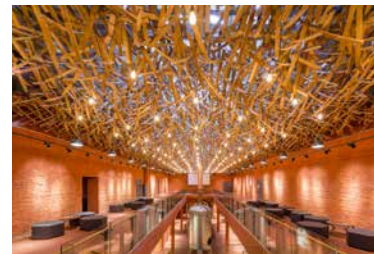
МУЗЕЙНО-КУЛЬТУРНИЙ КОМПЛЕКС ПИВНОЇ ІСТОРІЇ В УКРАЇНІ — ПАМ'ЯТКА ТРАДИЦІЙ

14 жовтня 2005 року, на честь святкування 290-ї річниці Львівської пивоварні, працівники сформували першу експозицію музею історії пивоваріння. Він розташований у напівпідвальних приміщеннях заводу загальною площею 600 квадратних метрів. В експозиції представили макети і справжні знаряддя праці броварників минулого й сьогодення, колекції пивних бочок і пляшок, зразки реклами тощо. З 2013 року музей було зачинено на реставрацію.

Після реконструкції це вже сучасний музейно-культурний комплекс «Львіварня», над яким працювали історики, дизайнери та експерти пивоваріння. Це і музей, що розповідає про історію та роль пива у розвитку міста, і арт-простір, що культивує українське мистецтво, і чудова

туристична пам'ятка, цікава своїм незвичним інтер'єром та дизайном. Офіційне відкриття відбулося 3 червня 2017 року.

Колекція музею налічує більше 200 експонатів, найстаріший з них — оригінал диплому пивовара 1796 року. На другому поверсі гості експозиції можуть зануритись у процес пивоваріння й створити власний сорт пива. Зазирнувши під кришку одного чана, можна побачити процес виробництва пива, у другому, під збільшенням мікроскопу, — побачити з чого воно складається. На третьому поверсі музею розташований потужний культурний комплекс з арт-центром для виставок і концертів і бізнес-центром для конференцій і форумів. Завершення мандрівки відбувається за дегустаційним сетом продукції пивоварні.



ЧЛЕНСТВА В БІЗНЕС-АСОЦІАЦІЯ ТА ОБ'ЄДНАННЯХ



АМЕРИКАНСЬКА ТОРГІВЕЛЬНА ПАЛАТА В УКРАЇНІ

Міжнародно орієнтована бізнес-спільнота, найактивніша та найефективніша в Україні, що представляє керівників та експертів більше, ніж з 600 компаній-членів. Це найбільші інвестори та міжнародні компанії, які працюють в Україні, роблячи значний внесок у формування українського бюджету та допомагають українцям реалізувати власний потенціал.



«УКРПИВО»

Виразник загальних інтересів виробників пивобезалкогольної продукції та солоду перед законодавчими та виконавчими органами влади, виконує функції координуючого органу з питань технології, якості та сертифікації продукції, визначення основних напрямків технічного переозброєння, розповсюдження наукової та економічної інформації.



ФЕДЕРАЦІЯ РОБОТОДАВЦІВ УКРАЇНИ

Консолідація зусиль роботодавців для покращення ділового середовища, підвищення статусу українського бізнесу у світі та підтримка балансу інтересів суспільства, влади та бізнесу.



ЄВРОПЕЙСЬКА БІЗНЕС АСОЦІАЦІЯ

Об'єднання бізнесу в Україні, що працює для того, щоб дати своїм компаніям можливість спільними зусиллями вирішити важливі для інвестиційного клімату України питання та покращити його на користь індустрії, суспільства, економіки.



Global Compact
Network Ukraine

ГРОМАДСЬКА СПІЛКА «МЕРЕЖА ГЛОБАЛЬНОГО ДОГОВОРУ В УКРАЇНІ»

Асоціація корпоративно відповідального бізнесу, що закликає компанії вибудовувати свою діяльність та стратегію з урахуванням Цілей сталого розвитку та на основі десяти універсальних принципів у галузі прав людини, праці, навколишнього середовища та боротьби з корупцією.



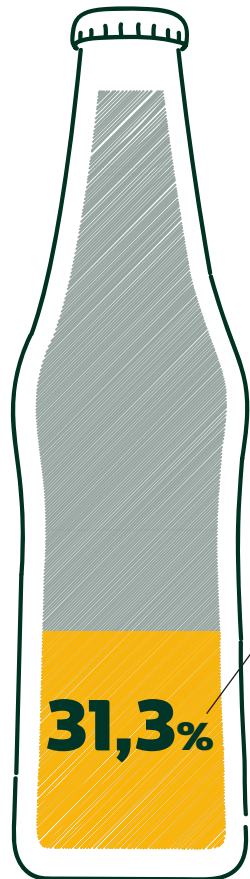
ЦЕНТР «РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ»

Провідна експертна організація в Україні, що не тільки реалізує необхідні для українського бізнесу проекти, але й допомагає компаніям розробляти КСВ стратегії та готувати нефінансові звіти.

ЗАГАЛЬНА ІНФОГРАФІКА ЗА 2021 РІК

**ВНЕСОК
В ЕКОНОМІКУ
УКРАЇНИ**

2946
МЛН ГРИВЕНЬ



CARLSBERG UKRAINE
ВИКОРИСТОВУЄ
МАТЕРІАЛИ

95%

УКРАЇНСЬКИХ
ПОСТАЧАЛЬНИКІВ



РИНКУ
У НАТУРАЛЬНОМУ
ВИРАЖЕННІ
ПО НІЛЬСЕНУ*

31,3%

*Nielsen Holdings N.V. (NYSE: NLSN) — провідний світовий постачальник аналітичних даних про споживчу поведінку і купівельні звички. Більш детальну інформацію можна отримати на сайті www.nielsen.com

** Розрахунки ПрАТ «Карлсберг Україна» засновані на даних, що містяться в звітах Nielsen з аудиту роздрібної торгівлі в категорії пива за кумулятивний період січень 2021 — грудень 2021, щодо ринку пива в міській і сільській частині України (без окупованих територій АР Крим, Севастополя, частини Луганської і Донецької областей).

1 СПІВРО-
БІТНИК
СТВОРЮЄ



16 РОБОЧИХ
МІСЦЬ

ТОБТО
1362
СПІВРОБІТНИКІВ



21792
РОБ. МІСЦЬ



**КІЛЬКІСТЬ
КРАЇН ДЛЯ
ЕКСПОРТУ**

>20



(серед них — Білорусь, Австралія, Вірменія, Болгарія, Велика Британія, В'єтнам, Німеччина, Ізраїль, Іспанія, Італія, Канада, Кіпр, Китай, Литва, Молдова, Португалія, США, Чехія)

**ВНЕСОК
В ЕКОЛОГІЮ**

↓12%

СКОРОЧЕННЯ
ВИКИДІВ ВУГЛЕЦЮ
ПОРІВНЯНО
З 2015 РОКОМ

5,7%

ПРИРОДНОГО
ГАЗУ ЗАМІЩЕНО
БІОГАЗОМ

2,37 л

ВИКОРИСТАННЯ
ВОДИ НА ЛІТР
ПИВА ПРИ ЦІЛІ НА
2022 РІК – 2,5 л

37,4%

КІЛЬКІСТЬ
ОБОРОТНОЇ ТАРИ,
116 МЛН ПЛЯШОК

**РЕЙТИНГИ ТА
НАГОРОДИ
2021 РОКУ**

- ✓ ТОП-50 НАЙКРАЩИХ РОБОТОДАВЦІВ (FORBES)
- ✓ ТОП-25 УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ-ЕКСПОРТЕРІВ
- ✓ ТОП-100. РЕЙТИНГИ НАЙБІЛЬШИХ
- ✓ КРАЩІ КСВ-ПРОЕКТИ ВІД PRO BONO CLUB UKRAINE
- ✓ НАЙКРАЩИЙ КОРПОРАТИВНИЙ SMM
- ✓ «СУМЛІННИЙ ПЛАТНИК ПОДАТКІВ — 2020»
- ✓ КРАЩИЙ БРЕНД РОБОТОДАВЦЯ ТА КРАЩИЙ HRD
- ✓ ТОП-10 ЯК ПОТЕНЦІЙНИЙ РОБОТОДАВЕЦЬ ЧИ МІСЦЕ ДЛЯ СТАЖУВАННЯ
- ✓ ТОП-25 УСПІШНИХ МАРКЕТИНГОВИХ КАМПАНІЙ
- ✓ 20 НАГОРОД ЗА ВИСОКУ ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ (XXIV МІЖНАРОДНИЙ КОНКУРС ПИВА, БЕЗАЛКОГОЛЬНИХ, СЛАБОАЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ, МІНЕРАЛЬНИХ ВОД ТА ПИВОВАРНОГО СОЛОДУ)
- ✓ ПОДВІЙНИЙ СРІБНИЙ УСПІХ CARLSBERG UKRAINE НА КОНКУРСІ EAST EUROPEAN BEER AWARD

ЗАЦІКАВЛЕНІ СТОРОНИ — СТЕЙКХОЛДЕРИ

Для кращого розуміння потреб, очікувань та інтересів зацікавлених сторін представники кожної із груп

регулярно залучаються Компанією через різноманітні формати: особисті зустрічі, конференції,

консультації та спільні програми. Під час пандемії у 2021 році активнішим форматом взаємодії

стали онлайн-конференції, онлайн-зустрічі, вебінари, онлайн-засідання.

