

Biti najbolji u onome što radimo

Izvešće o održivosti **2009.**



Karlovačka pivovara

Članica Heineken grupe

Sadržaj

		<ul style="list-style-type: none">● Radno okruženje 4● Ekonomski učinak 5● Lokalna nabava 8● Poslovna etika 8● Strukovne organizacije 9	<ul style="list-style-type: none">● Upravljanje kvalitetom 11● Učinkovita uporaba energije 12● Električna energija 13● Toplinska energija 13● Ispuštanje stakleničkih plinova 14● Optimizacija potrošnje vode 14● Odpadne vode 15● Otpad i recikliranje 15● Opasni otpad 16● Pakiranja 16			
				<ul style="list-style-type: none">● Karlovačka pivovara kao poslodavac 19● Zaštita na radu 22● Karlovačka pivovara - siguran susjed 23● Kvaliteta i sigurnost naših proizvoda 23● Odgovorno konzumiranje piva 24● Karlovačka pivovara u lokalnoj zajednici 26		
Predgovor	Profil tvrtke	Ekonomska dimenzija	Dimenzija zaštite okoliša	Društvena dimenzija	Mišljenje o izvješću	Jeste li znali?
1	3	4	11	19	28	29

Predgovor



S ponosom Vam predstavljam prvo Izvješće o održivosti Karlovačke pivovare. Ovaj dokument navodi najvažnije programe i aktivnosti Karlovačke pivovare tijekom 2009. godine koji se tiču ekonomskog, ekološkog i društvenog učinka Pivovare.

U skladu s time, Karlovačka pivovara svoju društvenu odgovornost vidi u sljedeća tri područja: pozitivnom odnosu prema lokalnoj zajednici, pozitivnom odnosu prema okolišu te promicanju odgovornog konzumiranja alkohola.

Karlovačka je pivovara, kao odgovorna tvrtka, prepoznala svoju ulogu u navedena tri područja i kontinuirano ulaže u njihov razvoj. Mi smo snažna kompanija sa stručnim i kompetentnim zaposlenicima i jakim brandovima te ćemo i dalje biti otvoreni i transparentni prema svim interesnim skupinama. Uvjeren sam da će ovo Izvješće o održivosti tome dodatno doprinijeti.

Kada bih morala definirati što za nas znači održivost, jednostavno bih rekla da ona podrazumijeva smanjenje negativnog i povećanje pozitivnog utjecaja naše tvrtke i brandova na okolinu u kojoj poslujemo. Mi smo zdrav gospodarski subjekt te sastavni dio naše lokalne zajednice i Republike Hrvatske, i takvim želimo ostati. Održivost podrazumijeva gledanje unaprijed, u budućnost – činiti i poslovati dobro danas, ali i sutra.

Ovo se Izvješće temelji na poslovnim aktivnostima i rezultatima Karlovačke pivovare za 2009. godinu. Unatoč uvjetima opadajućeg tržišta koji su obilježili tu godinu, Karlovačka je pivovara učvrstila snažnu

drugu poziciju na hrvatskom pivskom tržištu. Proslavili smo 155. rođendan i prvi put raspisali javni natječaj za dodjelu donacija kako bismo na što pristupačniji i transparentniji način doprinijeli realizaciji kvalitetnih projekata iz naše lokalne zajednice, grada Karlovca i Karlovačke županije.

Kada je riječ o pozitivnom učinku na okoliš, 2009. godine napokon smo pokrenuli projekt izgradnje pročišćivača otpadnih voda, što je prioritet Karlovačke pivovare od 2003. godine. Sredinom prošle godine pivovara je dobila certifikat ISO 14001, što dokazuje da sustav upravljanja okolišem u Karlovačkoj pivovari udovoljava uvjetima ove, međunarodno priznate, norme.

U srpnju 2009. godine Karlovačka pivovara supotpisala je inicijativu Ujedinjenih naroda Global Compact čime je potvrdila da podupire načela ove globalne inicijative koja se odnose na ljudska prava, prava radnika, zaštitu okoliša i borbu protiv korupcije. Predani smo tome da nastavimo poštivati deset inicijativa Global Compacta te da ih u svakodnevnom poslovanju i nadalje unapređujemo.

Ponosni smo na spomenuta dostignuća, ali ne stajemo na tome. Vjerujemo u kontinuirani rast i razvoj, a kao odgovorna tvrtka nastaviti ćemo ulagati u naše zaposlenike, brandove i tehnologiju radi dobrobiti našeg poslovanja, svih dionika te zajednice u kojoj poslujemo.

Monique Peters
Predsjednica Uprave

UTEMELJENO 1854.



KARLOVAČKA PIVOVARA
KARLOVAC



Profil tvrtke

Bogata tradicija proizvodnje piva u Karlovačkoj pivovari seže u 1854. godinu. Utemeljiteljem pivovare na Dubovcu smatra se barun Nikola Vranyczany koji je prije 156 godina izgradio posebnu zgradu za novu pivovaru pod nazivom „Perhovo”¹. Procesi modernizacije u Karlovačkoj pivovari započeli su tijekom 1960-ih, a pivovara se tehnološki dobro razvila do 1980-ih godina. Godine 1971. godišnja proizvodnja u Karlovačkoj pivovari iznosila je više od 500.000 hl piva, a 1985. godine ta količina raste na čak 850.000 hl. Godine 1984. Karlovačka je pivovara u suradnji s Gradom Karlovcem pokrenula popularni pivski festival „Dani piva”. Nakon uspostave nezavisne države Hrvatske, Karlovačka pivovara 1992. godine postaje dioničko društvo u vlasništvu svojih zaposlenika, a 1994. godine pivovaru kupuje Lukšić grupa iz Čilea.

Godine 2003. Karlovačka pivovara postaje članicom Heineken grupe, vodećeg europskog proizvođača piva. Kad je o održivosti riječ, ta je Grupa prema SAM Dow Jones indeksu (ovaj je indeks glavno globalno mjerilo održivosti tvrtki) najviše rangirani proizvođač alkoholnih pića. Od 2006. godine u stopostotnom smo vlasništvu Heineken grupe.

Trenutno je Karlovačka pivovara druga pivovara na hrvatskom tržištu. O stabilnosti tvrtke dovoljno govori činjenica da je u 2009. godini udio Karlovačke pivovare na opadajućem tržištu povećan na 24,5% (u odnosu na 22,8% iz 2008. godine; izvor: Grupacija proizvođača piva, slada i hmelja). Karlovačka pivovara danas proizvodi više od milijun hektolitara piva godišnje.

Karlovačka pivovara najveći je opskrbljivač pivom turističkih područja Hrvatske. Kao najveći hrvatski izvoznik piva, Karlovačka pivovara svoje proizvode izvozi u Australiju, Austriju, BiH, Njemačku, SAD, Sloveniju, Švedsku i Švicarsku. Snažan položaj najvećeg hrvatskog izvoznika piva s udjelom od oko 50% potvrđen je i osvajanjem zlatne medalje koja je dodijeljena Karlovačkom pivu na svjetskom pivskom natjecanju održanom krajem 2009. u Švedskoj.

Karlovačka pivovara u svom portfelju ima sljedeće brandove: Karlovačko svijetlo, Karlovačko Rally (bezalkoholno pivo), Heineken, Gösler Dark, Kaiser i Edelweiss Snowfresh. U pivovari na Dubovcu proizvodi se Karlovačko pivo i Karlovačko Rally, dok

se Heineken puni u Karlovcu. Ostali brandovi uvoze se iz sestrinske kompanije Brau Union iz Austrije.

Kombinirajući najviše međunarodne standarde s tradicijom proizvodnje piva u Hrvatskoj, misija Karlovačke pivovare je proizvodnja piva najviše kvalitete, osiguranje zadovoljstva kupaca i potrošača te doprinos lokalnoj zajednici i ostalim interesnim skupinama.

Vizija je Karlovačke pivovare postati najboljom pivovaram u Hrvatskoj, predvođeci tržište u održivom razvoju i oslanjajući se na naše temeljne vrijednosti: poštovanje, užitak, strast za kvalitetom, odgovornost, učinkovitost i otvorena komunikacija.

Princip održivosti sastavni je dio ključnih vrijednosti Karlovačke pivovare.

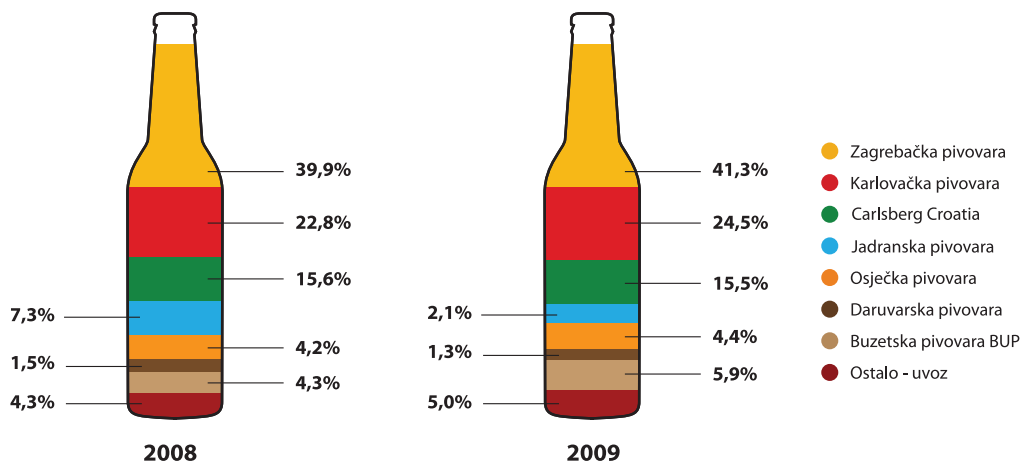


Karlovačka pivovara

Članica Heineken grupe

¹*Grupa autora, Karlovačka pivovara (1854.-1992.), Karlovačka tiskara, Karlovac (1992.)

Ekonomska dimenzija



2.1.

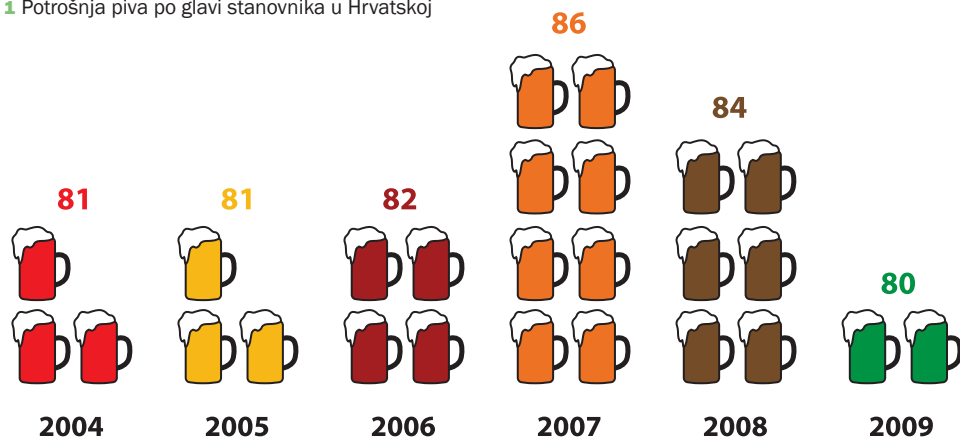
Radno okruženje

Hrvatska ima dobro razvijeno i konkurentno tržište piva čija tri glavna sudionika imaju 85% ukupnog tržišnog udjela. Karlovačka pivovara zauzima čvrsto drugo mjesto s rastućim udjelom na tržištu u 2009. godini.

trendu. Industrija piva uvelike ovisi o vremenskim uvjetima što je, u kombinaciji s nepovoljnim gospodarskim uvjetima na globalnoj i lokalnoj razini, pridonijelo padu potrošnje piva u 2008., odnosno 2009. godini ([slika 1](#)).

