



Trajnostno poročilo blagovne znamke Donat

2020-2021



TRADICIJA

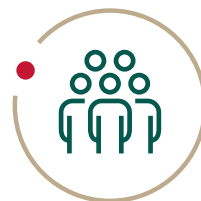
več kot

110 let



PODJETJE

**Atlantic Droga Kolinska d.o.o.,
skupina Atlantic Grupa**



ZAPOSLENI

na dan 31. 12. 2021

79



KAPACITETA

letna kapaciteta vira

**okvirno
31 mio litrov**



PRODAJNI TRGI

2020-2021

**SVN, HRV, AUT,
ITA, BIH, MNE, SRB,
DEU, FRA, MDA,
UKR, RUS, SWE,
EST**



PRIHODEK

prodaja leta 2021

29 mio €



CEFTIFIKATI

**ISO 9001:2015,
FOOD SAFETY SYSTEM CERTIFICATION 22000:2018,
FSSC 22000 V5 – ISO,
TS 22002-1:2009,
ISO 14001:2015,
ISO 50001:2018**

Donat je strokovnjak za zdravje, **ki izhaja** **iz prebave.**

Donat si kot blagovna znamka z več kot 110-letno tradicijo in kot del skupine Atlantic Grupa postavlja visoke standarde trajnostnega razvoja. Naši strateški cilji in korporativna kultura spodbujajo gospodarsko učinkovitost ter okoljsko, družbeno in etično odgovornost.

V našem prvem samostojnem trajnostnem poročilu razkrivamo naše trajnostne cilje, prizadevanja in rezultate.



Stebri trajnostnega upravljanja

Leta 2021 smo sprejeli dolgoročne zaveze trajnostnega razvoja, s katerimi podpiramo uresničevanje trajnostnih ciljev Organizacije združenih narodov (OZN) do leta 2030.

Trajnostni cilji OZN
do leta 2030

01 Upravljanje

TRANSPARENTNOST

pri poslovanju & skladnost z zakonodajo.

ZDRAVO POSLOVANJE

z ohranjanjem vira (zgolj na dodani vrednosti in ne na povečevanju količine).

VPLIVNOST

pri spreminjanju praks in standardov trajnostnega razvoja.



02 Izdelki

RAZVOJ

izdelkov in storitev z vplivom na delovanje prebave, ki bodo temeljili na naravnih surovinah.

EMBALAŽA

Zmanjševanje porabe materiala, uporaba izključno reciklabilnih materialov.



03 Ljudje

100 % ENAKE MOŽNOSTI ZAPOSLENIH,

osebna in strokovna rast ter spoštovanje človekovih pravic.

Prenos novih znanstvenih spoznanj o pomembnosti urejene prebave do **SPLOŠNIH ZDRAVNIKOV IN MEDICINSKIH SESTER.**

Ozaveščanje o pomenu urejene prebave in učenje zdravih življenjskih navad za **ZAPOSLENE IN SPLOŠNO JAVNOST.**



04 Okolje

Zmanjševanje **CO₂ ODTISA.**

Zmanjševanje porabe **VODE IN ENERGIJE** v polnilnici.

VAROVANJE VODNEGA VIRA.

Sodelovanje z **LOKALNO SKUPNOSTJO** pri projektih razvoja Rogaške Slatine.