ОСНОВНІ ГРУПИ СТЕЙКХОЛДЕРІВ ТА ОСНОВНІ МЕТОДИ ЇХНЬОГО ЗАЛУЧЕННЯ

| ГРУПА СТЕЙКХОЛДЕРІВ | ВНУТРІШНЯ/ ЗОВНІШНЯ | МЕТОДИ ЗАЛУЧЕННЯ | КАНАЛИ КОМУНІКАЦІЇ |
|------------------------------|---------------------|--|---|
| Співробітники | Внутрішня | Дослідження рівня залученості та прихильності, визначення цілей та оцінювання результатів за основними стратегічними напрямками, тижні етики та відповідності, щоквартальні зустрічі з генеральними директорами, щорічні конференції лідерів, гаряча лінія для звернень, інтранет, персональні зустрічі з представниками менеджменту | Сайт, Корпоративна пошта, Телефон, Особистий прийом, Офлайн- та онлайн-зустрічі, Квартальні зустрічі, Навчальні зустрічі |
| Суспільство, місцеві громади | Зовнішня | | Сайт, Сторінки у соцмережах, Телефон, Особистий прийом, Збори громад, Листування: e-mail, пошта, Форма зворотного зв'язку на сайті компанії |
| Бізнес-партнери | Внутрішня | Участь у спільних програмах і заходах, планування виробничих завдань, залучення у межах їхнього виконання, програми навчання, реалізація спільних політик і правил | Сайт, Листування: e-mail, пошта, Особисті зустрічі, Телефон |
| Неурядові організації | Зовнішня | Конференції, консультації, публічні обговорення, партнерство у спільних програмах (напрями з розвитку молоді та підвищення ролі жінок, збереження довкілля, здорового харчування, програми підтримки місцевих громад), членство у галузевих та бізнес-асоціаціях | Сайт, Сторінки у соцмережах, Телефон, Особисті зустрічі, Листи, e-mail, пошта, Форма зворотного зв'язку |
| Державні органи | Зовнішня | Консультації, публічні обговорення, діалог з агенціями з питань харчової безпеки, охорони праці та захисту довкілля тощо | Звітність, Сертифікація, Листування (пошта), Публічні консультації та обговорення |
| Споживачі | Зовнішня | Гаряча лінія для споживачів, корпоративний сайт, екскурсії на завод (до карантину), дослідження, фокус-групи, сегментована інтегрована комунікація через соціальні медіа | Гаряча лінія для споживачів, Корпоративний сайт, Корпоративна пошта, Прес-центр компанії, Соцмережі |
| Постачальники | Внутрішня | Спільні програми зі створення цінностей, галузеві асоціації, практичні заняття з відповідальних закупівель | Сайт, Листування: e-mail, пошта, Особисті зустрічі, Телефон |
| Клієнти | Зовнішня | Спільні програми зі створення цінностей, трейд-маркетингові активації, співпраця за програмами щодо здоров'я та сталого розвитку, регулярні зустрічі команди щодо роботи з основними клієнтами, спільне бізнес-планування, центри роботи з клієнтами та замовниками, дослідження рівня задоволеності | Сайт, Листування: e-mail, пошта, Особисті зустрічі, Телефон |
| Медіа, блогери | Зовнішня | Інформування та консультації, публічні обговорення та заходи, зустрічі, інтерв'ю та дослідження думки | Сайт компанії, Прес-центр компанії |

МЕХАНІЗМ ВЗАЄМОДІЇ ІЗ ЗАЦІКАВЛЕНИМИ СТОРОНАМИ

- ✓ Інформування (прес-релізи, звіти, веб-сайт, соціальні мережі, роздатковий матеріал)
- ✓ Обмін думками (пряма комунікація, переговори, консультації, громадські слухання, круглі столи, конференції, семінари та ін.)
- ✓ Виявлення думок та інтересів (опитування, анкетування, особисте спілкування)
- ✓ Участь у заходах, що проводять зацікавлені сторони (наради, тематичні форуми, конференції)
- ✓ Спільна діяльність (проекти, заходи, акції, конкурси)

ПРИНЦИПИ ВЗАЄМОДІЇ ІЗ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ

- ✓ Надання зрозумілої інформації у форматі та мовою, що відповідають потребам стейкхолдерів.
- ✓ Попереднє інформування стейкхолдерів про плани та заходи Компанії
- ✓ Надання інформації доступними способами та каналами, а також у місцях, що зручні стейкхолдерам.
- ✓ Прозорий механізм відповіді на запитання, пропозиції або скарги з боку стейкхолдерів.

РАЗОМ ЗАРАДИ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ПАРТНЕРСТВО ЗАРАДИ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ

«ЦІЛЬ 4 НУЛІ: РАЗОМ ЗАРАДИ МАЙБУТНЬОГО»

Зміна клімату і стан екології — це серйозна проблема, тому для нас важливо бути частиною її вирішення. Компанія Carlsberg є учасником Глобального Договору ООН і слідує Цілям сталого розвитку ООН (ЦСР). Ми узгодили свої амбіції з цілями сталого розвитку, в яких ми можемо мати найбільший вплив. На основі цього ми розробили ESG програму для Carlsberg Group — «ЦІЛЬ 4 НУЛІ: Разом заради майбутнього», які реалізовується і в Carlsberg Ukraine.

У цій програмі викладені наші прагнення та цілі до 2022 та 2030 років: НУЛЬ вуглецевого сліду, НУЛЬ втрат води, НУЛЬ безвідповідального споживання та НУЛЬ нещасних випадків.



TOGETHER TOWARD ZERO КОМІТЕТ — СТРУКТУРА ДЛЯ УПРАВЛІННЯ СТАЛИМ РОЗВИТКОМ

У вересні 2021 року в Carlsberg Ukraine з'явилася нова структура. Це Together Toward Zero комітет. Це постійно діючий комітет для управління стратегією зі сталого розвитку в Carlsberg Ukraine. До її обов'язків входить: адаптація програмних цілей до реалій українського ринку, визначення коротко- та довгострокових KPI, забезпечення умов для їхнього виконання, аналіз результатів, а також місцеве та глобальне звітування.

Це кросфункціональний проект, який об'єднує такі департаменти: з операційної діяльності, корпоративних відносин, маркетингу та продажів. У межах однієї структури працюють фахівці з галузей, що впливають на досягнення чотирьох «нулів» компанії.

Насамперед такий підхід допомагає відповідати принципам корпоративної культури Carlsberg Group 3 «А» (англ. Alignment, Accountability and Action — узгодженість, відповідальність і дія) у реалізації Together Toward Zero, забезпечує комплексний підхід до втілення стратегії, а також гарантує системний моніторинг та аналіз результатів.

Щокварталу Комітет публікує підсумки за всіма напрямками стратегії Together Toward Zero. Відповідно до тесту самооцінки, розробленого Групою, у 2020 році Україна набрала 64% зі 100 можливих у реалізації стратегії зі сталого розвитку. Новостворена Together Toward Zero структура працює над системним втіленням стратегії зі сталого розвитку, а також над покращенням показників України у груповому рейтингу.

РАЗОМ ЗАРАДИ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

ПАРТНЕРСТВО ЗАРАДИ ДОСЯГНЕННЯ ЦІЛЕЙ



«Головною перевагою створення ТТЗ комітету є кросфункціональний підхід. На практиці це має дати якісний результат. У нас є

одна глобальна мета, яка чітко сформульована в програмі «ЦІЛЬ 4 НУЛІ: разом заради майбутнього». Для того, щоб програму ефективно імплементувати, над нею потрібно працювати спільно. Це не проєкт одного департаменту, це проєкт усієї компанії. ТТЗ комітет стане тим консолідуючим елементом, який зможе об'єднати департаменти навколо досягнення наших «нулів» по всіх чотирьох напрямках програми».

Ірина Качура,
віцепрезидентка з маркетингу



«У 2020 році Carlsberg Ukraine увійшла в Топ-25 кращих програм із корпоративної соціальної відповідальності

в Україні. Програма «ЦІЛЬ 4 НУЛІ: разом заради майбутнього» — основа нашого позиціонування як сталої та відповідальної компанії. Саме завдяки реалізації цієї програми Carlsberg Ukraine перебуває в авангарді сталого українського бізнесу. Зважаючи на вже досягнені результати, ми вирішили не зупинятися і ще більш покращити свої показники. Саме так виникла ідея створити ТТЗ комітет. Ми тільки починаємо його роботу, але вже вбачаємо в цьому переваги: регулярна і якісна комунікація між департаментами та кросфункціональний погляд на нашу програму зі сталого розвитку, де кожен відповідно до своїх компетенцій може вплинути на якісне досягнення «нулів».

Юлія Стельмах,
старша директорка по роботі з органами державної влади та з корпоративних питань



«Carlsberg Group рекомендує створювати ТТЗ комітети або, як у оригіналі, ТТЗ governance structure на всіх ринках

Carlsberg. Насамперед це потрібно для ефективного управління та впровадження програми «ЦІЛЬ 4 НУЛІ: разом заради майбутнього». А тому ми вирішили створити єдину структуру, яка контролюватиме процес досягнення цілей. Наша мета — системний та регулярний аналіз досягнень, цілей, які встановлює Група, локалізація цих цілей, а також визначення стратегії, методів та інструментів для їхнього досягнення. Кожен із «нулів» — це окремий напрямок у комітеті. «Нуль викидів вуглецю», «Нуль втрат води», «Нуль безвідповідального споживання» та «Нуль нещасних випадків» мають чітко визначених відповідальних фахівців, які стежитимуть за тим, наскільки якісно втілюється програма, та шукатимуть способи, як досягти «нуля» найефективніше».