Hrvati uživaju u pivu pa je i potrošnja piva po glavi stanovnika do 2008. i 2009. godine bila u uzlaznom

slika 1 Potrošnja piva po glavi stanovnika u Hrvatskoj

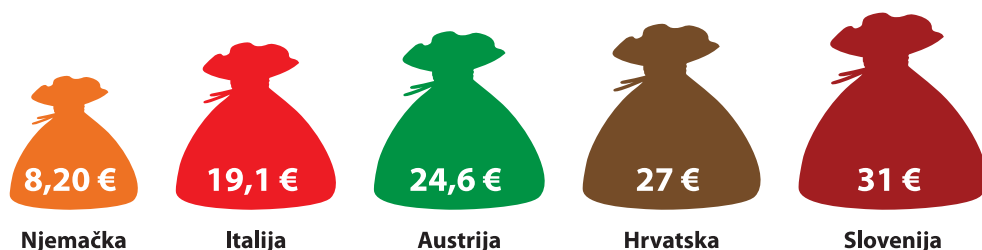


Kada je riječ o gospodarskom razvoju na lokalnoj razini u 2009. godini, primjećuje se znatan pad poslovnih aktivnosti. Navedeno je, u kombinaciji s najvećim slabljenjem gospodarstva od kraja 1993. godine u Hrvatskoj, rezultiralo padom BDP-a od 6%. Slab rast primanja, porast nezaposlenosti, stagnacija bankovnog kreditiranja građanstvu i zabrana rada nedjeljom bili su dominantni čimbenici koji su pridonijeli padu osobne potrošnje, odnosno padu u maloprodajnom sektoru od 10,3%.

Pad tržišta pивske industrije iznosio je 6%. No, zahvaljujući svojim snažnim programima i aktivnostima Karlovačka pivovara bilježi rast od gotovo 2% u udjelu na tržištu.

Regulatorno okruženje pивske industrije pokazuje da Hrvatska, u usporedbi s ostalim europskim zemljama (osim Slovenije), ima relativno visoke trošarine.

slika 2 Iznos trošarina na pivo u nekim europskim zemljama



**Napomena: Podaci u ilustraciji odnose se na 2009. godinu, novi Zakon o trošarinama stupio je na snagu 1. siječnja 2010.

2.2.

Ekonomski učinak

Karlovačka pivovara je u ožujku 2010. godine provela istraživanje socijalno-gospodarskog učinka poslovanja pivovare na lokalnu zajednicu i Republiku Hrvatsku. Istraživanje temeljeno na financijskim podacima Karlovačke pivovare iz 2009. godine, kao i na iscrpnim razgovorima s članovima Uprave za pivovaru je provela agencija Triple Value iz Nizozemske. Cilj ovog istraživanja bio je omogućiti Upravi analizu šireg socijalno-ekonomskog učinka vlastitih odluka i raspravu o istoj temi s različitim dionicima, utemeljenu na činjenicama i njihovim realističnim interpretacijama.

Rezultati istraživanja proizašli su iz ekonomskog modela kojega je razvila agencija Triple Value, a koji se temelji na analizi ulaznih i izlaznih podataka. Model razlikuje izravni lanac vrijednosti (koji se odnosi na Karlovačku pivovaru, izravne dobavljače i trgovinske partnere koji prodaju proizvode Karlovačke pivovare), neizravni lanac vrijednosti (poslovni partneri i dobavljači dobavljača Pivovare) te izazvane učinke (odnosi se na potrošnju u kućanstvima).

Ekonomska dimenzija

Kao što pokazuje istraživanje, sa stajališta Hrvatske dodana vrijednost za hrvatsko gospodarstvo koja proizlazi iz poslovanja Karlovačke pivovare važna je mjera razumijevanja učinka Pivovare na isto gospodarstvo.

Ta se dodana vrijednost sastoji od tri komponente:

- 1) plaća zaposlenika
- 2) poreza i
- 3) dobiti tvrtke, uštede i dividende.

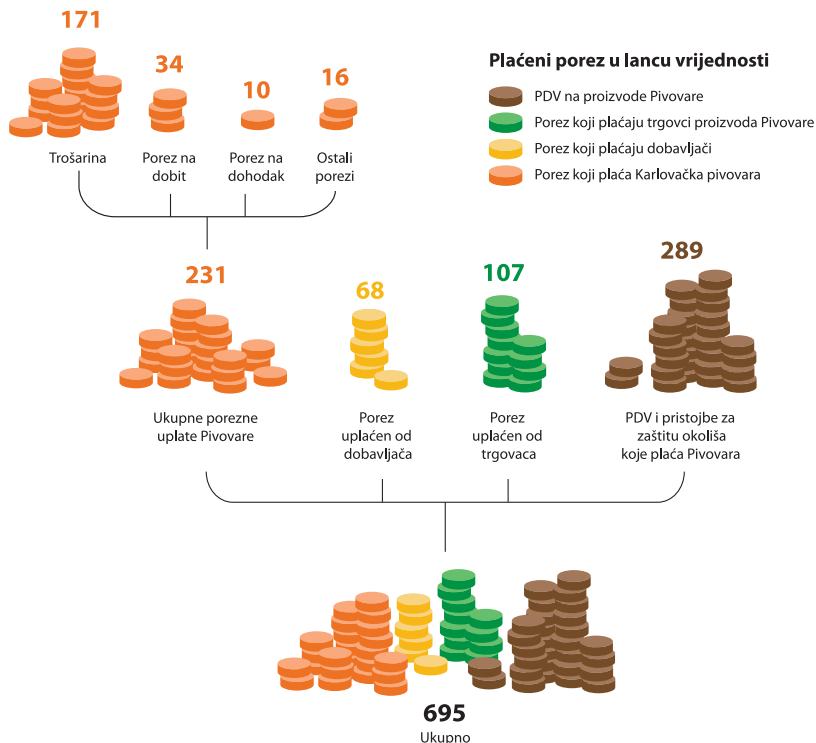
U 2009. godini, 1,451 milijardi kuna dodane vrijednosti u hrvatskom gospodarstvu može se, izravno ili neizravno, pripisati prisutnosti Karlovačke pivovare na tržištu. Od toga je 1 milijarda kuna (69%) stvoreno unutar lanca vrijednosti Karlovačke pivovare, dok je ostatak generiran izravnim i neizravnim učincima. Učinci koji su izravno povezani s Karlovačkom pivovarom uključuju, na primjer, zaposlenja i plaće zaposlenika Pivovare te izravne dobavljače i distributere koji prodaju proizvode Pivovare.

Neizravni učinci odnose se na dobavljače dobavljača Pivovare koji troše novac koji je Karlovačka pivovara platila direktnim dobavljačima.

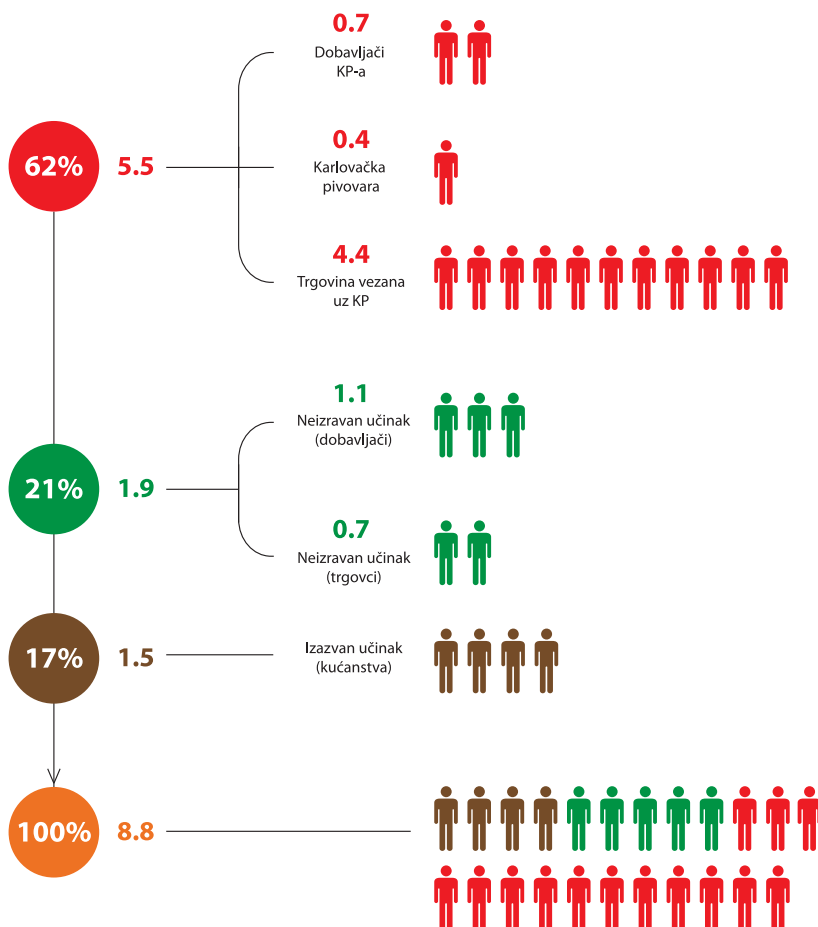
Za zaključiti je, stoga, da je gotovo 0,5% ukupne dodane vrijednosti u Hrvatskoj izravno ili neizravno povezano s prisutnošću Karlovačke pivovare na tržištu.

Porezni prihodi uplaćeni Vladi (927 milijuna kuna) zauzimaju najveći udio u dodanoj vrijednosti, što čini 64% ukupne dodane vrijednosti koja je povezana s Karlovačkom pivovarom. Najveći dio poreznih prihoda generira se u lancu vrijednosti Karlovačke pivovare (695 milijuna kuna ili 75%), od čega je Karlovačka pivovara izravno uplatila 231 milijun kuna (33%).

slika 3 Dijagram raspodjele poreza koje plaćaju Karlovačka pivovara i poslovni partneri (izraženo u milijunima kuna).



slika 4 Podjela poslova vezana uz prisutnost Karlovačke pivovare



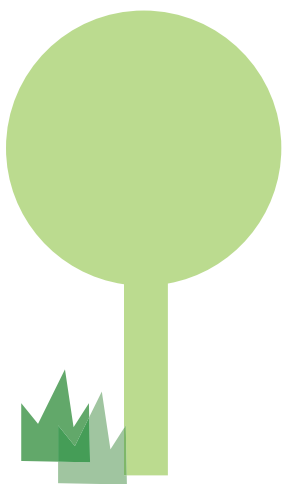
Kao što je vidljivo iz dijagrama na **slici 4**, lanac vrijednosti Karlovačke pivovare generira oko 5 500 radnih mjesta. Od tog broja, 397 osoba izravno je zaposleno u Karlovačkoj pivovari, 700 osoba su dobavljači a 4 400 ljudi radi u trgovinskom sektoru. Ako tome dodamo neizravna i na drugi način povezana, tj. izazvana, zanimanja, ukupan broj zaposlenika koji su na neki način vezani uz Karlovačku pivovaru iznosi 8 800. Drugim riječima, svako radno mjesto u Pivovari stvara 14 ostalih radnih mjesta u lancu vrijednosti. Dodamo li tome i neizravne učinke, svako radno mjesto u Karlovačkoj pivovari generira 22 nova radna mjesta izvan Pivovare.

Važno je naglasiti da je ovako velik broj povezan s Karlovačkom pivovarom, iako ne ovisi samo o njoj. Također, valja spomenuti i da sama činjenica da Karlovačka pivovara proizvodi pivo u Republici Hrvatskoj, točnije u Karlovcu gdje ima svoja postrojenja, znači da izravnu korist imaju lokalni (hrvatski) dobavljači, kao i hrvatske tvrtke i potrošači zbog dodatne potrošnje u hrvatskom gospodarstvu.

2.3.

Lokalna nabava

Karlovačka pivovara pozitivno doprinosi lokalnom poslovanju, odnosno lokalnoj nabavi. Naime, većina slada (62%) i kukuruzne krupice (67%) koje Karlovačka pivovara rabi u proizvodnji piva potječe od lokalnih proizvođača koji ječam i kukuruz kupuju od hrvatskih poljoprivrednika. Istraživanje socijalno-gospodarskog učinka Karlovačke pivovare u Hrvatskoj potvrdilo je učinak na sektor proizvodnje slada i uzgoj ječma stvaranjem 280 radnih mjesta koja su povezana s korištenjem lokalnog slada. Od toga su oko 220 radnih mjesta izravno (uzgajivači ječma za proizvodnju slada) i neizravno (vezano uz potrošnju tvrtki i kućanstava) povezana s poljoprivrednim sektorom.



2.4.

Poslovna etika

Kao važan subjekt hrvatskog gospodarstva i dio istaknute svjetske pivarske grupacije Heineken, Karlovačka pivovara d.o.o. u svom poslovanju poštuje hrvatske zakone i međunarodne poslovne standarde. Karlovačka pivovara jedan je od ključnih poslovnih subjekata u lokalnoj zajednici i zemlji te, kao takav, prepoznaje i poštuje svoju društvenu odgovornost.