Kazalo

Stebri trajnostnega upravljanja	4	Trajnostni odnosi z uporabniki	26
Nagovor izvršne direktorice		Ključni potrošniški trendi	27
poslovnega področja Donat	6	Percepcija uporabnikov	28
O blagovni znamki Donat	7	Reklamacije	29
Vizija	9	Informiranost kupcev in sledljivost izdelkov	29
Poslanstvo	9	Medicinski marketing	29
Vrednote	9	Vodeni programi zdravja Donat	30
Ključna načela	10	Trajnostni odnosi z dobavitelji	31
Donat kot izdelek in blagovna znamka	11	Trajnostni odnos do okolja	31
Trgi in prodaja	12	Skladnost z zakonodajo	32
Pozicija blagovne znamke Donat		Okoljsko dovoljenje	32
znotraj organizacije skupine Atlantic Grupe	14	Koncesije za odvzem vode	32
Lastništvo:	14	Poraba vode	34
Organizacijska struktura poslovnega področja Donat	15	Odpadne vode	34
Trajnostni tim	15	Embalaža	35
Trajnostno upravljanje	16	Ocena življenjskega kroga izdelkov (LCA)	36
Prepoznavanje strateških deležnikov	17	Uvajanje recikliranih embalažnih materialov	37
Izzivi in priložnosti trajnostnega razvoja	18	Redni letni monitoring embalažnih materialov	39
Trajnostno poročanje	19	Racionalna raba tehnoloških virov	39
Trajnostni odnosi z zaposlenimi.	20	Upravljanje z energijo	40
Analiza zaposlenih	21	Ravnanje z odpadki	40
Plačilo in politika prejemkov	22	Nastajanje odpadkov v proizvodnji	41
Izobraževanje	22	Varno ravnanje s škodljivimi in nevarnimi snovmi	42
Pravica do svobode združevanja in kolektivnega pogajanja		Trajnostno sodelovanje z lokalno skupnostjo	42
ter sodelovanje s sindikatom	23	Kazalniki standardov GRI	43
Preprečevanje mobinga	23		
Komuniciranje z zaposlenimi	23		
Zaželen zaposlovalec	24		
Politika na področju zdravja in varnosti pri delu	25		
Poškodbe pri delu.	26		
Odgovornost do invalidov	26		

Nagovor izvršne direktorice poslovnega področja Donat



foto: Črt Piksi

Spoštovani uporabniki, zaposleni, poslovni partnerji in ljubitelji Donata,

Donat je resnično čudež narave. Ta je na področju Rogaške Slatine v Sloveniji ustvarila edinstveno kombinacijo mineralov, ki v vodo na 7.000 letni poti v globine pronica skozi različne plasti zemlje.

Voda se ob koncu potovanja zaustavi v podzemnem nahajališču na globini približno 600 m. Na površino prihaja sama, saj naravni CO₂ ustvarja pritisk, ki jo potiska proti površju. Tako neokrnjena naravna mineralna voda, obogatena z minerali, ki prispevajo k pravilnem delovanju našega prebavnega sistema, priteče v polnilnico, kjer jo napolnimo.

Pomembno nam je, da se kot skrbniki te izjemno kakovostne in funkcionalne naravne mineralne vode obnašamo odgovorno. Zato smo vsak dan pozorni, da je iz podzemnega nahajališča ne bi odvzeli več, kot jo daje narava sama, saj je naravno obnavljanje vira ključno za ohranjanje Donata prihodnjim rodovom. Z lastnim delovanjem izkazujemo hvaležnost in skrb, da bo Donat na voljo tudi generacijam za nami.

Donat odlikuje edinstvena kombinacija magnezija, kalcija, hidrogen karbonata in sulfata. Prav vsak od teh mineralov ima v našem telesu svojo funkcijo, vendar samo ta edinstvena kombinacija omogoča celosten vpliv na prebavni sistem.

Tradicija, znanje in strokovna vsebina, kot tudi reference in priporočila, ki jih Donat prejema od medicinske javnosti, govorijo o tem, da je Donat resnično strokovnjak na področju zdrave prebave.

Do danes so definirali številne funkcionalne tegobe prebavnega sistema, ki jih Donat dokazano učinkovito rešuje. Leta 2015 smo učinkovitost na delovanje prebavnega sistema dokazali tudi s klinično študijo. Širši javnosti predstavljamo preventivno delovanje Donata na prebavni sistem ter s tem ohranjanje zdravja in dobrega počutja. Vse več je novih znanstvenih spoznanj, ki dokazujejo, da v našem prebavnem sistemu nastaja kar okoli 80 % celic našega imunskega sistema, s čimer Donat pridobiva še pomembnejšo vlogo.

Že leta v blagovno znamko Donat vgrajujemo elemente trajnostnega razvoja. V letošnjem letu pa smo opredelili nove trajnostne zaveze do leta 2030. Donat si kot blagovna znamka mednarodnih razsežnosti, aktivno prizadeva k doseganju trajnostnih ciljev OZN do leta 2030 in mednarodnih zavez za dekarbonizacijo s pomočjo krožnega gospodarstva. Globalno prenašamo v lokalno okolje, kjer smo prisotni. Prevzemamo trajnostno odgovornost za celoten življenjski cikel naših izdelkov, za kar smo izdelali LCA analizo (Life Cycle Assessment) za vsa pakiranja Donat. Naša prizadevanja za trajnostno poslovanje širimo tudi na naše dobavitelje. Posebno pozornost namenjamo skrbi za ravnanje z odpadno embalažo. Donat je unikaten naravni izdelek in se zaveda svoje odgovornosti do skrbi za naravo. Skrbno varujemo vodne vire in skrbimo za naravno ravnovesje z zaščito biodiverzitete.