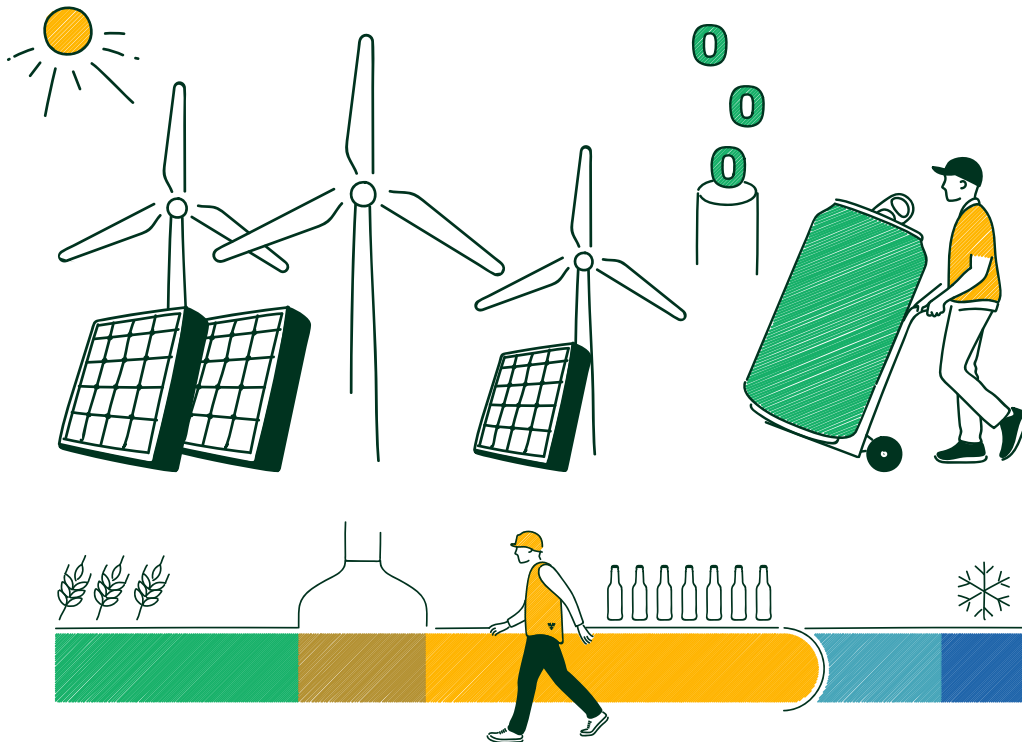
Юрій Гук,
старший менеджер із пивовиробництва, сталого розвитку та інновацій

0 НУЛЬ ВУГЛЕЦЕВОГО СЛІДУ

Carlsberg Ukraine іде шляхом якісного переходу до вуглецевої нейтральності. Компаніє керується чіткими та вимірними цілями на 2022 та 2030 років щодо викидів вуглецю.

ЩО CARLSBERG UKRAINE ДЛЯ ЦЬОГО РОБИТЬ:

- ▶ **ЗНИЖУЄ НЕГАТИВНИЙ ВПЛИВ ВІД ДІЯЛЬНОСТІ ПИВОВАРЕНЬ;**
- ▶ **УСУВАЄ ВИКИДИ ВУГЛЕКИСЛОГО ГАЗУ ЗА РАХУНОК ВИКОРИСТАННЯ СПРИЯТЛИВИХ ДЛЯ КЛІМАТУ ТЕХНОЛОГІЙ;**
- ▶ **ЗАЛУЧАЄ ВИРОБНИЧО-ЗБУТОВИЙ ЛАНЦЮЖОК ДЛЯ ЗНИЖЕННЯ ВУГЛЕЦЕВОГО СЛІДУ ПРИ ВИРОБНИЦТВІ ПИВА.**



ВИКОРИСТАННЯ ВУГІЛЛЯ НА ПИВОВАРНЯХ

Станом на 2021 рік вугілля на трьох пивоварнях Carlsberg Ukraine НЕ використовується.



БІОГАЗ

Carlsberg Ukraine виробляє один із видів біопалива — біогаз. Біогаз — різновид біопалива — газ, який утворюється при мікробіологічному розкладанні метановим угрупованням біомаси чи біовідходів (розкладання біомаси відбувається під впливом трьох видів бактерій), твердих і рідких органічних відходів. Наприклад, біогаз виробляється при очистці стічних вод на очисних спорудах перед викидом у міську каналізацію. У 2021 році біогазом було заміщено 5,7% природного газу.

ХОЛОДИЛЬНЕ ОБЛАДНАННЯ З НИЗЬКИМ ВПЛИВОМ НА КЛІМАТ



Ми купуємо холодильники та охолоджувачі пива зі світлодіодним освітленням і холодоагентами. Це вуглеводне обладнання, що має менший вплив на клімат, ніж гідрофторвуглець. 53% холодильного обладнання вже замінено на нове.

ПАКОВАННЯ



Наша ціль скоротити вуглецевий слід від готової продукції Carlsberg Ukraine на 15% у 2022 році та на 30% у 2030 році. Пакування відіграє в цьому значну роль. А тому компанія використовує оборотну скляну пляшку та зменшує використання плівки та пластику при пакуванні продукції.



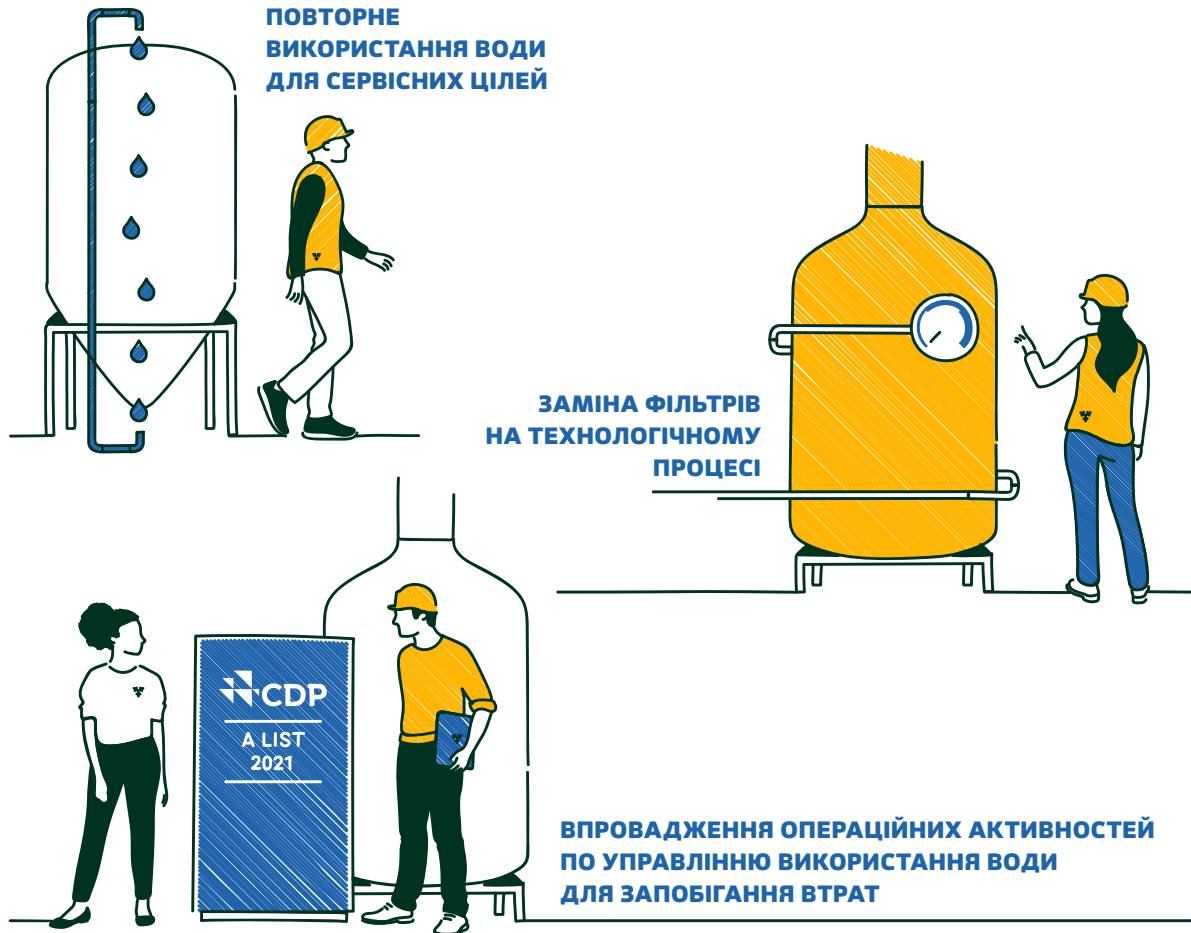
ОБОРОТНА СКЛЯНА ПЛЯШКА

Найбільш дружній вид пакування для екології. Адже вона залишає найменший вуглецевий слід, економить природні ресурси та не створює додаткового навантаження на сміттєвих полігонах. 37,4% пляшок ми використали повторно. А це більше 116 мільйонів. Аби зрозуміти, що пляшка підходить для вторинного використання, ми наносимо спеціальні знаки на етикетку. На більшості продукції Carlsberg Ukraine розміщений логотип «Поверни пляшку». Також ми створили спеціальну карту місць прийому оборотної пляшки. На ній зазначені пункти, з якими співпрацює Carlsberg Ukraine. Для зручності пошуку ми поділили пункти прийому за регіонами України. Як правило, такі пункти розташовані поруч із великими мережевими супермаркетами.