U nastojanju da postane najboljom pivovarom u Hrvatskoj, Karlovačka je pivovara posvećena zadovoljenju potreba svojih potrošača. Pritom se radnici Karlovačke pivovare smatraju predstavnicima svoje kompanije. Ugradiši temeljne vrijednosti Heinekena – kvalitetu, strast i poštovanje – u sve aktivnosti koje poduzima, Karlovačka pivovara nastoji očuvati kulturu profesionalnog i etičnog ponašanja svojih radnika. Usvajanje i primjena Heinekenovog Kodeksa ponašanja u poslovanju dio je programa korporativne odgovornosti kojim se osigurava integritet poslovanja Karlovačke pivovare.

Kodeks ponašanja u poslovanju dio je samoregulatorajućih politika koje pridonose integritetu Karlovačke pivovare i potiču njenu korporativnu odgovornost. Kodeks sadrži pravila kojih se radnici moraju pridržavati kad djeluju kao predstavnici Karlovačke pivovare, a uključuje sljedeće elemente: zakonske propise, sprečavanje prijevара, sukobe interesa, poslovne poklone, korupciju, aspekte lanca opskrbe, savjetovanje, prijavu kršenja pravila.

Kodeks ponašanja u poslovanju je u Karlovačkoj pivovari implementiran 2006. godine kada su održane interne prezentacije i radionice za sve zaposlenike. Politika Karlovačke pivovare podrazumijeva uručenje primjerka Kodeksa i informiranje novih zaposlenika o pravilima i uredbama koje su sadržane u njemu.

Uz Kodeks ponašanja u poslovanju, Karlovačka pivovara primjenjuje i interni postupak dojavljivanja (*Whistle Blowing Procedure*) u slučajevima ozbiljnog kršenja poslovne prakse tvrtke ili ozbiljnih nepravilnosti. Godine 2009. nije prijavljen niti jedan slučaj kršenja Kodeksa.

2.5.

Strukovne organizacije

Osim internog Kodeksa ponašanja u poslovanju, Karlovačka je pivovara 2006. godine uvela Heinekenov kodeks ponašanja u poslovanju za dobavljače koji predstavlja standardni zahtjev da dobavljači prihvate odgovornost za aktivnosti koje provode. Do danas su taj Kodeks potpisala više od 104 dobavljača (86%), čime se obavezuju na zaštitu ljudskih prava, okoliša i općih pravila poslovne etike.

Od 104 dobavljača koja su potpisala Kodeks, 21 dobavljač posluje u ili u okolini grada Karlovca, dok je 60 dobavljača iz ostalih dijelova Hrvatske. Karlovačka pivovara ulaže znatne napore u pronalazak kvalitetnih dobavljača iz regije i u promicanje njihovog usklađivanja s Heinekenovim smjernicama i očekivanjima.

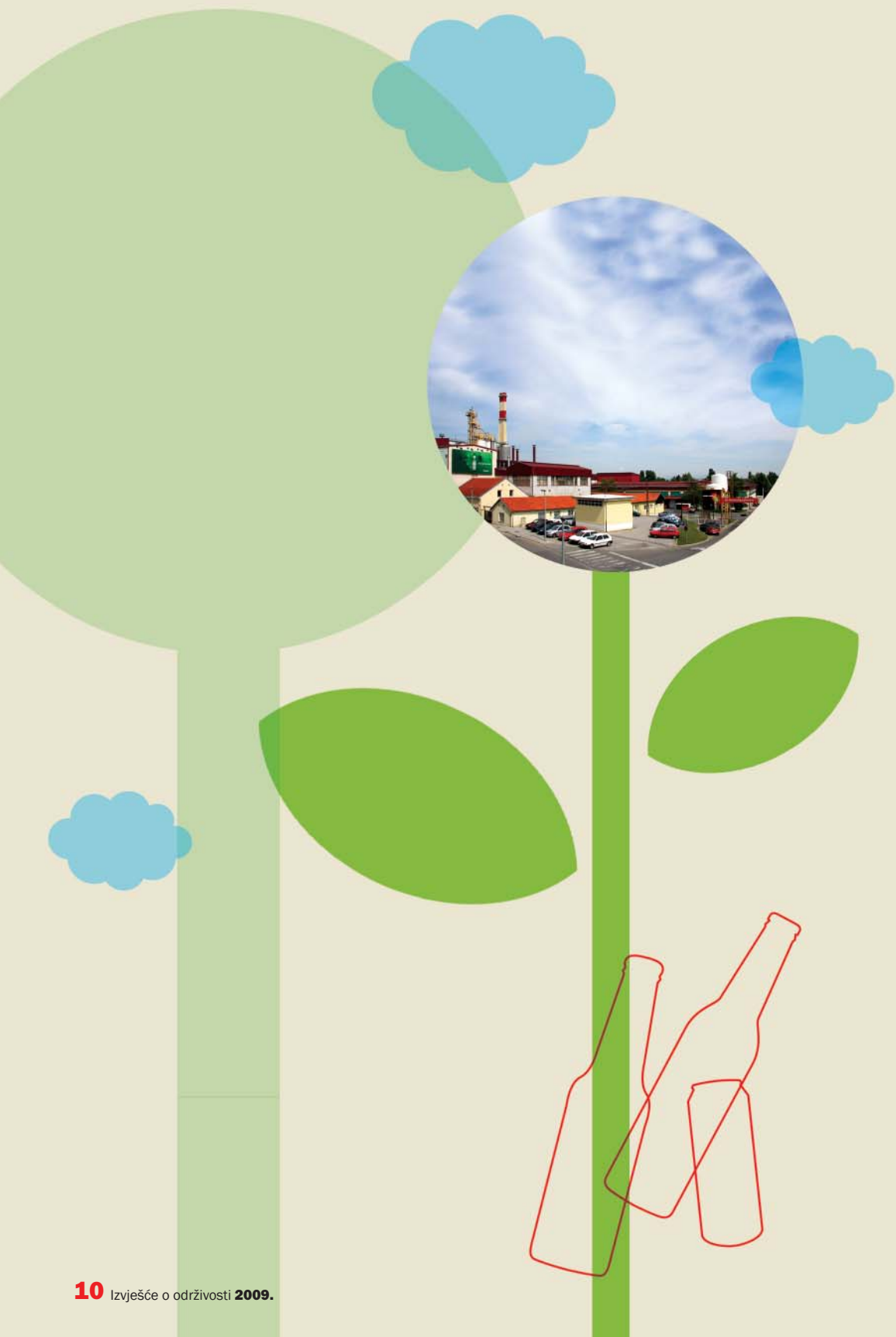
Hrvatski proizvođači piva okupljeni su u Grupaciju proizvođača piva, slada i hmelja pri Hrvatskoj gospodarskoj komori. Cilj je ove organizacije služiti kao platforma za raspravu o zajedničkim temama koje su značajne za pivsku industriju, kao i sudjelovati u samoregulaciji i poboljšanju ugleda industrije.

Grupacija je dosad pokrenula različite inicijative poput izdavanja knjižice „Korisni učinci umjerenog konzumiranja piva“ (2006.) koja je prilagođeno izdanje publikacije europskih proizvođača piva *Brewers of Europe*. Cilj je promicati zdrav način života i naglasiti kako pivo može imati pozitivne učinke na ljudsko zdravlje – no, samo ako se konzumira u umjerenim količinama.

Zajedno s ostalim pivovarama, Karlovačka je pivovara potpisala Kodeks odgovornog marketinškog komuniciranja (2005.) koji uključuje pravila i uredbe o odgovornom oglašavanju. Cilj je 2010. godine ažurirati Kodeks kako bi bio usklađeniji s europskim normama.

Karlovačka je pivovara članica i Hrvatske udruge poslodavaca te Američke gospodarske komore (AmCham) u Hrvatskoj.





Dimenzija zaštite okoliša

3.

3.1.

Upravljanje kvalitetom poslovanja i proizvoda

Za dugoročno održiv i uspješan rad Karlovačke pivovare nužno je da kvaliteta proizvoda i usluga budu u skladu sa zahtjevima potrošača, kupaca i visokim očekivanjima dioničara. Odgovarajuća kvaliteta i učinkovita kontrola kvalitete podržavaju unapređenje ugleda Pivovare i jačanje njezine pozicije na tržištu. Stoga Karlovačka pivovara poseban značaj pridaje onim aktivnostima koje doprinose daljnjem poboljšanju ukupne kvalitete poduzeća.

Krajem siječnja 2008. godine Karlovačka je pivovara uspješno prošla postupak certifikacije prema normama ISO 9001 i ISO 22000. Certifikate je pivovari dodijelila međunarodna certifikacijska kuća SGS.

Certifikat ISO 9001 – Sustav upravljanja kvalitetom podrazumijeva upravljanje kvalitetom poslovanja tvrtke, odnosno obuhvaća poslovne procese u kompaniji, uključujući razvoj novih proizvoda, te omogućuje neprekidno poboljšavanje proizvoda i procesa. Koristi od primjene sustava upravljanja kvalitetom prema ISO 9001 uključuju povećanje efikasnosti proizvodnje, smanjenje broja pogrešaka i popravaka, povećanje zadovoljstva kupaca, vlasnika, zaposlenika i ostalih zainteresiranih strana, kontinuirano unapređivanje ukupnog poslovanja, kao i međunarodno priznat i prepoznat sustav upravljanja kvalitetom.

Certifikat ISO 22000 – Sustav upravljanja sigurnošću hrane definira model sustava upravljanja sigurnošću hrane koji se temelji na identifikaciji i analizi specifičnih opasnosti te utvrđivanju preventivnih mjera. HACCP, kojega je Karlovačka pivovara uvela 2005. godine, integriran je u ISO 22000. Oba sustava odnose se na upravljanje sigurnošću hrane, ali ISO 22000 uključuje i dodatne kontrole i zahtjeve koji doprinose višem stupnju sigurnosti. ISO 22000 definira nužne faktore za uspostavljanje, dokumentiranje, implementiranje i održavanje učinkovitog sustava upravljanja sigurnošću hrane. Karlovačka pivovara je prva pivovara u Hrvatskoj s ISO 22000 certifikatom.

U travnju 2009. godine u Karlovačkoj pivovari provedena je certifikacijska revizija prema normi ISO 14001 koja se odnosi na sustav upravljanja okolišem. Ugledna međunarodna certifikacijska kuća SGS ocijenila je da sustav upravljanja okolišem Pivovare ispunjava zahtjeve ove međunarodno priznate norme.

ISO 14001 – Sustav upravljanja okolišem postavlja zahtjeve za planiranjem, uspostavom, primjenom i nadzorom upravljanja okolišem. ISO 14001 norma je koju tvrtke i organizacije uvode na dobrovoljnoj bazi i time potvrđuju svoju orijentaciju k održivosti poslovanja te namjeru da svoje poslovanje poboljšaju prema zahtjevima očuvanja okoliša. Politika upravljanja okolišem obuhvaća utvrđivanje aspekata i utjecaja na okoliš cjelokupnog poslovanja, stalnu analizu aspekata okoliša, stalno usklađivanje s važećim zakonima i podzakonskim propisima, poduzimanje odgovarajućih mjera za smanjenje mogućih negativnih utjecaja na okoliš i stalno poboljšavanje učinaka na okoliš. Karlovačka pivovara zalaže se za kontinuirana poboljšanja i ulaganja u unapređenje sustava zaštite okoliša i edukaciju svojih zaposlenika.

Godine 2010. u Karlovačkoj će pivovari biti provedena certifikacija za OHSAS 18001 koji se odnosi na sustav zaštite zdravlja i sigurnosti na radu.



3.2.

Učinkovita uporaba energije

Iako proizvodnja piva načelno ne spada u zagađivače značajnijeg negativnog utjecaja na okoliš, vjerujemo da je važno kontinuirano raditi na zaštiti okoliša i u to mnogo ulažemo. Revizije i kontrole procesa vezanih uz zaštitu okoliša dio su redovnih postupaka u Karlovačkoj pivovari.

Trenutno se gradi sustav pročišćavanja otpadnih voda, što je od 2003. godine naš prioritetni projekt. Dobivene su sve potrebne dozvole, kamen temeljac položen je u ljeto 2009. godine te se očekuje da će građevinski radovi biti završeni sredinom 2010. godine. Projekt uključuje i rekonstrukciju kanalizacijskog sustava, a njegova je ukupna vrijednost 3,6 milijuna eura.

Karlovačka pivovara predana je održivosti. U svom smo poslovanju usredotočeni na nekoliko područja, od kojih je jedno učinkovita uporaba energije.