S povezovanjem na lokalni, medicinski in strokovni ravni smo pomemben deležnik družbenega okolja. V ponos in z veliko mero odgovornosti smo podporniki lokalnih projektov, ko pomagamo pri dobrotelčnih projektih in pobudah, ko s svojim programi zdravja pomagamo na poti do bolj zdravega načina življenja. Dejavní smo tudi pri razvoju stroke, zlasti na področju poslovne javnosti in marketinga.

Kar nekaj smo že naredili, vsekakor pa na vseh področjih še nismo dosegli želenega. Odločeni smo, da bomo s transparentnim, iskrenim prikazovanjem in zdravo ambicijo, dosegli tudi zastavljene strateške cilje. K temu je zavezano vodstvo in celoten kolektiv. Zato smo pripravili prvo samostojno trajnostno poročilo Donata, čeprav že nekaj let poročamo v okviru skupine Atlantic Grupa.

Za vse, ki so del nas in jih dnevno srečujemo tudi ob trgovskih policah, s tem jasno sporočamo, da delamo resne korake naprej ter nadaljujemo z uresničevanjem ambicioznih trajnostnih zavez. Hkrati vsi zaposleni potrjujemo svojo neomajno zavezo, da smo pripadni našim vrednotam, poslanstvu, zdravju vsakega posameznika in družbe ter seveda naravnega okolja.

Darja Teržan,
izvršna direktorica poslovnega področja Donat

O blagovni znamki Donat



Donat je blagovna znamka, ki predstavlja naravno mineralno vodo Donat Mg. Slednjo odlikuje **edinstvena kombinacija mineralov**, ki **klinično dokazano vpliva na delovanje prebave** in skrbi za dobro počutje. Blagovna znamka je na slovenskem trgu prisotna že več kot 110 let. Zaradi naravnega izvora in unikatnosti v delovanju, nima neposredne konkurence.

Donat se pozicionira kot **strokovnjak za zdravo prebavo**, saj zdravje in dobro počutje izvirata iz prebavnega sistema. V ospredje postavlja preventivno skrb za zdravje prebave in posledično celotnega telesa. V našem prebavnem sistemu nastaja kar okoli 80 % celic našega imunskega sistema, s čimer Donat pridobiva še pomembnejšo vlogo v vlogi preventivne skrbi za zdravje. Tudi uporabnikom in potencialnim uporabnikom Donata je čedalje bolj pomembna skrb za lastno zdravje, **krepitev imunskega sistema in ohranjanje dobrega počutja**. Zato se v svojem delovanju blagovna znamka osredotoča tudi na spodbujanje ustvarjanja zdravih navad na dolgi rok preko vodenih programov zdravja: Donat Detox, Donat Imuno in program 6 dni do boljše prebave.

Njegova prednost **reševanja funkcionalnih prebavnih težav** na naraven način prav tako ostaja podporni del poslanstva blagovne znamke.

Donat klinično dokazano odpravlja zaprtje in pomaga pri odpravljanju številnih težav s prebavo.

Za blagovno znamko Donat je zelo pomembna tudi **strokovna medicinska javnost**. S celoletnim izobraževanjem o **klinični študiji**, ki je edinstvena med izdelki na področju prodaje blaga široke potrošnje in z izobraževanjem o **mehanizmi vpliva Donata na splošno zdravje** ter načinih **kako ohranjati zdravje prebavnega sistema**, širimo znanje in zaupanje ne samo med zdravniki, ampak tudi med končnimi uporabniki.

Pomembna stebra blagovne znamke sta tudi **trajnost in trajnostni razvoj**. Pomembno nam je, da se kot skrbniki te izjemno kakovostne in funkcionalne naravne mineralne vode obnašamo odgovorno tako do **lastnikov kot do posameznikov, družbe in seveda okolja**. Aktivno delujemo v smeri zmanjševanja CO₂ odtisa, varovanja vodnega vira, sodelovanja z lokalno skupnostjo, enakimi možnostmi zaposlenih, prenosa znanja, razvoja, trajnostne embalaže, transparentnosti, učinkovitosti in vplivnosti.