Заводи Carlsberg в Україні — одні з найефективніших з використання води в Carlsberg Group. Станом на 2021 рік Carlsberg Ukraine використовує 2,37 гл/гл для виготовлення пива, що випереджає ціль встановлену Групою до 2022 року — використовувати 2,5 гл/гл.

ЯК CARLSBERG UKRAINE ДОСЯГАЄ ЦІЛІ:



НУЛЬ БЕЗВІДПОВІДАЛЬНОГО СПОЖИВАННЯ

Наша мета — формування суспільства з культурою пивоспоживання та відповідального ставлення й вживання алкоголю. Ми за помірне споживання і позитивні враження. Для досягнення поставлених цілей ми співпрацюємо урядами, замовниками та партнерами в галузі.

Ми прагнемо уникнути випадків безвідповідального споживання. А тому надаємо споживачам альтернативу — безалкогольну продукцію, до якої відносимо безалкогольне пиво, квас та сидро.

Компанія фокусується на вирішенні проблеми споживання алкоголю неповнолітніми. Протягом шести років Carlsberg Ukraine долучається до Всесвітнього дня відповідального споживання пива (Global Beer Responsibility Day), заохочуючи відповідальне та помірне споживання, яке базується на простих принципах:

ПИВО ТІЛЬКИ ДЛЯ ПОВНОЛІТНІХ (18+)



АЛКОГОЛЬНЕ ПИВО — НЕ ДЛЯ ВАГІТНИХ



НЕ СЛІД СІДАТИ ЗА КЕРМО ПІСЛЯ СПОЖИВАННЯ АЛКОГОЛЮ



НАСОЛДЖУЙСЯ ЯКІСТЮ, А НЕ КІЛЬКІСТЮ



GBRD IS...
Global Beer Responsibility Day

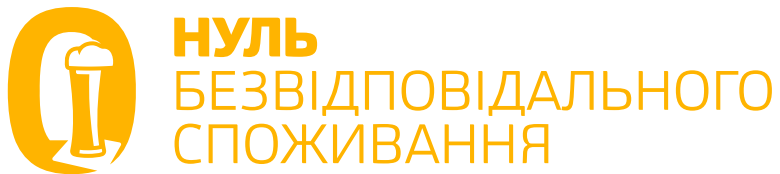
...не змінювати плани через наслідки вечірки

Скажи "ні" вживанню алкоголю до 18 років

СКАЖИ НІ 18+

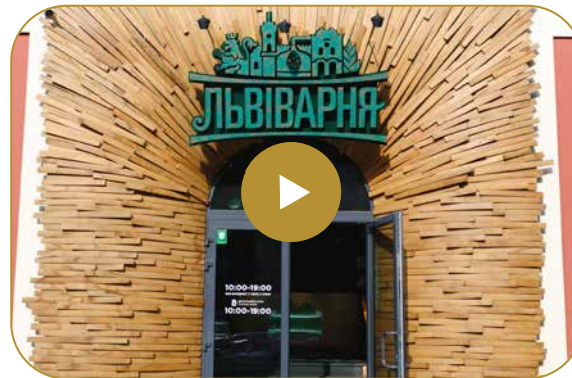
ВСЕСВІТНІЙ ДЕНЬ
ВІДПОВІДАЛЬНОГО
СПОЖИВАННЯ
АЛКОГОЛЮ
GBRD

У 2021 РОЦІ МИ ПРОВЕЛИ
ВНУТРІШНІ ТА ЗОВНІШНІ
АКТИВНОСТІ НА ДОСЯГНЕННЯ
НАШИХ ЦІЛЕЙ.



ПАРТНЕРСТВО ЗАДЛЯ ВІДПОВІДАЛЬНОГО СПОЖИВАННЯ

У межах Global Beer Responsibility Day у 2021 році Carlsberg Ukraine разом із партнером у галузі пивоваріння запустили медійний проєкт на YouTube-каналі «ЗЕ ІНТЕРВ'ЮЕР» Анатолія Анатоліча про формування відповідального ставлення до алкоголю серед підлітків. У інтерв'ю взяли участь зірки українського шоубізу — Сергій Бабкін, Дмитро Борисов, Олександр Пікалов, — та їхні сини. Герої через особисті історії доносять головну ідею проєкту — алкоголь до 18 років — це не про дозвілля, а про безвідповідальний ризик.



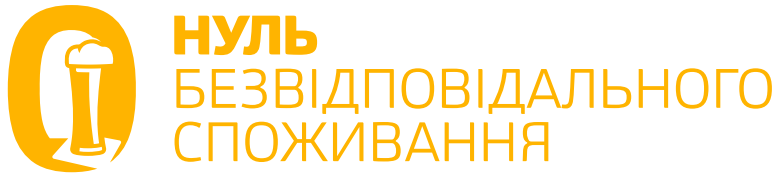
«Ставлення до алкоголю, зокрема, й пива зумовлене багатьма факторами. Це насамперед родина, звички сім'ї, методи виховання і якість комунікації між батьками та дітьми. Наша ціль — показати, як відкритий діалог із дитиною може запобігти неочікуваним сюрпризам насиченого підліткового життя. Цей проєкт не про менторство і нудні лекції старшого для молодшого. Наш проєкт про відвертість, довіру і важливість вчасного діалогу».

Юлія Стельмах,
старша директорка по роботі з органами державної влади та з корпоративних питань Carlsberg Ukraine

Пивоварна компанія Carlsberg Ukraine шостий рік поспіль приєднується до глобальної ініціативи. У межах GBRD 2021 Carlsberg Ukraine популяризує цінність родинного спілкування, на тлі якого в підлітків формується відповідальне ставлення до алкоголю. Журналіст Анатолій Анатоліч звернувся до лідерів думок — музиканта Сергія Бабкіна, ресторатора та шоумена Олександра Пікалова. Усі вони виховують дітей

підліткового віку. Кожен із героїв має лайфхаки, методи і способи взаємодії з дітьми. Селебретіз діляться, як говорять на чутливі теми з синами, у тому числі на тему споживання алкоголю.

Інтерв'ю посили інформаційною кампанією у соцмережах Facebook, Instagram та медіапублікаціями. А також просвітницькою кампанією в мережі торгових точок «КОЛО». У магазинах транслювали відеоролик «Скажи «НІ!» про відповідальне споживання алкоголю.



РЕЗУЛЬТАТИ КАМПАНІЇ

| | ПУБЛІКАЦІЇ | ОХОПЛЕННЯ | ВЗАЄМОДІЯ |
|---|--------------------------------|---|---|
| Соціальна мережа Facebook: | 10 постів | 59 190 | 5554 |
| Соціальна мережа Instagram: | 2 пости 5 сторіс | 62 026 | 782 |
| Медіапублікації | 24 | 206 712 | |
| Інтерв'ю Анатолія Анатоліча з українськими зірками | | 22 000 | 4100 вподобання 63 коментарі |
| Розміщення плакатів у торгових точках КОЛО: | 107 магазинів | Середня прохідність на день 3500 осіб | Загальна кількість 375 500 осіб |

НУЛЬ НЕЩАСНИХ ВИПАДКІВ

Захист життя і здоров'я співробітників та підрядників — пріоритет для компанії. Наша ціль — НУЛЬ нещасних випадків. Жоден інший результат, окрім нуля, не може бути прийнятним, коли йдеться про життя і здоров'я працівників та партнерів компанії. Для того, щоб звести до НУЛЯ нещасні випадки, в компанії впроваджують навчання для

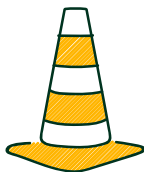
працівників, закупають захисне обладнання для безпечного виконання роботи, позначають небезпечні ділянки.