Energija koju rabimo u Pivovari uglavnom potječe iz neobnovljivih izvora pa kontroliramo njenu potrošnju da bismo smanjili učinak na okoliš i troškove poslovanja.

Jedan od načina kontrole potrošnje energije je primjena programa za proizvodnu izvrsnost *Total Productive Management* (TPM). TPM predstavlja kontinuirane i dosljedne napore usmjerene eliminaciji svih vrsta gubitaka. Pojam gubitak odnosi se na niz područja, a prvenstveno uključuje gubitak energije (struja, para), gubitak vode, piva, radne snage...

Uzmimo za primjer proces proizvodnje i distribucije pare - ako režim nije konstantan, mogu se dogoditi gubici, a čak i male nepravilnosti na opremi mogu za posljedicu imati gubitak pare. Računica kaže da je količina pare koja se gubi tijekom razdoblja od jedne godine (u slučaju da ventil nije pravilno zatvoren) dovoljna za proizvodnju čak 40 paleta piva!

Iako se najviše energije koristi u proizvodnom procesu, Karlovačka je pivovara 2009. godine pokrenula interni program podizanja svijesti o učinkovitom korištenju energije namjenjen svim zaposlenicima pivovare. Cilj je bio podići svijest o tome da svatko na svom radnom mjestu može doprinijeti toj svrsi. Informacije o ovom internom programu distribuirane su svim internim komunikacijskim kanalima (intranet Karlovačke pivovare – HeiPORT, interni časopis, plakati).



3.3.

Električna energija

Električna se energija rabi za funkcioniranje strojeva i prijevoznih sustava, prijevoz naših proizvoda i radnog materijala, proizvodnju rashladne energije i kompresiranog zraka. U skladu s tim, glavni potrošači električne energije su iz proizvodnih pogona rashladne energije, punjenja i ambalaže te proizvodnje sladovine.

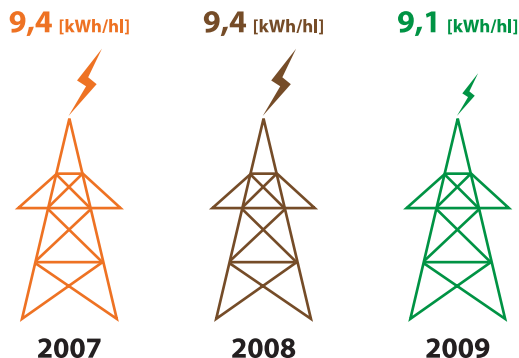
Karlovačka pivovara ne proizvodi vlastitu električnu energiju nego je nabavlja iz javne električne mreže.

Godine 2009. potrošnja električne energije u Karlovačkoj pivovari iznosila je 9,1 kWh/hl, što predstavlja pad u odnosu na prethodne godine. Kratkoročan je cilj postići potrošnju od 9,0 kWh/hl, prema mjerilima koje postavlja Heineken te 2012. godine postići ciljanu potrošnju od 8,70 kWh/hl.

Aktivnosti provedene u području uštede električne energije odnose se na optimizaciju uporabe energije u energetskom postrojenju primjenom modernih sustava upravljanja. Uz to, neizravnim načinom smanjujemo uporabu električne energije poboljšanjem učinkovitosti linija za punjenje.

Kratkoročan je plan Pivovare i dalje smanjivati uporabu električne energije uspješnom primjenom TPM programa pri proizvodnji kompresiranog zraka i hlađenja.

slika 5 Potrošnja električne energije



3.4.

Toplinska energija

Toplinska energija koristi se u prvoj fazi proizvodnje piva (u varionici) te uključuje procese vezane uz osiguranje kvalitete (čišćenje), pasterizaciju (toplinska obrada završnog proizvoda), grijanje proizvodnih pogona i ureda. Izvor toplinske energije je kotlovnica Karlovačke pivovare.

Potrošnja je toplinske energije po proizvodnoj jedinici u opadanju – od 150 MJ/hl u 2005. godini do 115 MJ/hl u 2009.

Značajna ušteda toplinske energije postignuta je optimizacijom internih sustava (na primjer, prikupljanje kondenzata povećano je s 65 na 80%). Godine 2009. ovi su napori rezultirali uštedom energije od 11% po hl proizvedenog piva u odnosu na 2008. godinu.

slika 6 Potrošnja toplinske energije



*Standardna mjera za usporedbu svih parametara u smislu potrošnje energije i ekološki učinak gleda se u odnosu na hektolitre proizvedenog piva.

Dimenzija zaštite okoliša

3.5.

Ispuštanje stakleničkih plinova

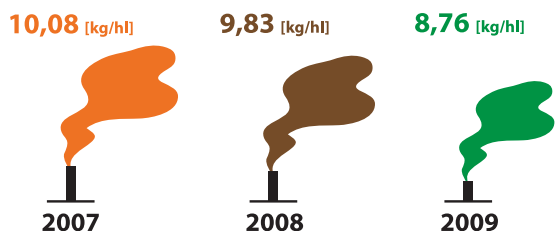
Ispuštanje stakleničkih plinova koje se javlja uslijed izgaranja fosilnih goriva smatra se jednim od glavnih uzroka klimatskih promjena. Ako se nešto ne poduzme, ova će pojava vremenom utjecati na naše poslovanje i financijske troškove.

Upravo stoga Karlovačka pivovara ima jasan interes promijeniti i smanjiti uporabu energije.

CO₂ koji nastaje fermentacijom u procesu proizvodnje piva „vraća se“ u prirodni ciklus i ne utječe na stvaranje efekta staklenika, dok CO₂ nastao izgaranjem fosilnih goriva (tzv. direktni CO₂) doprinosi stvaranju stakleničkog efekta.

U Karlovačkoj pivovari pomno pratimo ispuštanje CO₂ uslijed izgaranja goriva u kotlovnici te internog prijevoza. Od 2007. godine bilježi se pad ispuštanja CO₂ po hl proizvedenog piva za 13%.

slika 7 Emisije “direktnog” CO₂



3.6.

Optimizacija potrošnje vode

Bez vode nema piva. Voda se koristi u svim fazama proizvodnje piva pa se i ne može dovoljno naglasiti važnost odgovorne potrošnje vode.

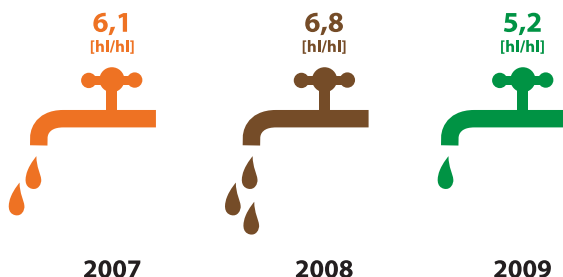
Potrošnju vode u Karlovačkoj pivovari pomno pratimo bilježeći potrošnju po proizvodnoj jedinici. Naš je cilj stalno unapređenje sustava kako bismo smanjili potrošnju vode te očuvali vrijedne izvore za buduće generacije.

Voda se koristi za varenje, prijevoz piva te popratne aktivnosti, poput čišćenja tijekom proizvodnje i pakiranja, hlađenja i grijanja. Karlovačka pivovara koristi vodu lokalnog dobavljača, a izvori se nalaze u blizini same pivovare.

Od dolaska Heinekena u Karlovačku pivovaru, mnogo se napora uložilo u optimizaciju potrošnje vode. Zahvaljujući takvim nastojanjima, tijekom godina smanjili smo potrošnju vode (uz iznimku 2008. godine kada su se pojavili problemi s curenjem na glavnoj dobavnoj cijevi našeg sustava).

Zaposlenici Karlovačke pivovare poduzimaju niz aktivnosti kako bi smanjili potrošnju vode. Te aktivnosti uključuju smanjenje potrošnje vode u peraicama boca, optimizaciju čišćenja, poboljšanje učinkovitosti linija za pakiranje, primjenu dnevnog kontrolnog sustava za praćenje potrošnje po odjelima.

slika 8 Prikaz potrošnje vode



3.7.

Otpadne vode

Izgradnja postrojenja za obradu otpadnih voda (pročišćivača) prioritet je Karlovačke pivovare od 2003. godine. Godine 2009. Pivovara je ishodovala građevinsku dozvolu za izgradnju pročišćivača, a cilj nam je u 2010. godini završiti s građevinskim radovima i pustiti postrojenje u pogon.

Postrojenje za obradu otpadnih voda Karlovačke pivovare je najmoderniji anaerobni sustav koji na malom i kompaktnom prostoru omogućava visoku razinu pročišćavanja otpadnih voda. Projekt izgradnje postrojenja za obradu otpadnih voda uključuje i rekonstrukciju kanalizacijskog sustava i različite faze pročišćavanja otpadnih voda: mehaničko čišćenje, stabilizaciju, biološke procese čišćenja vode te, na kraju, aeriranje.

Karlovačka je pivovara tijekom godina nastojala unaprijediti kvalitetu otpadnih voda. Tako je smanjena količina fosfora u otpadnim vodama, ali i kemijsko i biološko zagađenje zahvaljujući odvajanju i recikliranju nusproizvoda (kvasac, kiselgur, pivo, pivski trop) koji se koriste kao stočna hrana, sirovine za industriju alkoholnih pića ili kompost.

Karlovačka pivovara otpadne vode ispušta u gradski kanalizacijski sustav a dovršetak postrojenja za obradu otpadnih voda omogućit će ispuštanje sa smanjenom visinom KPK i BPK (kemijskog i biološkog zahtjeva za kisikom).

3.8.

Otpad i recikliranje

Poput svake druge industrije, u procesu proizvodnje Karlovačke pivovare nastaju nusproizvodi koji se kasnije rabe kao stočna hrana, sirovine za industriju ili kompost.

Nusproizvodi proizvodnje piva uključuju kvasac, pivski trop, potrošeno pivo i medije za filtriranje piva, što čini 89,5% ukupno odvojenog materijala. Od toga se pivski trop kasnije rabi kao stočna hrana, kvasac i jedan dio korištenog piva koriste se za proizvodnju alkohola, a ostatak se dalje koristi kao materijal za proizvodnju komposta.

Pregled nusproizvoda i neopasnog otpada 2009. godine:

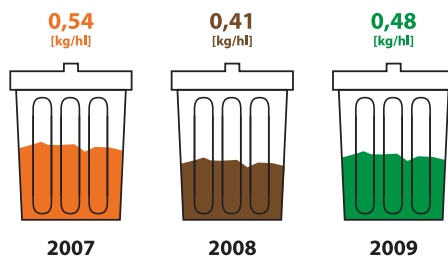
	Količina (u godini) [t]	Reciklirano/uporabljeno
Nusproizvod	17 723	100%
Ambalaža*	1 583	100%
Ostali ind. otpad**	491	1,5%

*Ukupni pakirni materijal kojeg pivovara sakupi (staklo, karton, limenke, palete...)

**Najveći dio odnosi se na komunalni otpad

Karlovačka pivovara kontinuirano nastoji smanjiti količinu nerekiciranog (komunalnog) otpada tako da povećava vrste otpada koje se posebno odvajaju i prikupljaju. Godine 2009. postojale su 32 vrste različitih nusproizvoda i otpada koje su se prikupljale i odvajale.

slika 9 Nerekicirani industrijski otpad



Dimenzija zaštite okoliša

3.9.

Opasni otpad

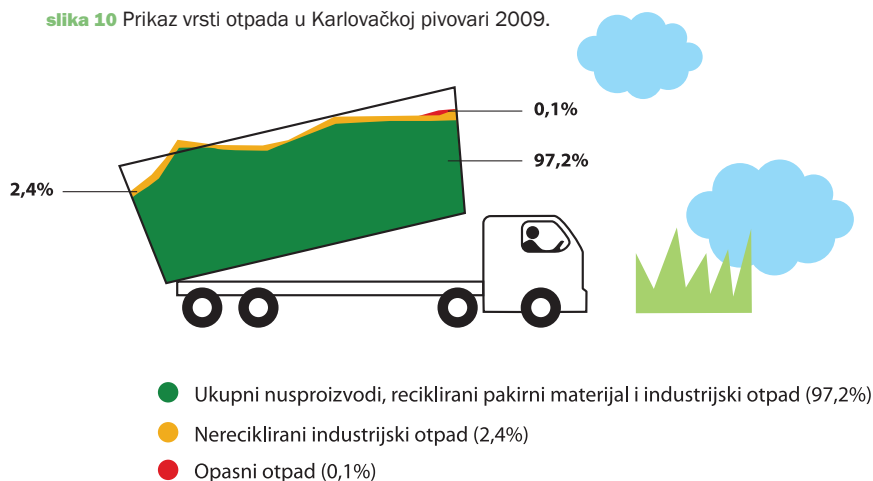
Opasni otpad čini malen dio ukupne količine nusproizvoda i otpada (0,1%). Godine 2009. zbrinuto je 10 tona opasnog otpada, od čega se najveći dio odnosi na elektronički otpad i hladnjake. Opasne kemikalije, kao i ambalažu opasnih kemikalija, zbrinjava ovlaštena vanjska tvrtka.