* Bothe G, Coh A, Auinger A. Efficacy and safety of a natural mineral water rich in magnesium and sulphate for bowel function: a double-blind, randomized, placebo-controlled study. Eur J Nutr. 2017;56(2):491-499



V letu 2021 je blagovna znamka Donat prejela **številne nagrade**, ki potrjujejo, da z **blagovno znamko odlično upravljamo**.

Na področju digitalnih aktivacij v okviru nagrad WEBSI, se je blagovna znamka uvrstila na prvo mesto v kategorijah: globalni digitalni projekt (za prenovo blagovne znamke Donat na mednarodnih trgih) in Spletna mesta (za razvoj spletnega mesta Donat). Na drugo mesto se je uvrstila v kategoriji vsebinskega marketinga (za projekt Vsebinsko središče Donat). V sklopu nagrad Digital Communications Awards se je Donat s svojim spletnim mestom v kategoriji *Digitalna komunikacija* uvrstil na drugo mesto.

V letu 2021 je bila blagovna znamka Donat za svojo reciklirano plastenko nagrajena s prvim mestom v kategoriji *Okolju najbolj prijazen postopek*. Nagrado podeljujeta časnik Finance in Eko Sklad Slovenije.

Izjemne rezultate je blagovna znamka dosegla tudi na podelitvah nagrad Effie Slovenija 2020: v kategorijo *Zlata nagrada študentske žirije v kategoriji »Odziv za obstanek«* se je blagovna znamka Donat s svojo komunikacijsko platformo



»Poskrbite za svojo prebavo, poskrbite zase« uvrstila na prvo mesto. Prav tako se je s tem projektom blagovna znamka Donat uvrstila na prvo mesto v kategoriji *Zlata nagrada Effie Slovenija 2020: izdelki – pijača*. S svojim projektom »Razvoj blagovne znamke« v kategoriji *Najbolj učinkovita blagovna znamka*, je blagovna znamka Donat zasedla prvo mesto. **Kot prvi v Sloveniji**, pa smo postali **prejemniki platinaste nagrade Effie** za najbolj učinkovito komunikacijsko platformo: »Poskrbite za svojo prebavo, poskrbite, zase« v kategoriji »Odziv za obstanek«.

VIZIJA

**S strokovno podporo zdravju,
ki izvira iz prebave,
želimo ustvariti
bolj zdrav svet.**



POSLANSTVO

**Ozaveščene posameznike
opolnomočimo za proaktivno
ohranjanje zdravja, ki temelji
na prebavi.**

**Verjamemo, da lahko
le ozaveščen, izobražen
posameznik proaktivno
skrbi za svoje zdravje.**



VREDNOTE

**Skrb za zdravje
in dobro počutje.**

Odgovornost.

Strokovnost.

**Zanesljivost
in učinkovitost.**





KLJUČNA NAČELA

Ključne vrednote Atlantic Grupe so **skrb, odprtost, rast in strast**.

Kot blagovna znamka v sklopu Atlantic Grupe sledimo načelom politike kakovosti »We Create the Quality You Love«, ki predstavlja bistven del naše korporativne kulture. Politika kakovosti temelji na vrednotah Atlantic Grupe in je sestavljena iz naslednjih načel:

ODPRTOST ZA KREPITEV LOJALNOSTI

Iščemo kreativne in inovativne rešitve za nenehno izboljševanje procesov.

Spodbujamo najboljše prakse z vzpostavljanjem partnerstev z deležniki.

STRAST ZA ZADOVOLJEVANJE POTREB IN ŽELJA POTROŠNIKOV IN KUPCEV

Naši visoki cilji so usmerjeni v odličnost blagovnih znamk in storitev.

Gradimo kulturo varne hrane (food safety culture) in visoke odgovornosti, ki temelji na najzahtevnejših svetovnih standardih.

RAST Z ODGOVORNOSTJO

Skupaj rastemo in spoštujemo zakonodajo, standarde in zahteve kupcev.

Neprekinjeno in celovito obvladujemo tveganja.