ТРЕНІНГИ 2021:

- ▶ ТРЕНІНГ «П'ЯТЬ ПРАВИЛ ЗБЕРЕЖЕННЯ ЖИТТЯ»
- ▶ ТРЕНІНГ LOTO
- ▶ ТРЕНІНГ «ЗАХИСТ ЗАГОРОДЖЕННЯ МАШИН»
- ▶ ОНЛАЙН-КУРСИ З БЕЗПЕЧНОГО ВОДІННЯ FLEETDEFENSE
- ▶ КУРС ПРАКТИЧНОГО ВОДІННЯ «ВОДІННЯ З КОМЕНТАРЯМИ»
- ▶ ТРЕНІНГИ ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ ЗАКОНОДАВСТВА З ОХОРОНИ ПРАЦІ

НАШІ РЕЗУЛЬТАТИ LTAR (Lost Time Accident Rate)



LTAR 2021 0,33

LTAR 2017 2,24

LTAR 2020 0,93

LTAR 2015 0

КОЛЕКТИВНА ВАКЦИНАЦІЯ CARLSBERG UKRAINE: РОБИМО ВИБІР НА КОРИСТЬ ЖИТТЯ РАЗОМ

Світ протистоїть пандемії коронавірусу. Ситуація стала більш контрольованою з моменту появи вакцин проти COVID-19. Наша компанія, як і мільйони українців, приєдналася до провакцинальної кампанії. Ми показали добрий результат як колектив і будемо прагнути показати зразковий рівень вакцинації, тобто 100%. Відповідно до «НУЛЯ нещасних випадків»: нас не задовольнить жоден результат, крім НУЛЯ, якщо йдеться про здоров'я та життя наших колег.

Ми проводимо інформаційну кампанію щодо необхідності вакцинації проти COVID-19. Ми закликаємо: «Бережи себе! Роби вибір на користь свого життя і життя своїх близьких!»

Тільки вакцинація здатна захистити людину від важкого перебігу хвороби. Як тільки щеплення стали доступні в Україні, компанія Carlsberg Ukraine вирішила зробити все можливе, щоб якнайшвидше вакцинувати своїх співробітників.

Ми запустили інформаційну кампанію на наших внутрішніх каналах комунікації, щоб протистояти інформаційному шуму навколо коронавірусу.

Щотижня в компанії відбувалося засідання комітету з питань COVID-19. Ми формуємо регулярне оновлення про статус поширення

хвороби в Україні, вакцинацію та карантинні обмеження. Ми анонімно цікавимося думкою кожного працівника, якого щось зупиняє на шляху до вакцинації. Завдяки якісному зворотному зв'язку від колег вдалося виявити основні страхи людей. На основі зібраного списку ми сформували розсилки зі спростуванням міфів і з посиланнями на факти доказової медицини (ВОЗ, МОЗ, ЮНІСЕФ, CDC).

Вакцинуватися — означає дбати про себе і близьких. Саме задля розуміння важливості такої турботи в часи пандемії ми заручилися підтримкою доказових лікарів і провели вебінари з медфахівцями, щоб поговорити про все стосовно вакцинації, її впливу, вибору вакцин та наслідків (ні для кого тепер не секрет: наслідок один — захист від важкого перебігу хвороби, а також незначна побічна реакція, як от біль у руці, сонливість, втому чи короткотривале підвищення температури).

Станом на листопад 2021 року в Carlsberg Ukraine відбулося три хвили вакцинації. Нагадуємо, що вакцинуватися можуть як співробітники компанії, так і їхні родини. Після третьої хвили у компанії вакциновано 63,98% співробітників. Ми й далі будемо організовувати чергові хвили щеплення на наших виробничих майданчиках. Наша мета — 100% вакцинованих співробітників.

ВІДПОВІДАЛЬНИЙ БІЗНЕС

Із 2016 року в Carlsberg Ukraine діє програма «Живемо за нашим компасом». Це частина глобальної стратегії SAIL'22. Її мета — створити культуру переможців. Програма визначає загальні правила етичної поведінки, які стосуються усіх наших працівників. В компанії існує впевнене розуміння того, що нам треба жити за спільним етичним Компасом і, що ми повинні надати нашим працівникам чіткі рекомендації щодо цієї сфери.

ДЛЯ ЦЬОГО В КОМПАНІЯХ CARLSBERG РОЗРОБИЛИ ТРИ КЛЮЧОВІ ЕЛЕМЕНТИ:

КОДЕКС ЕТИКИ ТА ПОВЕДІНКИ

Тут викладені основні правила, як ми повинні ставитися до колег, клієнтів, місцевих громад, постачальників та інших партнерів. Кодекс допомагає нам визначити, що з етичної точки зору є правильним. Він направляє нас, щоб ми завжди працювали чесно і відкрито. Керуватися Компасом етичної поведінки — один із ключових пріоритетів компанії, який дозволяє нам забезпечувати сталий розвиток бізнесу.

СИСТЕМА SPEAK UP

Ми зробили значні інвестиції в посилення питань етичного ведення бізнесу. Ми рекомендуємо нашим працівникам повідомляти про будь-які підозри у вчиненні неправомірних дій через нашу анонімну систему Speak Up. Працівники можуть повідомляти про будь-які ймовірні порушення Кодексу етики — від хабарництва, шахрайства, питань антимонопольного законодавства та конфлікту інтересів до поведінки керівництва. Системою Speak Up керує стороння організація. Вона надає працівникам можливість цілодобово власною мовою висловлювати свої занепокоєння. Звернення залишаються анонімними.

ПОЛІТИКИ ТА СУПУТНІ ІНСТРУКЦІЇ

Усього в компанії 29 політик. Вони стосуються провідних сфер нашої діяльності. Трудові права та права людини, відповідальне постачання, боротьба з хабарництвом та корупцією, а також якість та безпека продукції — це ключові питання як для нашого бізнесу, так і для зацікавлених сторін.

ТРУДОВІ ПРАВА ТА ПРАВА ЛЮДИНИ

Наш комплексний підхід до питань трудових прав та прав людини складається у тому, щоб надати безпечне, здорове робоче середовище, у якому всі наші співробітники зможуть розкрити свій потенціал.

Задля досягнення нашої мети, нам необхідно залучити потрібних людей, встановити належні правила та задіяти свої лідерські якості. Ось чому у 2016 році ми переглянули і підготували до запуску у 2017-му нову редакцію Політики Групи щодо Трудових прав та прав людини.

Ми запровадили концепцію 3 «А» — правила поведінки для навчання майбутніх керівників та підбору кандидатів на керівні посади. Термін 3 «А» походить від перших літер англійських слів Accountability, Alignment, та Action, які можна перекласти як «відповідальність», «узгодженість», та «дія». Ці принципи — частина підходу Carlsberg Group, спрямованого на створення культури командної роботи.

ДРУЖНІ ДО РОДИН ПОЛІТИКИ В КОМПАНІЇ CARLSBERG UKRAINE

Carlsberg Ukraine — соціально відповідальна компанія, яка намагається створити максимально комфортні умови праці для своїх співробітників. Саме тому, окрім конкурентної заробітної платні та офіційного працевлаштування, компанія пропонує розширений соціальний пакет та різноманітні бонусні програми.

У Carlsberg Ukraine завжди використовують комплексний підхід до питань трудових прав та прав людини, його мета — надати безпечне, здорове робоче середовище, у якому всі наші співробітники відчуватимуть себе комфортно та впевнено і зможуть розкрити свій потенціал.

Наприклад, співробітники, які стали батьками, відповідно до Колективного договору отримують від компанії 14000 гривень на витрати по догляду за дитиною. Крім того, будь-який працівник може оформити для себе медичне страхування за рахунок компанії, а для своїх дітей, чоловіка або дружини — за пільговими тарифами. Додатково, діти працівників, що долучилися до профспілки, мають можливість їздити на відпочинок в літні табори з повною або частковою оплатою путівки компанією.

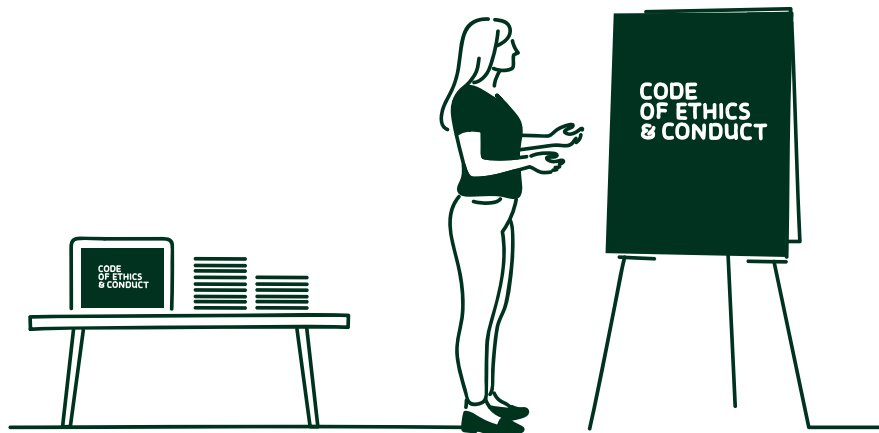
Усі політики закріплені у колективному договорі на 2019-2024 роки. Це нормативний акт, який передбачає додаткові порівняно з чинним законодавством умови, гарантії та соціально-побутові пільги. Його дія поширюється на всіх співробітників компанії.

«Наші співробітники — це найвища цінність компанії, адже лише завдяки кожному з них Carlsberg Ukraine розвивається та випускає продукцію високої якості. Ми намагаємося створювати максимально комфортні умови для співробітників, адже коли робота приносить задоволення, значно збільшується бажання працювати та втілювати у життя нові ідеї»

Марина Харрісон,
віцепрезидентка з персоналу компанії
Carlsberg Ukraine

КОМПАНІЯ ЗОБОВ'ЯЗУЄТЬСЯ:

- ✓ Створювати рівні умови праці чоловікам і жінкам
- ✓ Забезпечувати чоловікам і жінкам умови праці, які дозволяють би поєднувати трудові обов'язки з сімейними
- ✓ Рівна оплата праці для чоловіків і жінок
- ✓ Гендерний баланс при наймі на роботу нових працівників



ВІДПОВІДАЛЬНЕ ПОСТАЧАННЯ

Carlsberg Ukraine намагається зробити позитивний внесок у суспільство і навколишнє середовище шляхом розробки та втілення практичних правил етичного ведення бізнесу, за допомогою яких ми забезпечуємо фінансовий успіх компанії та водночас гарантуємо, що наша бізнес-стратегія і комерційна діяльність виконуються у відповідальний спосіб.