3.10.

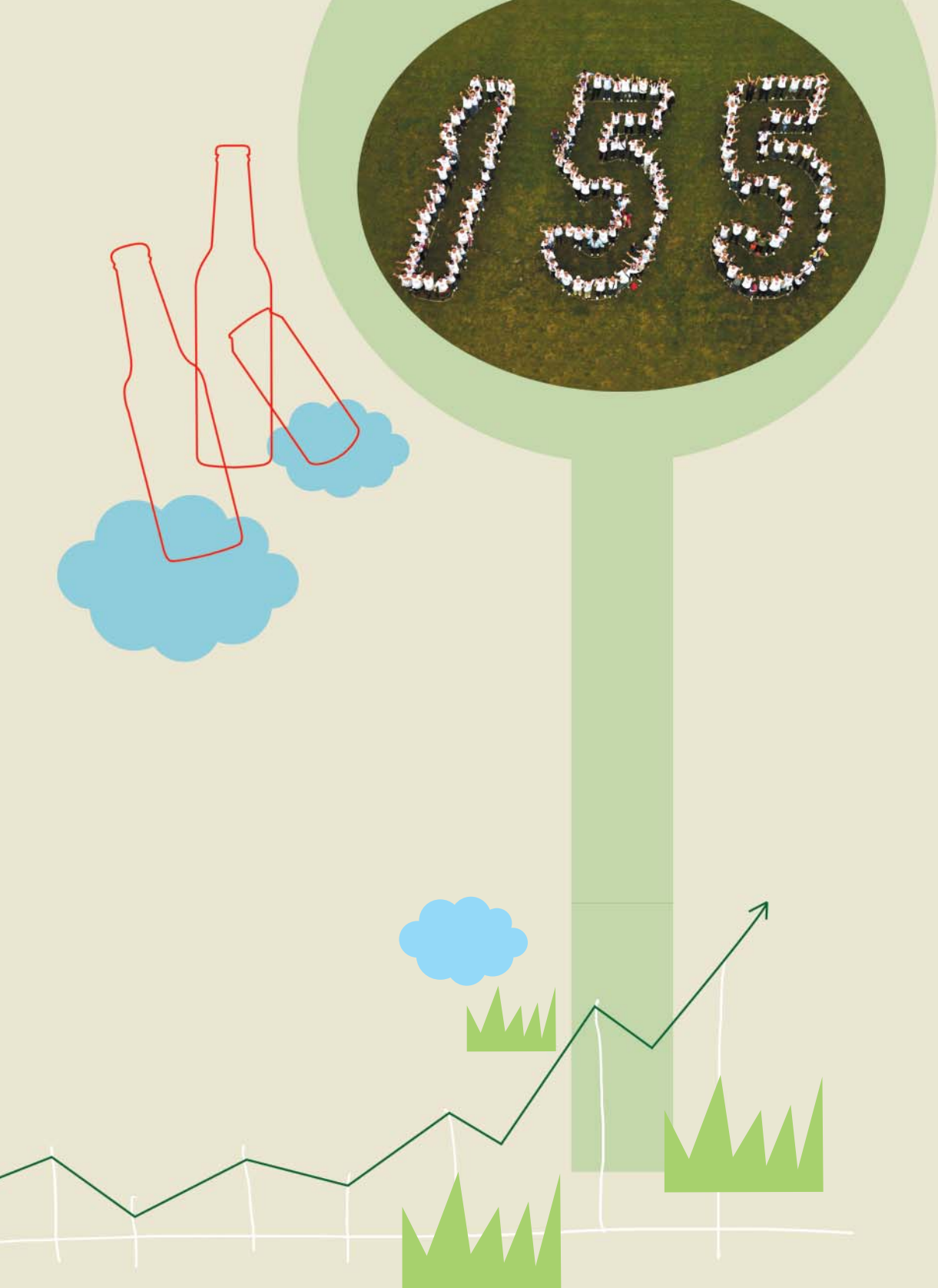
Pakiranja

Kako bismo svojim potrošačima omogućili da uživaju u proizvodima Karlovačke pivovare u svim prilikama, na tržištu nudimo proizvode u staklenim bocama, limenkama, PET bocama, bačvama. Povratna ambalaža čini gotovo 77% našeg portfelja, što je u skladu sa zakonski postavljenim ciljem.

slika 10 Prikaz vrsti otpada u Karlovačkoj pivovari 2009.







Društvena dimenzija

4.

4.1.

Karlovačka pivovara kao poslodavac

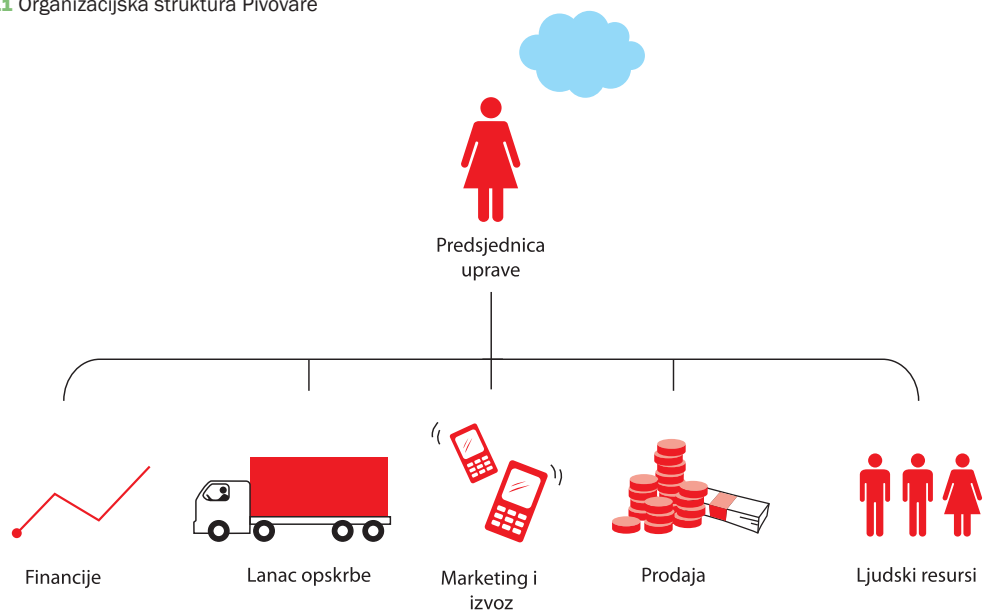
Proizvodnja piva je dinamična i brzorastuća industrija, a ljudi su ključ uspjeha u takvom konkurentnom okruženju. Cilj strategije razvoja ljudskih potencijala Karlovačke pivovare je imati prave ljude na pravim radnim mjestima.

Uvijek tražimo najbolje ljude koji teže postizanju najboljih rezultata. Ono što tvrtka nudi svojim

zaposlenicima je dinamično i stimulativno okruženje u kojem se tradicija proizvodnje piva uspješno kombinira s međunarodnim znanjem i stručnošću vodećeg europskog proizvođača piva Heinekena.

Prosječan broj zaposlenih u Karlovačkoj pivovari 2009. godine bio je 381. Organizacijska struktura sastoji se od šest sektora: Ured Predsjednice Uprave, Ljudski resursi, Financije, Prodaja, Marketing i izvoz te Lanac opskrbe.

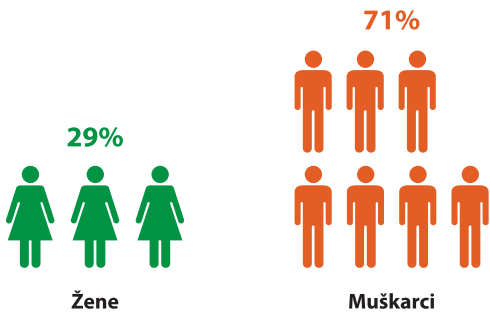
slika 11 Organizacijska struktura Pivovare



Društvena dimenzija

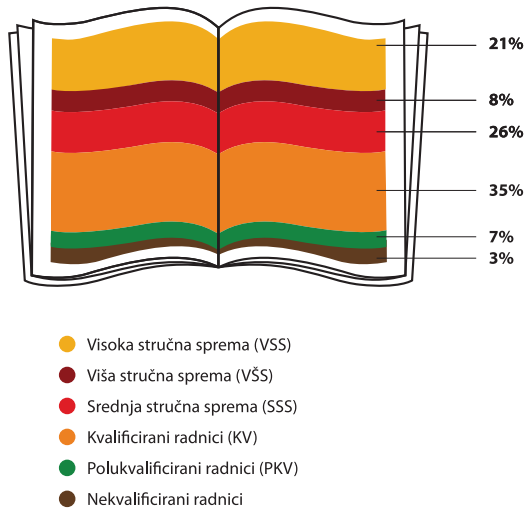
Kada je riječ o spolnoj strukturi zaposlenika, muškarci čine 71%, a žene 29% ukupnog broja radnika u Karlovačkoj pivovari. Potrebno je naglasiti da je u Upravi odnos spolova izjednačen, odnosno da Uprava Karlovačke pivovare broji tri žene i tri muškarca.

slika 12 Distribucija radnika Pivovare po spolu



Kada je pak riječ o obrazovnoj strukturi zaposlenika, većinu (35%) čine kvalificirani radnici sa stručnom spremom, dok 21% zaposlenika ima sveučilišnu diplomu.

slika 13 Distribucija radnika Pivovare po stupnju obrazovanja



U Karlovačkoj je Pivovari aktivno i Radničko vijeće koje djeluje kao socijalni partner Upravi Pivovare. Jednako tako, aktivan je i Sindikat koji okuplja 68% zaposlenika i koji je član Sindikata PPDIV-a.

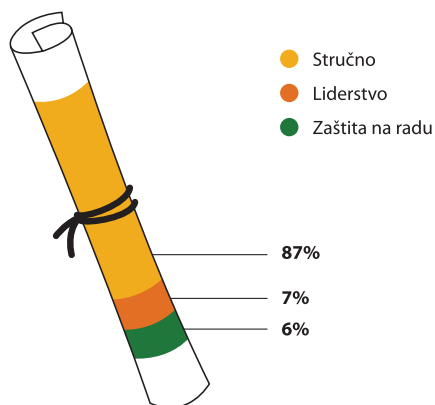
Karlovačka pivovara ima jedan od najsnažnijih kolektivnih ugovora u Hrvatskoj koji regulira prava i beneficije naših zaposlenika (plaće, božićnice, božićne darove za djecu, plaćene dopuste, uskršnje pakete, pomoć u slučaju bolesti i sl.).

Karlovačka pivovara kontinuirano ulaže u svoje zaposlenike. Godine 2009., 90% zaposlenika bilo je uključeno u ukupno 6620 sati nekog oblika treninga ili obuke.

87% izobrazbe ovog tipa odnosi se na stručno usavršavanje i obuhvaća program razvoja prodaje, treninge vezane uz TPM program (program za učinkovito upravljanje koji se uglavnom odnosi na sektor lanca opskrbe), obuku vezanu uz ISO certifikate (međunarodne norme u različitim područjima), itd.

Obuka za zaposlenike na rukovodećim pozicijama uglavnom se odnosila na razvoj vještina upravljanja i menadžerskih vještina (7%), a ostali oblici treninga koji su obavezni svim zaposlenicima odnose se na sigurnost i zaštitu na radu.

slika 14 Distribucija po vrsti treninga 2009.



Osim što ulaže u usavršavanje svojih zaposlenika, tj. organizira treninge i obuke, Karlovačka pivovara vodi računa o napredovanju zaposlenika na njihovim radnim mjestima. Svi zaposlenici uključeni su u proces upravljanja radnim učinkom. Sa svakim zaposlenikom sklapa se Ugovor o radnom učinku (*performance agreement*) koji obuhvaća postavljanje poslovnih ciljeva i kompetencija za određeno radno mjesto. Poslovni ciljevi i kompetencije se prate i revidiraju polugodišnje, a ocjenjuju se na kraju poslovne godine. Kroz strukturirani razgovor (ukupno tri puta godišnje) sa svakim zaposlenikom dobiva se jasna slika o trenutačnim i budućim ambicijama zaposlenika, kao i o njihovim aspiracijama. Oko 89% zaposlenika Pivovare bilo je uključeno u program upravljanja radnim učinkom 2009. godine (ova brojka ne iznosi 100% - što nam je cilj - zato jer su neki zaposlenici bili odsutni s radnog mjesta radi porodičnog dopusta, bolovanja ...).