SKRB ZA USTVARJANJE BOLJŠEGA OKOLJA

Zavedajoč se klimatskih sprememb in ogrožene biotske raznovrstnosti smo v razvojne strategije vgradili cilje trajnosti.

Skrb za boljše okolje razvija kulturo nenehnega izboljševanja.

Donat kot izdelek in blagovna znamka

Naravna mineralna voda Donat Mg izvira samo **na enem mestu na celem svetu, v Rogaški Slatini**. Ta leži v severnem Posotelju, na vzhodnem in osrednjem delu Štajerske. Naravna mineralna voda prihaja iz dveh vrtin, ena je na 274 metrih globine v slatinskem Zdraviliškem parku, druga v nekaj kilometrov oddaljenem Podplatu, 606 metrov pod površjem. Voda priteka iz vrtine po naravnem iztoku, torej brez črpalke.

Naravna mineralna voda Donat Mg je bogata z mineralnimi snovmi in z dodanim lastnim ogljikovim dioksidom iz izvira. V njej je višja unikatna kombinacija hidrogenkarbonata, sulfata, kalcija, magnezija in natrija. Značilne sestavine naravne mineralne vode Donat Mg (mg/L) so: magnezij (Mg^{2+}) 1000, natrij (Na^+) 1700, kalcij (Ca^{2+}) 430, hidrogenkarbonat (HCO_3^-) 7400, sulfat (SO_4^{2-}) 2200, klorid (Cl^-) < 100, ogljikov dioksid (CO_2) min. 3500.

Učinke zdravilnih voda iz Rogaške Slatine na prebavni sistem so s pridom izkoriščali že pred več kot 400 leti; kot cenjeno zdravilo so jih uporabljali celo na dunajskem dvoru. Do danes so odkrili številne funkcionalne tegobe prebavnega sistema, ki jih Donat dokazano učinkovito rešuje, kot tudi načine za ohranjanje normalnega delovanja prebave s pomočjo Donata. Leta 2015 smo **učinkovitost na delovanje prebavnega sistema dokazali tudi s klinično študijo**, zato odgovorno trdimo, da Donat klinično dokazano podpira delovanje prebave in skrbi za dobro počutje.

Zaradi omejenosti vodnega vira naravne mineralne vode Donat Mg oziroma njegove zaščite smo leta 2020 strategijo prodaje, ki je temeljila na volumnu, zamenjali s **strategijo povečevanja vrednosti blagovne znamke**. Nova strategija temelji na premiumizaciji zaradi Donatove unikatnosti, relevantnosti za moderni življenjski stil uporabnika in hkrati omejenosti količine.

Atlantic Droga Kolinska d.o.o., poslovni obrat Rogaška Slatina.

Kidričeva ulica 35

3250 Rogaška Slatina, Slovenija

Tel. + 386 3 818 51 00

www.donat.com

✓
**KLINIČNO
DOKAZANO
DELUJE NA
PREBAVO**

Mg²⁺

1000 mg/l

Ca²⁺

430 mg/l

HCO₃⁻

7400 mg/l

SO₄²⁻

2200 mg/l

Trgi in prodaja

Letna razpoložljiva količina vode je omejena na okvirno 31 mio litrov, kar pogosto rezultira v povpraševanju, ki je večje od razpoložljivosti, zato skrbno izbiramo trge, na katerih smo prisotni.



Prodaja Donata v tisoč litrih v letih 2016-2021

Leto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
v 000 l	22.748	27.894	29.772	30.211	30.678	30.969

Skladno z načeli trajnostnega razvoja skrbimo za vzdržno rast in primerno profitabilnost.