Компанія Carlsberg Ukraine пишається тим, що являє собою приклад етичного бізнесу, тому ми очікуємо від постачальників і партнерів, з якими ми співпрацюємо, готовності дотримуватися цих стандартів.

Діючи таким чином, ми намагаємося принести користь своїм акціонерам тим, хто має значення для компанії, у тому числі нашим співробітникам, нашим бізнес-партнерам та мешканцям місцевостей, де ми працюємо.

У нашому Кодексі поведінки постачальників та ліцензіатів викладені стандарти, дотримання яких ми очікуємо від всіх компаній, що бажають співпрацювати з нами. Цей ключовий документ, який є частиною наших договорів із постачальниками, охоплює чотири пріоритетні напрямки відповідального розвитку Carlsberg.

БОРОТЬБА З ХАБАРНИЦТВОМ ТА КОРУПЦІЄЮ

Боротьба з хабарництвом та корупцією складає невід'ємну частину навчальної програми у всіх компаніях Групи. Ми запустили електронний курс з протидії хабарництву та корупції — ABC eLearning.

Це ключова частина антикорупційної програми, яка спрямована на зниження ризику хабарництва з боку наших співробітників або контрагентів. Курс пояснює, що таке хабарництво, які області є сферами високого ризику, як протистояти хабарництву та як

висловити своє занепокоєння, якщо ви знаєте або підозрюєте когось у скоєнні порушення.

Курс містить реальні приклади з життя, ілюструючи помилки, які були допущені нами або іншими людьми. Він обов'язковий для всіх працівників компанії. Оскільки ми прагнемо вести бізнес доброчесно та етично у всіх своїх операціях. Тільки працюючи разом, ми зможемо протистояти та викоринити хабарництво й корупцію.

СТАЛІ МАРКЕТИНГОВІ КОМУНІКАЦІЇ

Carlsberg Group приєдналася Planet Pledge — міжнародного зобов'язання маркетологів створювати сталі комунікації. Це означає, що Carlsberg Group бере на себе зобов'язання створювати та поширювати сталі, дружні до екології комунікації через команду маркетологів та корпоративні комунікації.

Planet Pledge — це структура, яку створила Всесвітня федерація рекламодавців (WFA). Вона організована для того, щоб об'єднати маркетологів усього світу навколо однієї цілі — стимулювати споживачів бути більш дружніми до клімату та екології. Оскільки маркетологи на пряму контактують зі споживачами, то в їхніх силах спілкуватися з ними так, щоби популяризувати Цілі сталого розвитку ООН, мета яких брегети здоров'я планети та добробут людей.

Carlsberg Group і Carlsberg Ukraine, зокрема, уже стали на шлях сталого розвитку, коли запустили програму «Ціль 4 НУЛІ: разом заради майбутнього». Приєднання до Planet Pledge — наступний логічний крок на цьому шляху.

Спеціально для цього в Carlsberg Group було розроблено гайд, який буде підтримкою маркетинг-команд, фахівців із корпоративних відносин та комунікацій на шляху до сталості. Там розміщені стратегічні поради, приклади сталих комунікацій. Ця програма націлена на те, щоби зробити маркетинг-команду ще одним потужним осередком посилення ідей екологічності, сталості, відповідального бізнесу та позитивного соціального впливу.

«Маркетинг — це місток між брендом і споживачем. Ми щодня виходимо до людей з комунікацією через найрізноманітніші види реклами, соціальні кампанії, івенти і так далі. В Carlsberg Group і Carlsberg Ukraine, зокрема, питання сталого розвитку зашите в ДНК. Ми намагаємося всі свої маркетингові прояви, запуски нової продукції узгоджувати з пріоритетами сталого розвитку. Наприклад, ми активно використовуємо систему оцінки нової продукції. Ця система визначає, як новий продукт, його упаковка та етикетка вплине на екологію. Тепер до цього ми будемо підключати удосконалену систему комунікації стосовно сталого розвитку. Ми вдячні своїм споживачам за довіру та готові з ними спілкуватися мовою сталості, щоби поширювати ідею екосвідомості»

Ірина Качура,
віцепрезидентка з маркетингу
в Carlsberg Ukraine.

ПОЛІТИКА DIVERSITY AND INCLUSION В CARLSBERG UKRAINE

Різноманітність і інклюзія є вкрай важливими аспектами бізнесу, а не просто нормативним вимогою. Наш погляд – розмаїття проявляється в будь-якій соціальній ідентичності (стать, вік, культурна або етнічна

приналежність, національність, фізичні здібності, політичні та релігійні переконання, сексуальна орієнтація або інші атрибути).

Інклюзивність для нас — це процес залучення, прийняття і визнання цінними всіх співробітників, незалежно від їх відмінностей і соціальної ідентичності. Це частина корпоративної культури.

У 2020 РОЦІ CARLSBERG UKRAINE УПЕРШЕ ВЗЯЛА УЧАСТЬ В ІНДЕКСІ КОРПОРАТИВНОЇ РІВНОСТІ

Український індекс корпоративної рівності – це національне дослідження корпоративних політик, правил та практик приватних і державних компаній щодо підтримки рівності й різноманіття, а також заборони дискримінації на робочому місці.

Carlsberg Ukraine уперше взяла участь в Індексі корпоративної рівності й одразу ввійшла в перелік компаній, які слідують Глобальним цілям сталого розвитку ООН, мають відкриту політику рівності та публічно проголошують свої цінності.

У компанії чітко сформульовані та активно діють політики D&I. Цей документ є основою ефективної інклюзії та управління різноманіттям в рамках всієї Carlsberg Group і забезпечує, як ми вважаємо, найкращу підтримку нашому бізнесу і всім нашим співробітникам.



МИ ОКРЕСЛИЛИ ЧОТИРИ ЗАГАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ, ЯКІ ВИЗНАЧАЮТЬ НАШУ ДОРОЖНЮ КАРТУ D&I:

- ✓ **Глобальне мислення** — розвиток глобального мислення співробітників, залучення їх міжнародного досвіду та досягнення культурної взаємоповаги. Це призводить до гнучкості організації та готовості до зростання.
- ✓ **Різноманітне коло талановитих співробітників** — залучення та розвиток співробітників з різним досвідом, поглядами, освітою тощо.
- ✓ **Інклюзивне керівництво** — керівництво, яке дає можливість усім співробітникам розкрити свій потенціал, підтримує сприятливий організаційний клімат.
- ✓ **Рівні можливості** — надання рівних можливостей кар'єрного та особистісного росту, що не залежать від соціальної ідентичності (рівні умови праці, рівна заробітна плата без врахування статі чи інших соціальних аспектів).



ЯК МИ ВТІЛЮЄМО ПРОГРАМУ D&I

Для втілення існуючих політик та для їхнього розширення та вдосконалення в Carlsberg Ukraine працює D&I комітет. До його складу входять 12 постійних учасників. Насамперед це співробітники HR-департаменту, департаменту корпоративних відносин. А також запрошені учасники — це представник різних функцій, яким є чим поділитися з командою (майстер-клас, лекції, особистий досвід).

НА ЧОМУ СФОКУСОВАНА НАША РОБОТА

- ▶ Гендерно нейтральний та вільний від стереотипів рекрутмент-процес
- ▶ Розвиток інклюзивного мислення
- ▶ Залучення працівників до процесу поширення політики D&I
- ▶ Рівні умови праці та рівна оплата праці
- ▶ Розвиток комплаєнс-культури

НАШІ ДІЇ ТА КРОКИ:

- ▶ Взаємодія з топ-менеджерами
- ▶ Навчання по усуненню стереотипів
- ▶ Регулярні опитування і топ-менеджменту, і працівників
- ▶ Налагоджена система внутрішніх комунікацій
- ▶ Створення гендерно нейтральних оголошень, публікацій, використання фемінітивів

НАШІ ОПИТУВАННЯ ПОКАЗУЮТЬ:

92%

готові на підтримку та розвиток культури D&I у Компанії

99%

готові працювати з командами різного віку

98%

працюють з колегами іншої статі

78%

працюють з людьми іншої сексуальної орієнтації

97%

працюють із багатонаціональними командами

95%

працюють з людьми різних релігійних та політичних поглядів

НАШІ РЕЗУЛЬТАТИ:

- ✔ Жінки становлять 36% від загальної кількості працюючих.
- ✔ 6,5% від загальної кількості працівників — люди з інвалідністю.
- ✔ Нашим працівникам від 21 до 70 років.
- ✔ Люди спілкуються у компанії трьома мовами, і ми чудово розуміємо кожну з них.
- ✔ Ми надаємо психологічну підтримку для адаптації наших співробітників до роботи в нових умовах.
- ✔ Ми допомагаємо сім'ям з дітьми адаптуватися до дистанційної роботи

НАШІ ЦІЛІ:



Збільшити кількість жінок у компанії до 40% у 2022 році



Створення ще більших можливостей для людей з інвалідністю



Збільшити кількість працівників покоління Z до 8% у 2022 році



Створити програми розвитку кар'єри для молодих працівників



Збільшити кількість працівників з інвалідністю до 4% у 2022 році



Продовжувати регулярний запуск навчальних програм для співробітників



Надалі розвивати лідерів з інклюзивними цінностями та толерантністю

ЕКОЛОГІЧНІ ІНІЦІАТИВИ У CARLSBERG UKRAINE

КАЛЕНДАР СТАЛИХ ЗВИЧОК

Це зовнішній проєкт на підтримку програми зі сталого розвитку «ЦІЛЬ 4 НУЛІ: разом заради майбутнього». Carlsberg Ukraine як відповідальний бізнес допомагає людям поглибити знання у сфері сталого життя. Ми розповідаємо про те, як наша компанія впроваджує Цілі сталого розвитку ООН у різні види бізнес-процесів. Ми пояснюємо, як кожна людина може позитивно вплинути на нашу планету та своє особисте життя.