Dobar alat koji nam pomaže unaprijediti organizaciju, nas same te naše radno okruženje je istraživanje organizacijske klime i zadovoljstva poslom koje se u Karlovačkoj pivovari provodi od 2005. godine. Na temelju rezultata istraživanja uočavaju se pozitivni trendovi unutar organizacije, kao i stvari koje je potrebno poboljšati. Cilj nije ostvariti najbolji rezultat, nego definirati smjernice budućih aktivnosti. Jedna takva aktivnost pokrenuta krajem 2008. godine je odabir radnika kvartala.

Riječ je o internoj inicijativi i programu čiji je cilj prepoznati i nagraditi one zaposlenike koji se ističu unutar organizacije. Zaposlenici nominiraju svoje kolege za koje smatraju da zaslužuju biti imenovani i proglašeni „radnikom kvartala” zbog pozitivnog stava prema poslu i kolegama.

Karlovačka pivovara svake godine organizira „Dan sporta i druženja” kako bi zaposlenici proveli ugodan dan u neformalnom druženju zajedno s članovima svoje obitelji. Na taj način kolege u neformalnoj i zabavnoj atmosferi mogu uživati u različitim sportskim i obiteljskim aktivnostima poput nogometa, pikada i povlačenja užeta, a svake se godine osmišljava poseban program za najmlađe.

4.2.

Zaštita na radu

Osiguranje najviše razine zaštite na radu svih zaposlenika jedan je od prioriteta Karlovačke pivovare kao odgovorne tvrtke i odgovornog poslodavca. Unutar Pivovare djeluje Odjel zaštite na radu koji zapošljava dva stručnjaka iz navedenog područja.

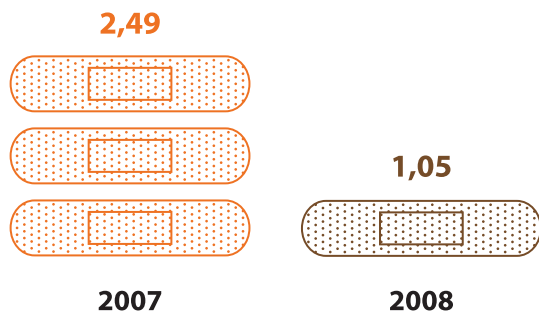
Karlovačka pivovara provodi interni postupak izvještavanja i svi naši zaposlenici sudjelovali su u obuci o zaštiti na radu.

Na snazi je nekoliko važnih mjera kojima se nastoji osigurati visok stupanj zaštite na radu za sve naše zaposlenike i posjetitelje Pivovare. To su: Zakon o zaštiti na radu, Zakon o zaštiti okoliša i Pravilnik o zaštitnoj i drugoj opremi (na snazi od studenog 2008.).

Stup zaštite (*Safety Pillar*) unutar programa TPM kao svoju misiju definirao je osiguranje sigurnog okruženja za zaposlenike Pivovare i susjede, kao i upravljanje aktivnostima sprečavanja nesreća sukladno prioritetima Karlovačke pivovare. Vizija je da se u Pivovari ne dogodi niti jedna nesreća.

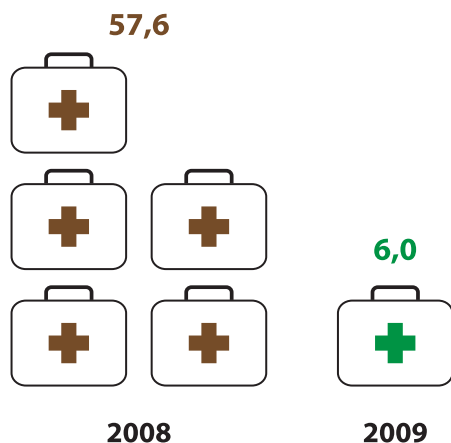
Godine 2009. zabilježene su četiri nesreće, što je pad u odnosu na prethodnu godinu. One su rezultirale s ukupno 23 dana bolovanja (6,0 dana /100 FTE)*.

slika 15 Prikaz broja nesreća u odnosu na ukupan broj radnih sati



*cca 6 dana na 100 zaposlenika; FTE = full time equivalent

slika 16 Prikaz broja izgubljenih radnih dana u odnosu na ukupan broj sati.



Kontinuirano radimo na unapređenju standarda zaštite u Pivovari. Godine 2009. izdali smo priručnik „Vaš vodič za zdravlje i sigurnost“ koji je distribuiran svim zaposlenicima. Ova brošura nastoji pomoći zaposlenicima da na svojim radnim mjestima uoče moguće rizike te da ih kontroliraju. Naravno, sigurnost na radu obaveza je i svakog zaposlenika pojedinačno. Ono što se očekuje od njih je da sami brinu za svoje zdravlje i sigurnost, kao i za zdravlje i sigurnost svojih kolega, poslovnih partnera i dobavljača.

Karlovačka pivovara se u 2009. godini pripremala za uvođenje certifikata OHSAS 18001, međunarodno priznate norme za upravljanje sustavima zaštite i sigurnosti na radu. Očekujemo da će nam 2010. godine biti dodijeljen ovaj certifikat koji će dodatno doprinijeti zdravom i sigurnom okruženju Karlovačke pivovare. Uspostavit će okvir za ujednačenu definiciju i kontrolu rizika zaštite i sigurnosti na radu, smanjit će moguće nesreće, promicat će usklađenost sa zakonodavstvom te će, općenito, poboljšati poslovanje.

4.3.

Karlovačka pivovara - siguran susjed

Događaji u blizini Pivovare iz prvog kvartala 2007. godine dodatno su osnažili ambiciju Uprave vezanu uz područje korporativne društvene odgovornosti i doprinijeli ubrzanju procesa osiguranja uvjeta za provedbu planiranih programa (kao što je izgradnja pročišćivača otpadnih voda).

Karlovačka pivovara sigurno je mjesto za rad i sigurna je za svoju okolinu. Iako proizvodnja piva sama po sebi nije opasna aktivnost, svaki proces uključuje i određeni sigurnosni rizik. Poboljšanja u području sigurnosti sastavni su dio stupa zaštite u okviru TPM metodologije.

S obzirom na lokaciju Karlovačke pivovare u naseljenoj gradskoj četvrti Dubovac, naš je prioritet održavati stalnu komunikaciju s neposrednim susjedstvom i osigurati najviši oblik zaštite za okolne stanovnike.

Kako bismo unaprijedili odnose sa susjedstvom, od 2007. godine svaka tri mjeseca održavamo sastanke na kojima predstavljamo aktivnosti Pivovare. S druge strane, naši susjedi na tim sastancima imaju priliku postaviti bilo kakva pitanja i dobiti objašnjenja koja im trebaju.

U 2009. godini nije utvrđeno kršenje zakonskih propisa vezano uz zaštitu i sigurnost na radu i zaštitu okoliša.

4.4.

Kvaliteta i sigurnost naših proizvoda

Karlovačka pivovara spaja najviše međunarodne standarde s tradicijom proizvodnje piva u Hrvatskoj kako bi ispunila svoju misiju proizvodnje piva najviše kvalitete, osiguranja zadovoljstva kupaca i potrošača te doprinosila lokalnoj zajednici i ostalim interesnim skupinama.

Karlovačka pivovara provodi niz aktivnosti kojima osigurava da njezini proizvodi dođu do krajnjih potrošača u savršenom obliku. Središnja je točka u osiguranju kvalitete naših proizvoda i usluga Odjel za osiguranje kvalitete Karlovačke pivovare.

Kvaliteta započinje odabirom najboljih sirovina za koje su izrađene detaljne specifikacije, a sirovine se nabavljaju samo od dobavljača koje, zbog zahtjeva

kvalitete, redovito kontroliramo. Redovito provjeravamo usklađenost uzoraka naših sirovina sa specifikacijama. Koriste se samo one sirovine koje su dokazano sigurne za uporabu (uključujući i sirovine koje nisu genetski modificirane). Kvaliteta pomoćnih materijala i primarne ambalaže koju koristimo odgovara kvaliteti za primjenu u prehrambenoj industriji, što dokazuje i certifikat dobavljača.

U Karlovačkoj pivovari djeluje laboratorij koji redovito provjerava sirovine i pivo u svim fazama proizvodnog procesa. Laboratorij je implementirao poseban standard kvalitete upravljanja laboratorijem, tzv. *Laboratory Star System*. Sustav obuhvaća cijeli niz laboratorijskih aktivnosti: analitičke, mikrobiološke i senzorske.

Gotov proizvod analiziramo, uz kemijske parametre i moguće mikrobiološko zagađenje, i na senzorsku kvalitetu kako bismo bili sigurni da naše pivo uvijek dostiže očekivanja vjernih potrošača. U Pivovari postoji treniran tim za kušanje piva, kao i posebno opremljena degustacijska soba unutar Odjela za osiguranje kvalitete. Kušanje piva je aktivnost koja se redovito provodi na svakoj šarži prije slanja na tržište.

Gotov proizvod također se redovito šalje središnjem Heinekenovom laboratoriju, kao i certificiranom hrvatskom laboratoriju za analizu piva.

Karlovačka pivovara uspostavila je i sustav upravljanja sigurnošću hranom. U cilju stalnog unapređenja ovog sustava u Pivovari je osnovan tim za sigurnost hrane koji je utvrdio sve kritične kontrolne točke u proizvodnom procesu. Ovaj kontrolni sustav (ISO 22000) certificirao je SGS te se tijekom internih i vanjskih audita redovito nadzire i provjerava.

Uvedena je procedura povlačenja proizvoda s tržišta za slučaj da našem sustavu promakne određena nepravilnost. Svake godine simulira se postupak povlačenja proizvoda s tržišta kako bismo provjerili sustav sljedivosti proizvoda.

Potrošačima je na raspolaganju i besplatna nacionalna telefonska linija na broju 0800 1854 koja služi za slanje povratnih informacija o našim proizvodima.

4.5.

Odgovorno konzumiranje piva

Kao kompanija koja se bavi proizvodnjom alkoholnih pića, Karlovačka pivovara smatra da je dužna poticati odgovorno konzumiranje alkohola općenito, među svojim potrošačima, ali i posebno, među svojim radnicima. Stoga je Karlovačka pivovara izdala knjižicu pod nazivom „Politika odgovornog konzumiranja alkohola“.

U mnogim je kulturama konzumiranje piva već stoljećima dio svakodnevnog života. Obično se konzumacija piva povezuje s užitkom i opuštanjem. Ako se alkohol konzumira umjereno i u prikladnim situacijama, može imati pozitivan utjecaj na dobrobit pojedinca.

No, ne postoji univerzalno slaganje o tome koja je količina alkohola „primjerena“ ili što je to „umjerena“ konzumacija alkohola. Ovo je pitanje povezano s kulturalnim i društvenim vrijednostima određene zajednice, ali ovisi i o individualnim razlikama svakog pojedinca. Dob, tjelesna građa, spol i opće zdravstveno stanje također igraju važnu ulogu. Pretjerana konzumacija alkohola (slučajevi kada se alkohol konzumira prekomjerno, prečesto i u krivim situacijama) može imati negativne posljedice na zdravlje pojedinca i rezultirati nanošenjem štete drugima.

Prema različitim publikacijama i istraživanjima o utjecaju alkohola na zdravlje, može se zaključiti da pozitivni učinci prevladaju kad se alkohol konzumira umjereno. Postoje iznimke, ali dva pića dnevno ne bi smjela imati negativne posljedice na zdravlje većine odraslih muškarca, dok sigurna konzumacija za većinu žena i starijih osoba podrazumijeva do jednog pića dnevno (jedno piće znači čaša piva od 0,3 l).

Grupacija proizvođača piva, slada i hmelja Hrvatske gospodarske komore, čiji je Karlovačka pivovara član, krajem studenog 2006. predstavila je brošuru Europskog udruženja pivara (*Brewers of Europe*) o prednostima umjerenog konzumiranja piva pod nazivom „Blagotvorni učinci umjerenog konzumiranja piva“. Navedena brošura dostupna je na web stranicama Karlovačke pivovare: www.karlovacka.com.