МЕТА ПРОЄКТУ —
ПОПУЛЯРИЗУВАТИ ІДЕЮ
СТІЙКИХ ЗВИЧОК.

КАЛЕНДАР РОЗРОБЛЕНО НА ОСНОВІ 17 ЦІЛЕЙ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ООН. ЙОГО ЗАВДАННЯ — ПРОПАГУВАТИ ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТИЙ СПОСІБ ЖИТТЯ ТА ЩОДЕННО ДАВАТИ ПОРАДИ СПОЖИВАЧАМ, ЯК ЗРОБИТИ СВОЄ ЖИТТЯ БІЛЬШ ДРУЖНІМ ДО ДОВКІЛЛЯ.

Кожен місяць календаря присвячений одній або декільком цілям сталого розвитку. Наприклад, липень присвячений меті сталого розвитку №12. Основними її завданнями є перехід до раціональної моделі споживання і виробництва, зменшення відходів. Carlsberg Ukraine пояснює, чому важливо сортувати сміття, чим корисний апсайклінг, чому краще мінімізувати використання вологих серветок тощо. Жовтневий календар присвячений Цілі 6. Його головні завдання — забезпечити людство чистою та доступною питною водою. Компанія розповідає, як досягла «нульових витрат води» завдяки програмі TTZ і дає поради, як дбайливо використовувати воду в повсякденному житті.

Люди можуть завантажити календар і синхронізувати його з календарем на своїх телефонах і планшетах. Кожного місяця людина отримує повідомлення про мету сталого розвитку. У повідомленні зазначено, що означає ця мета та як ви можете сприяти її досягненню.



КАЛЕНДАР
СТАЛИХ
ЗВИЧОК

КЛІМАТ- КОНТРОЛЬ!

прості поради
для кращого завтра



Пріоритетні напрямки:

екологічність, свідоме та відповідальне споживання та турбота про довкілля.

Канали комунікації:

сайт Календаря, співпраця з медіа The Village Україна та Facebook The Village Україна.

Зацікавлені сторони:

широке коло суспільства

НАШІ РЕЗУЛЬТАТИ:

12

постів у Facebook
(охоплення аудиторії — 671039,
залучення — 48091)

4700

користувачів

12

публікацій у ЗМІ
(охоплення — 27252)

751 082

загальна кількість контактів



«БАТАРЕЙКИ, ЗДАВАЙТЕСЯ»

Carlsberg Ukraine проводить збір використаних батарейок. Проєкт втілюємо разом із організацією «Батарейки здавайтеся». Це єдина громадська організація в Україні, яка налагодила механізм переробки батарейок на реальному заводі із переробки батарейок у Європі — GreenWEEE у Румунії. В Україні батарейки не переробляються.

Пункти збору використаних батарейок є на всіх заводах і в регіональних офісах Carlsberg Ukraine. Одна така коробочка рятує до 8000 м² землі від безповоротного забруднення токсичними речовинами.

ПІДТРИМКА ГРИ ЗІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ВІД МЕРЕЖІ ГЛОБАЛЬНОГО ДОГОВОРУ ООН

Мережа Глобального Договору ООН в Україні запустила гру Sustainable Development Goals. Гра — це розробка Глобального договору ООН. Україна отримала ексклюзивне право на поширення та адаптацію цих матеріалів.

Мета гри — зацікавити темою сталого розвитку якомога ширше коло людей, а також — дати можливість перевірити обізнаність з Цілями сталого розвитку тим, для кого ця тема

не є новою. Гру рекомендовано для викладачів університетів, студентів, які вивчають курси, пов'язані зі сталим розвитком, а також — усім зацікавленим у цій сфері.

За правилами гри, гравці кидають виклик одне одному, намагаючись досягти ЦСР до 2030 року. Так, у ході гри вони отримують базові знання про 17 Цілей, викладених у вигляді якісних та кількісних завдань на наступні роки.



Мета — досягти Цілей сталого розвитку до 2030 року, давши правильні відповіді на 20 запитань, що в сумі принесуть 100 балів.

Carlsberg Ukraine підтримала просвітницьку місію гри, аби долучитися до формування культури сталої поведінки в Україні.

ПРОЄКТ ОЗЕЛЕНЕННЯ ЛЬВОВА

У Міжнародний день дій на захист клімату співробітники «Львівської пивоварні» взяли участь у глобальному екологічному проєкті Greening The Planet. В Україні акція отримала назву — «Озеленення України. Озеленення планети».

Перший етап проєкту передбачав висадку дерев у містах, зокрема у Львові, на локаціях, де бракує озеленення. Іменне дерево «Львівська пивоварня з 1715 року» з'явилося на проспекті Свободи у центрі міста.

Основна мета проєкту — зробити планету зеленішою, а повітря чистішим, висадити якомога більше дерев, об'єднати людей, привернути увагу до проблем екології. За один день у Львові висадили п'ять видів дерев — липа, клен, гіркокаштан, груша калері, тюльпанове дерево.

«Львівська пивоварня» вважається найстаршою в Україні і починає свою історію з 1715 року. Працівники пивоварні беруть традиції і тішать не тільки якісною продукцією, а й небайдужістю до культурного і міського життя Львова, а тому охоче приєднуються до благодійних, міських ініціатив, серед яких і актуальна висадка дерев. Ми хочемо, аби Львів був комфортним для містян та наших гостей. Збереження планети та екології — пріоритет людства. А ми як частина Carlsberg Ukraine працюємо відповідно до засад сталого розвитку, а тому охоче підтримали проєкт із озеленення Львова»

Оксана Сніжинська, представниця «Львівської пивоварні», яка брала участь в акції



CARLSBERG UKRAINE: РЕЙТИНГИ ТА НАГОРОДИ 2021 РОКУ

ТОП-50 найкращих
роботодавців (Forbes)



Топ-25 українських
компаній-експортерів



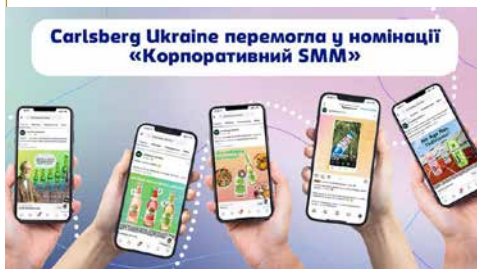
ТОП-100.
Рейтинги найбільших



Кращі КСВ-проекти
від Pro Bono Club Ukraine



Найкращий
корпоративний SMM



«Сумлінний платник
податків — 2020»



Кращий бренд роботодавця
та Кращий HRD



ТОП-10 як потенційний роботодавець
чи місце для стажування



Топ-25 успішних маркетингових
кампаній



20 нагород
за високу якість продукції*



Подвійний срібний успіх Carlsberg Ukraine
на конкурсі East European Beer Award



* XXIV Міжнародний конкурс пива,
безалкогольних, слабоалкогольних напоїв,
мінеральних вод та пивоварного солоду)

АДМІРНЕ СПОЖИВАННЯ АЛКОГОЛЮ ШКІДЛИВЕ ДЛЯ ВАШОГО ЗДОРОВ'Я

СОЦІАЛЬНІ ІНІЦІАТИВИ CARLSBERG UKRAINE



«ЛВІВСЬКЕ» — НОВИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ СПОНСОР ЗБІРНОЇ КОМАНДИ УКРАЇНИ З ФУТБОЛУ

Із січня 2021 року бренд «Львівське» став новим Національним спонсором збірної України з футболу. Президент Української асоціації футболу, член Виконкому УЄФА Андрій Павелко: «Зараз Україна та увесь світ зіткнулися з серйозними випробуваннями і дуже важливо в такий час заручитися підтримкою надійного партнера. Ми раді початку співпраці з провідним гравцем на півночному ринку. 2021 рік — це важливий рік для нашої команди, адже збірна буде грати у фінальній частині Євро-2020. Це повинна бути потужна колаборація. Ми готові до активної співпраці та в очікуванні реалізації спільних масштабних проєктів».