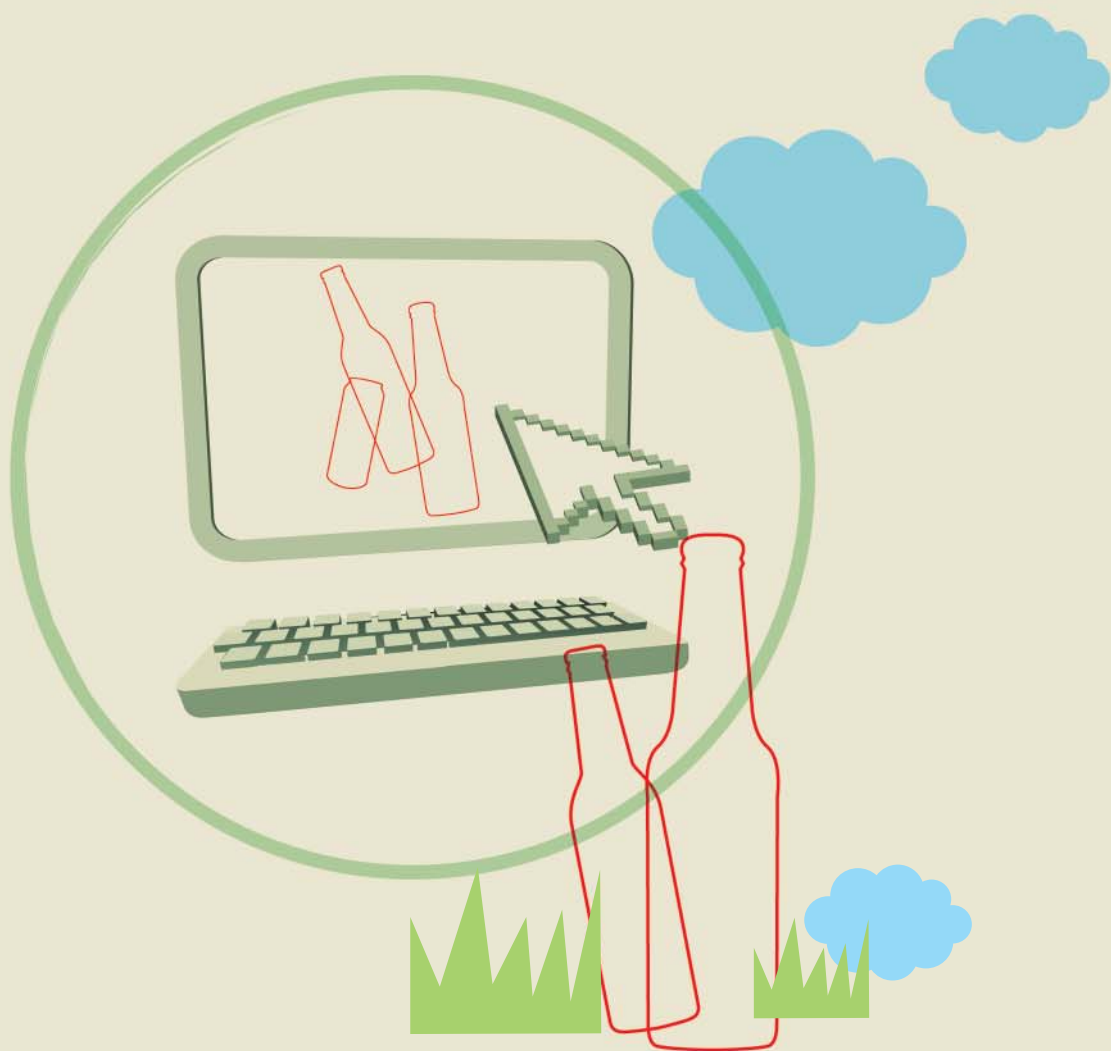
Kako bi pokazala jasan stav o svojoj odgovornosti prema potrošačima, Karlovačka je pivovara uključila logotip „Uživaj odgovorno“ na sve komercijalne materijale i ambalažu svojih proizvoda. Godine 2008. kreirali smo i pokrenuli web stranicu www.uzivajukarlovackomodgovorno.com na kojoj potrošači mogu pronaći dodatne informacije o uživanju u kvalitetnim pivima iz portfelja Karlovačke pivovare na odgovoran način.

Aktivnosti koje su u 2009. pokrenute radi podizanja svijesti o odgovornom konzumiranju piva uključuju i osiguranje javnog prijevoza našim potrošačima na događajima koje Karlovačka pivovara sponzorira, kao što su poznati karlovački „Dani piva“ te „Karlovačko Live“ koncert održan u Zagrebu.

Uspostavili smo suradnju s Hrvatskim autoklubom (HAK) koja je rezultirala tiskanjem letaka za mlade vozače. Letci su namijenjeni vozačima koji su tek položili vozački ispit.

Krajem 2009. godine pokrenuta je aktivnost „Heineken Know the Signs“ (Poznavanje znakova), www.knowthesigns.com koja uključuje i hrvatsku verziju stranice. Web stranica zagovara odgovorno konzumiranje piva, a prvenstveno je usmjerena mlađim potrošačima. Sadržaj stranice temelji se na sedam arhetipova osoba u koje se ljudi pretvore kada popiju „čašicu previše“. Kampanja je predstavljena u zagrebačkom Studentskom centru gdje je odigrana kazališna predstava u kojoj su glumci oživjeli glavne protagoniste Heinenove priče na webu. Predstavljeno je sedam likova u koje se ljudi pretvore kad previše popiju: smotanko, plačljivka, pospanko, napaljenko, koketa, ekshibicionist i agresivac.

Promicanje odgovornog konzumiranja alkohola i dalje je važno područje korporativne društvene odgovornosti Karlovačke pivovare te jedan od prioriteta za 2010. godinu.



4.6.

Karlovačka pivovara u lokalnoj zajednici

Karlovačka pivovara je važan gospodarski subjekt u lokalnoj zajednici i Republici Hrvatskoj. Pozitivan doprinos razvoju lokalne zajednice, prije svega grada Karlovca i Karlovačke županije, je, uz promicanje odgovornog konzumiranja alkohola i pozitivan doprinos zaštiti okoliša, još jedno važno područje naše korporativne društvene odgovornosti. S tim smo ciljem pokrenuli i održavali aktivnosti kako bismo dodatno poboljšali i osnažili komunikaciju i odnose u zajednici u kojoj djelujemo.

Jedan je od najboljih primjera za to pokretanje programa donacijskog natječaja 2009. godine. Cilj je ovog programa učiniti donacijsku strategiju Pivovare transparentnijom i pristupačnijom za kvalitetne projekte u našoj lokalnoj zajednici. Prošle je godine na donacijski natječaj pristiglo ukupno 250 projekata u tri glavna područja natječaja: sport, humanitarni projekti i djelovanje te društveno važni projekti (koji se odnose na obrazovanje, okoliš i kulturu). Proces odabira uključivao je donacijsku komisiju (po jedan član iz lokalne zajednice i jedan radnik pivovare za svako područje). Na temelju njihovih preporuka donacijski je tim sastavio konačan prijedlog za Upravu Karlovačke pivovare. Uprava je odobrila prijedlog i putem natječaja poduprla 43 projekta. Ukupna donirana svota iznosila je 800.000,00 kuna a prosječna donacija po projektu iznosila je oko 20.000,00 kuna. Neki od projekata donacijskog natječaja 2009. su: program terapijskog jahanja Konjičkog kluba Karlovac, obrazovne radionice za djecu smještenu u karlovačkoj Općoj bolnici u organizaciji Udruge Sveta Veronika, aktivnosti lokalne ekološke organizacije i izdavanje knjižice pod naslovom „Znanje, okoliš, zabava“, nabava lopti za sve sportove, od stolnog tenisa do košarke, u organizaciji Sportske zajednice susjednog grada Duge Rese i ostali. Rezultati natječaja javno su dostupni na web stranici Pivovare.

Povratne informacije o natječaju bile su vrlo pozitivne - organizacijama u lokalnoj zajednici pružio je jasniji i strukturiraniji pristup donacijama Karlovačke pivovare, a nama je omogućio da podupremo konkretne projekte i aktivnosti te da rezultati donacija budu vrlo vidljivi i transparentni za javnost.

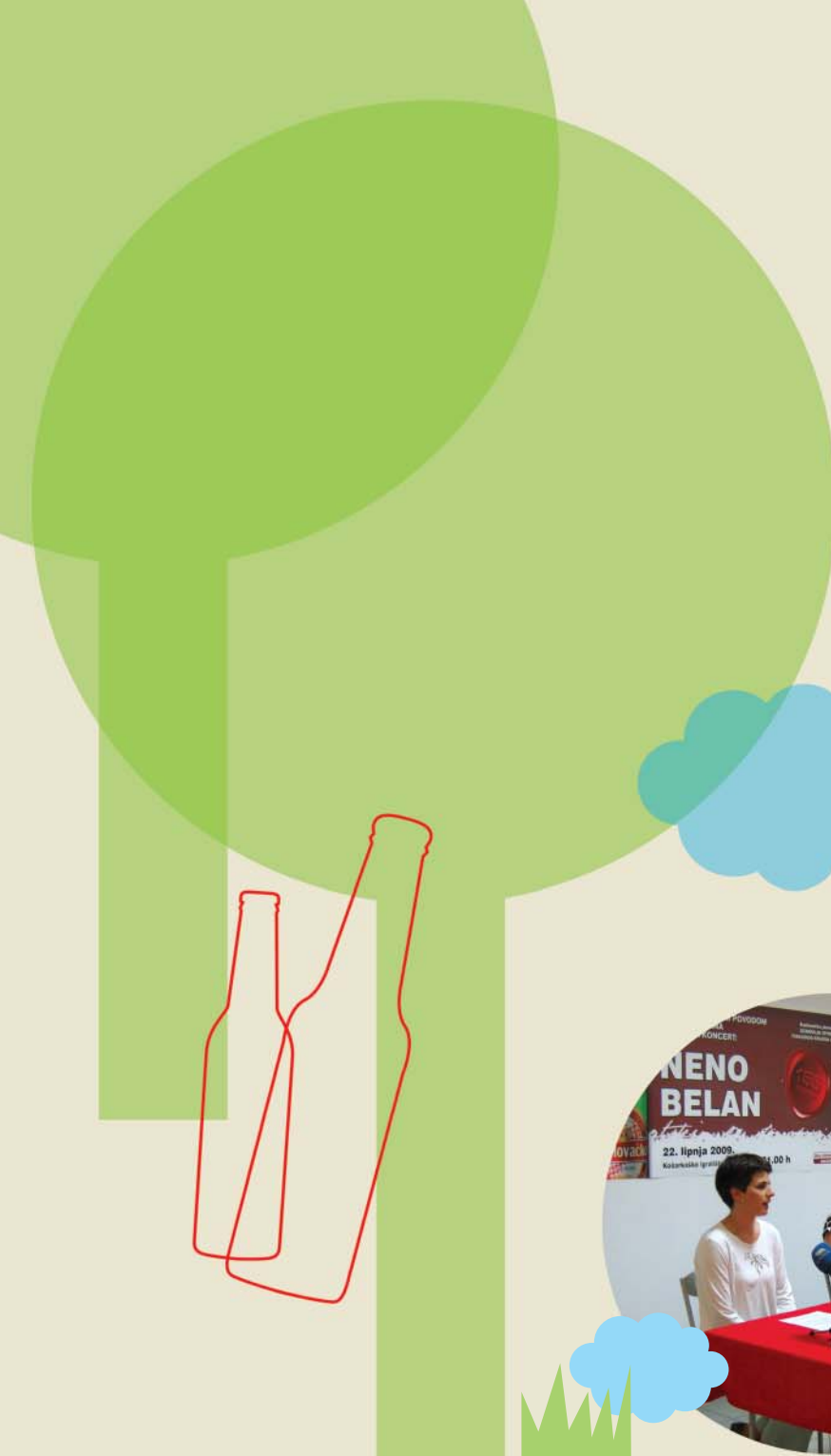
Program donacijskog natječaja nastavlja se i u ovoj, 2010. godini.

Karlovačka pivovara dio je važnih događanja u Gradu Karlovcu, od čega je najveći tradicionalni pivski festival „Dani piva“ na kojem Pivovara sudjeluje od njegovog pokretanja 1984. godine. Želimo doprinijeti uspješnosti manifestacije „Dani piva“ radi Karlovčana i svih posjetitelja grada Karlovca.