ТОРГОВА МАРКА «ЛВІВСЬКЕ» СТАВ ТИТУЛЬНИМ СПОНСОРОМ ФУТБОЛЬНОГО КЛУБУ «КАРПАТИ»

Із листопада 2021 року бренд «Львівське» став новим титульним спонсором клубу. Презентація спонсора та нової форми команди відбулося на території музею «Львівварня».

«Сьогодні ми можемо спостерігати початок нової глави у футбольному житті регіону: легендарні карпатські леви повертаються! Бути титульним спонсором головної

львівської команди — неймовірна честь для бренду «Львівське», адже ми маємо багато спільного та розділяємо однакові цінності. Бренд «Львівське», так само як і ФК «Карпати», є родом зі Львова, тому місія нашого бренду у цьому партнерстві — підтримувати свою регіональну гордість», — коментує Ірина Качура, віцепрезидентка з маркетингу Carlsberg Ukraine



МУЗЕЙ «ЛВІВАРНЯ» ПІДТРИМАВ КУБКОВИЙ МАТЧ МІЖ КОМАНДАМИ ВЕТЕРАНІВ ФК «КАРПАТИ» ТА ЗБІРНОЇ ЖУРНАЛІСТІВ УКРАЇНИ

Ветерани ФК «Карпати» та «Збірна журналістів» зустрічаються на футбольному полі третій раз, в кубковому протистоянні — вдруге. Такі матчі мають на меті об'єднання футболістів, які раніше були діючими спортсменами та журналістів із футбольної сфери. Команди грали у різних містах, здебільшого, перед матчами Національної збірної України

з футболу, в цей раз гра відбулась перед матчем «Україна-Боснія і Герцеговина».

Команду гравців Ветеранів ФК «Карпати» представили: Тлумак Андрій, Вовчук Любомир, Швед Василь, Шумський Віталій, Стронціцький Богдан, Володимир Шеремета, Мирон Маркевич, Артем Федецький та інші та чолі

з головним тренером команди Габором Вайдою.

Збірну журналістів України представили: В'ячеслав Шевчук (ІА «Центр новин»), Олександр Кісткін, (інформаційна служба УАФ), Євген Кузьменко, Євген Левченко (канал Футбол), Олександр Ващук (Еспресо ТВ) та інші на чолі з головною тренеркою Ольгою Витак.

ДОПОМОГА ЗАПОРІЗЬКИМ ЛІКАРНЯМ

Компанія Carlsberg Ukraine закупила 16 кисневих концентраторів для двох COVID-лікарень Запоріжжя. Втілити благодійну допомогу допоміг Всеукраїнський благодійний фонд «Крона». «Нова хвиля захворюваності — і знову лікарні зіштовхнулися з нестачею кисневого обладнання в стаціонарі. Ми запитали про основну потребу лікарень і одразу отримали відповідь — кисневі концентратори. Завдяки підтримці компанії Carlsberg Ukraine ми змогли закупити сучасні сертифіковані прилади, кожен генерує 10 л повітря на хвилину. До концентратора можна підключити двох пацієнтів. Це порятунком для понад 30-и пацієнтів із важкою кисневою недостатністю», — розповідає координаторка програм ВБФ «Крона» Лариса Сидельнік.

У 2020 році Carlsberg Ukraine виділила 6, 8 млн гривень для протистояння пандемії COVID-19. У співпраці з ВБФ «Крона» компанія закупила 8000 захисних костюмів для лікарів, три апарати ШВЛ та кисневі концентратори для медичних закладів Києва, Львова, Запоріжжя.



ЗАБІГ NO AGE RUN

Співробітники Carlsberg Ukraine взяли участь у благодійному забігу No Age Run. Від компанії було 13 учасників, які бігли на трьох дистанціях заради кращого сьогодні та завтра. А саме — зібрані кошти від заходу благодійний фонд «Життєлюб» та організатори Kind Challenge направили на покращення умов життя центру догляду за людьми похилого віку.



CARLSBERG UKRAINE РАЗОМ ІЗ ВИДАВНИЦТВОМ VIVAT ТА МЕЙ МАСК ПРОТИ ДОМАШНЬОГО НАСИЛЛЯ

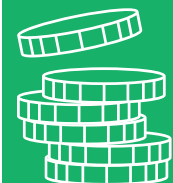
Carlsberg Ukraine підтримала благодійну ініціативу українського видавництва Vivat, що переклало та видало книгу Мей Макс — моделі, дієтолога та матері Ілона Маска. Оскільки письменниця ділиться в книзі досвідом аб'юзу, вона запропонувала передати 10 екземплярів книги соціально відповідальним компаніям, які внесуть благодійні пожертвування до фонду протидії домашньому насильству «Ла Страда — Україна». Carlsberg Ukraine з нульовою толеранцією до будь-якого виду дискримінації та насильства підтримала благодійний проект.

НЕФІНАНСОВА ДОПОМОГА CARLSBERG UKRAINE

Компанія співпрацює з банками їжі в Україні. За даними Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН, у світі 1,3 мільярда тонн продуктів харчування щороку викидають на смітник. Щоб скоротити марнотратство та допомогти знедоленим, була створена система банків продовольства, перший з яких відкрився у США в 1967 році. У 2021 році Carlsberg Ukraine співпрацювала з двома банками їжі в Україні, передаючи на потреби населення квас:

- ▶ «УКРАЇНСЬКИЙ ПРОДОВОЛЬЧИЙ ФОНД»
- ▶ БЛАГОДІЙНА ОРГАНІЗАЦІЯ «КІЇВСЬКИЙ МІСЬКИЙ БЛАГОДІЙНИЙ ФОНД «ФУДБЕНК»

Це неприбуткові суспільно корисні невідприємницькі організації, основною статутною метою якої є об'єднання зусиль різноманітних організацій, юридичних та фізичних осіб для здійснення благодійних заходів спрямованих на покращення продовольчого забезпечення соціально незахищених верств населення та боротьбу з голодом.



ЕКОНОМІЧНИЙ ВНЕСОК У СУСПІЛЬСТВО

Бізнес і продукція Carlsberg Ukraine відіграють важливу роль у розвитку суспільства, оскільки ми робимо вагомий внесок до державного та локальних бюджетів. Насамперед через створення прямих і непрямих робочих місць та сплату податків. У такий спосіб ми імплементуємо восьму ціль зі сталого розвитку ООН, мета якої — гідна праця та економічне зростання.

У Carlsberg Ukraine працює 1362 співробітники. Водночас один працівник Carlsberg Ukraine створює 16 робочих місць у суміжних галузях. Зокрема, в готельно-ресторанному бізнесі, на підприємствах постачальників, у сільському господарстві, у роздрібній торгівлі. Таким чином, працівники компанії у 2021 році створили

21792 робочі місця в суміжних галузях.

У 2021 році Carlsberg Ukraine до держбюджету України сплатила податків на суму понад 2946 млн грн. За результатами Вищої Рейтингової Комісії Всеукраїнського Ювілейного Рейтингу із визначенням переможців Звання «Сумлінний платник податків — 2020» Carlsberg Ukraine отримала перемогу у номінації «Галузі переробної промисловості» у категорії найбільших компаній.

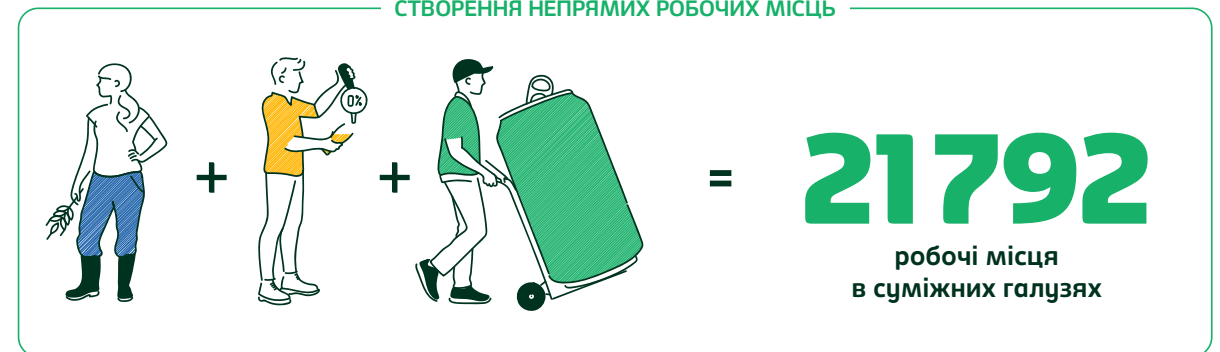
Компанія підтримує українську економіку не тільки сплатою податків. Для виробництва продукції Carlsberg Ukraine використовує матеріали, які в структурі витрат компанії займають 95% українських постачальників.



У 2021 РОЦІ CARLSBERG UKRAINE ДО ДЕРЖБЮДЖЕТУ УКРАЇНИ СПЛАТИЛА ПОДАТКІВ НА СУМУ

>2946
МЛН ГРИВЕНЬ

СТВОРЕННЯ НЕПРЯМИХ РОБОЧИХ МІСЦЬ



Carlsberg Ukraine

Тел. +38 (044) 490-29-29

info@carlsberg.ua

TELL US WHAT YOU THINK

We welcome feedback on our Together Towards ZERO programme, our progress and our ESG reporting.

Please contact us at sustainability@carlsberg.com