U Karlovačkoj smo pivovari ponosni na čaroliju proizvodnje piva, a kako bismo to pokazali svim zainteresiranim posjetiteljima paralelno s „Danima piva“ organiziramo i „Dane otvorenih vrata Karlovačke pivovare“. Unutar ove inicijative zaposlenici Karlovačke pivovare vode naše posjetitelje čitavim procesom proizvodnje piva – od varionice, fermentacije, filtracije i punionice do kušanja proizvoda Karlovačke pivovare pri kraju posjeta.

Zaključno, 2009. godina bila je posebna za Karlovačku pivovaru jer smo proslavili 155. rođendan, što je posebno obilježeno u lokalnoj zajednici organizacijom besplatnog koncerta popularnog hrvatskog pjevača Nene Belana za građane Karlovca. Također, Karlovačka pivovara je u 2009. godini pružila podršku manifestaciji „Ivanjski krijes“ na kojoj se tradicionalno pali vatra uz rijeku Kupu kako bi se obilježio početak ljeta.





Mišljenje o Izvješću o održivosti Karlovačke pivovare



Karlovačka pivovara ove je godine prvi puta pristupila izradi cjelovitog kompanijskog izvješća o održivosti koje je obuhvatilo aktivnosti poduzeća na području osnovnih elemenata održivog razvoja u protekloj, 2009. godini. Iako je Karlovačka pivovara odlučila, sukladno politici grupe čija je članica, ne koristiti Smjernice Globalne inicijative za izvještavanje već Smjernice grupe, izvješće predstavlja integrirani prikaz aktivnosti poduzeća na području održivog razvoja. Budući da ne postoji obveza korištenja uobičajenih pokazatelja, propisanih od strane Globalne inicijative za izvještavanje, neke su dimenzije održivog razvoja prikazane na nešto drugačiji no nadasve inovativan i zanimljiv način.

Već u prvom poglavlju koje nosi naziv „Profil tvrtke“, izvješće donosi kratak i informativan povijesni pregled razvoja pivarske industrije u Karlovcu te povezanost ove industrije s lokalnom zajednicom i njenim razvojem što je odlična osnova za razumijevanje važnosti i uloge poduzeća u lokalnoj ekonomiji i razvoja zajednice same po sebi.

Posebno je jasan i informativan pregled stanja u sektoru industrije u Hrvatskoj što čitatelju daje informacije za bolje razumijevanje izvješća koje slijedi.

Slijedi skup pokazatelja ekonomskog učinka, a to je ujedno i najslabiji dio izvješća. Autor izvješća odlučio je ne dati prikaz osnovnih ekonomskih pokazatelja poslovanja poduzeća, već se umjesto toga odlučio na set pokazatelja koji su dali sliku doprinosa poslovanja Karlovačke pivovare i njenog lanca vrijednosti na ekonomski razvoj lokalne zajednice, ali i Hrvatske. Činjenica je da je zanimljiva metodologija prikazala koliko je važan doprinos Pivovare ekonomskom prosperitetu te koliki je direktan i indirektan pozitivan učinak njenog poslovanja na dionike, ipak nedostaje i osnovna slika poslovanja koju bismo dobili uvidom u informacije o dobiti, plaćama zaposlenika i sl., te samim time dobili temelj za usporedivost ekonomskog učinka Karlovačke pivovare u odnosu na druga poduzeća koja izvještavaju. Svi ovi pokazatelji mogu se indirektno dobiti iz danih podataka, no tim više bi bilo korisno da su jasnije prikazani.

Iz aktivnosti prikazanih u sklopu pokazatelja zaštite okoliša vidljiva je velika želja Karlovačke pivovare da podigne standarde poslovanja na najvišu moguću razinu. Zaista je impresivan podatak o broju upravljačkih normi koje je tvrtka ugradila u svoje

poslovanje kao i namjera da se nastavi s takvom praksom. Sami pokazatelji zaštite okoliša su jasni i dobro odmjereni te daju generalno jasnu sliku o osnovnim emisijama i utjecajima na okoliš. Naravno da postoji prostor za uvođenje dodatnih pokazatelja, no imajući u vidu da se radi o prvom izvješću, slika stanja u području zaštite okoliša je jasna i više nego zadovoljavajuća.

U kategoriji društvenih pokazatelja, Karlovačka pivovara dala je set pokazatelja koji se tiču odnosa i strukture zaposlenika te razvoja i ulaganja u zaposlenike dok je drugi dio ove dimenzije obuhvatio aktivnosti poduzeća u sklopu suradnje s lokalnom zajednicom. I tu su jasno vidljivi značajni naponi koje poduzeće ulaže u uspostavu i razvoj odnosa s lokalnom zajednicom te želju da bude prihvaćeno kao ravnopravan i poželjan susjed. Posebno je vrijedno istaknuti organizaciju sastanaka s predstavnicima zajednice čime pokazuju želju da se otvore prema zajednici i sudjeluju u njenom životu, ali i da omoguće zajednici da sudjeluje u životu i aktivnostima poduzeća. Osim toga pokretanje javnog natječaja za dodjelu donacija nevladinim organizacijama također zaslužuje pohvalu jer se na jasan i transparentan način raspodjeljuju sredstva što nužno u konačnici doprinosi kvaliteti prijavljenih projekata kao i transparentnosti samog procesa dodjele.

Važan segment izvješća jest odnos Karlovačke pivovare prema svom proizvodu i činjenici da je njegova neodgovorna konzumacija potencijalni izvor nepovoljnih učinaka na konzumente i njihovu okolinu. Stoga Pivovara ulaže značajne napore u promociju odgovorne konzumacije piva čime pokazuje svoju spremnost da prihvati odgovornost te sudjeluje u poticanju odgovorne konzumacije.

Na kraju izvješće je zaokruženo setom zanimljivih informativnih poruka čime dodatno povećava razinu čitljivosti i zanimljivosti i ovako vrlo jasno i tečno pisanog izvješća. Posebno želim naglasiti visoku dozu objektivnosti i relevantnosti kojom ovo izvješće obiluje čime daje jasnu i preciznu sliku poslovanja, bez pretenzija da se čitatelju nametne mišljenje o poduzeću, ostavljajući nam da ga sami donesemo. Smatram da je ovo izvješće iznimne kvalitete, jasnoće i obilja informacija te i ne uzimajući u obzir da se radi o prvom takvom izvješću ovog poduzeća, zaslužuje svaku pohvalu.

Mirjana Matešić

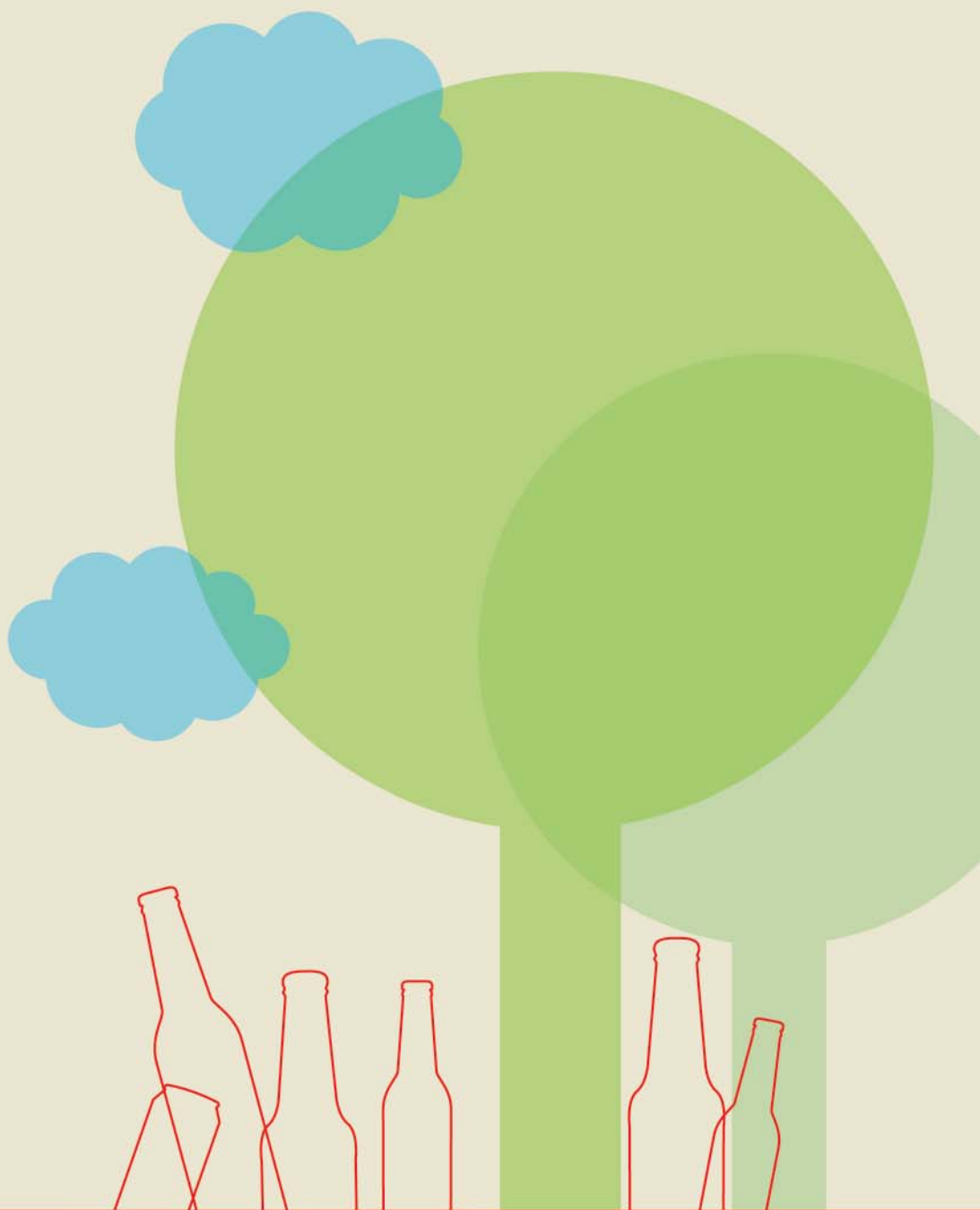
Hrvatski poslovni savjet za održivi razvoj – HR PSOR

Jeste li znali?

- Vodeći europski pivar Heineken preuzeo je Karlovačku pivovaru 2003. godine te je 2006. pivovara prešla u stopostotno vlasništvo Heinekena.
- Karlovačko pivo potječe iz Karlovca, grada na četiri rijeke (grb grada Karlovca sastavni je dio logotipa Karlovačke pivovare).
- Karlovačko je osvojilo „Pivskog Oskara” na međunarodnom natjecanju piva u Londonu 2005. godine.
- Karlovačka pivovara je vodeći hrvatski izvoznik piva s udjelom od oko 50 % u ukupnom izvozu. Ta je snažna pozicija krajem prošle godine potvrđena osvajanjem zlatne medalje na europskom natjecanju piva u Švedskoj.
- Karlovačka pivovara poznata je po svom jedinstvenom i inovativnom marketinškom pristupu kojeg su prepoznali i potrošači i marketinški stručnjaci.
- Karlovačka pivovara najveći je dobavljač piva turističkog dijela Hrvatske.
- Karlovačka pivovara prva je na hrvatskom tržištu potrošačima ponudila svoje pivo pakirano u limenke.
- Karlovačko Rally prvo je bezalkoholno pivo u Hrvatskoj (predstavljeno 2004.).



Ovo je prvo Izvješće o održivosti Karlovačke pivovare. Bilo kakvi komentari i povratna informacija vezano uz sadržaj Izvješća su dobrodošli. Možete nas kontaktirati putem e-maila na: pr@karlovacko.hr ili slanjem pošte na: Karlovačka pivovara d.o.o., Dubovac 22, Karlovac (Odjel za korporativne komunikacije).



Izvešće o održivosti 2009.

Izdavač: Karlovačka pivovara d.o.o.

Kontakt: Odjel korporativnih komunikacija, Dubovac 22, Karlovac; e-mail: pr@karlovacko.hr

Kreativni koncept i grafičko oblikovanje: Petrak Žaja studio

Tisak: Print Studio d.o.o.

Fotografije: Oliver Budimir, Šime Strikoman (milenijska fotografija radnika Pivovare) i arhiva Karlovačke pivovare

Naklada: 100 primjeraka



Karlovačka pivovara

Članica Heineken grupe