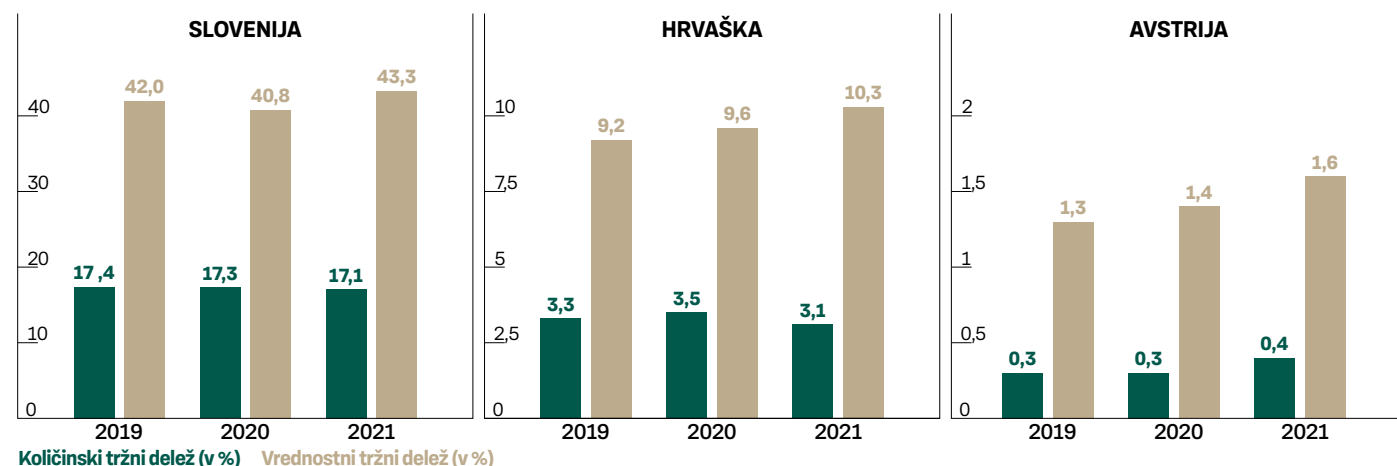
Vrednost prodaje v tisoč € v letih 2016-2021

Leto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
v 000 €	21.174	23.319	24.926	25.787	26.059	29.074

Donat je na vseh omenjenih trgih prisoten na prodajnih mestih izdelkov široke potrošnje, v okviru kategorije gaziranih naravnih mineralnih voda. Kategorija dosega stabilno rast, ki se predvideva tudi v prihodnjih letih. Na ključnih trgih ima Donat količinski tržni delež na ravni lanskega, vrednostni tržni delež pa se je povečal.

NIELSEN PODATKI O MALOPRODAJI	SLOVENIJA			HRVAŠKA			AVSTRIJA		
Kategorija gazirane mineralne vode	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Količinski tržni delež (v %)	17,4	17,3	17,1	3,3	3,5	3,1	0,3	0,3	0,4
Vrednostni tržni delež (v %)	42,0	40,8	43,3	9,2	9,6	10,3	1,3	1,4	1,6

Vir: Nielsen Retail Panel Nov21, obdobje 2019-2021, letni podatki o prodaji za obdobje dec-nov



Ključna funkcionalnost kategorije gaziranih naravnih mineralnih voda je hidracija, medtem ko Donat prav nasprotno - ob svojem delovanju dehidrira! Tako so Donatovi konkurenti, potencialni substituti za vzpostavljane in zagotavljanje normalnega delovanja prebave, prisotni predvsem v drugih kategorijah, med katerimi so probiotiki in fermentirana živila, zdravila brez recepta za različne prebavne težave (zgaga, zaprtje itd.), prehranska dopolnila in čaji.

Ker Donat po svoji funkcionalnosti ni primerljiv z izdelki gaziranih mineralnih voda, razmišljamo o načinih vzpostavitve nove kategorije, ki bo izdelkom široke potrošnje s funkcionalnostjo na področju prebave, dala jasno in samostojno pozicijo.



Pozicija blagovne znamke Donat znotraj organizacije skupine Atlantic Grupa

Lastništvo:

Atlantic Droga Kolinska, Živilska industrija d.o.o.

(v 100% lasti skupine Atlantic Grupa s sedežem v Zagrebu, Hrvaška)

Kolinska ulica 1

1000 Ljubljana, Slovenija

Tel. + 386 1 472 15 00

www.atlanticgrupa.com

ATLANTIC
GRUPA



Poslovanje skupine Atlantic Grupa je organizirano na šest poslovnih področij:



Poslovno
področje
Donat



Strateško
poslovno področje
Delikatesni namazi



Strateško
poslovno področje
Pijače



Strateško
poslovno področje
Kava



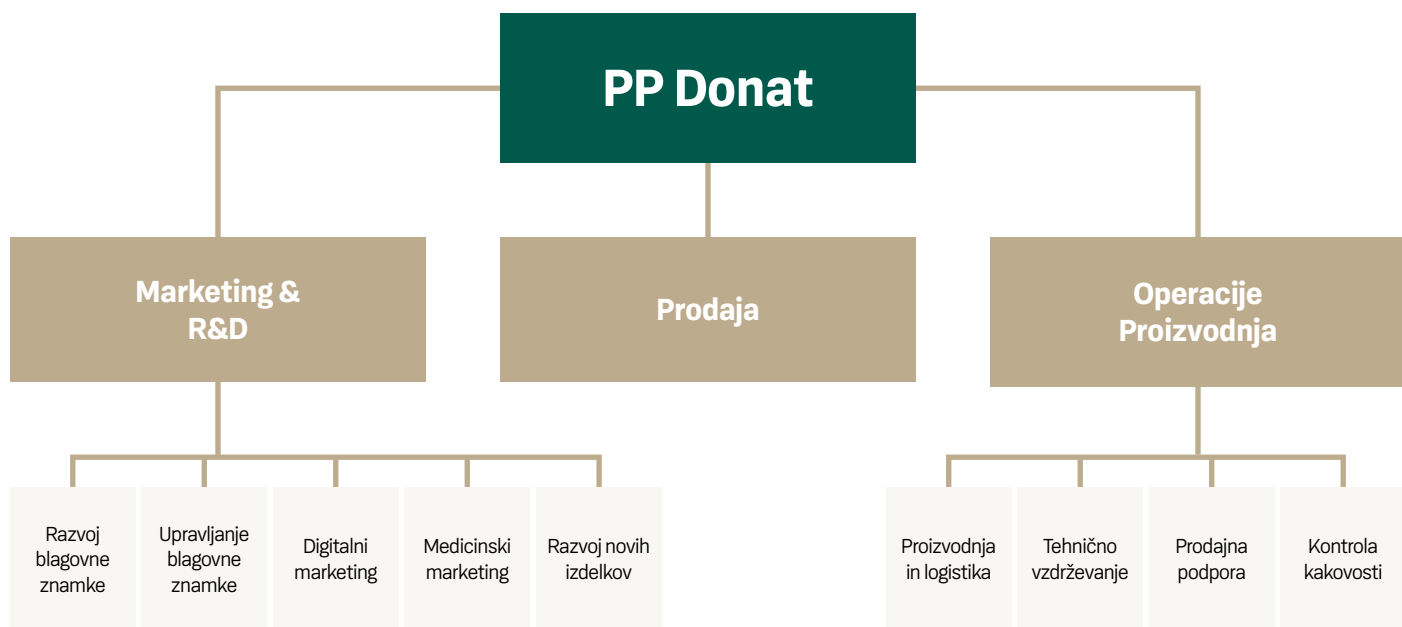
Strateško poslovno
področje
Sladko in slano



Strateško
poslovno področje
Pharma

V drugi polovici leta 2019 je skupina Atlantic Grupa, lastnik Atlantic Droge Kolinske d. o. o., ki je lastnik blagovne znamke Donat, prenovila svojo korporativno strategijo. Znotraj te je Donat postal samostojno poslovno področje, ki je začelo delovati 1. 1. 2020.

Organizacijska struktura poslovnega področja Donat



Trajnostni tim

Trajnostni tim je multidisciplinaren in je sestavljen iz različnih oddelkov. Tim po pooblastilu podpredsednika skupine Atlantic Grupa za Delikatesne namaze, Donat in Internacionalizacijo vodi direktor raziskav in razvoja.

Operativno trajnostne projekte vodi Iva Starc, specialistka za digitalno komunikacijo.

Korporativne podporne funkcije

Korporativne podporne funkcije so organizirane centralno in zagotavljajo izvajanje enotnih korporacijskih standardov ter pregledno in učinkovito poslovanje na ravni celotne skupine Atlantic Grupa.

Podporne funkcije vključujejo:

- korporativne dejavnosti,
- finance, javna naročila in naložbe,
- korporativno strategijo in razvoj,
- transformacijo in informacijsko tehnologijo.



ROGAŠKA SLATINA
46.2332° N | 15.6379° E



Trajnostno upravljanje

Korporativna kultura v skupini Atlantic Grupa in vseh povezanih podjetjih podpira in spodbuja načela trajnostnega razvoja: ekonomsko učinkovitost, okoljsko, družbeno in etično odgovornost. Atlantic Droga Kolinska d. o. o. in v njenem okviru poslovno področje Donat integrirata trajnost v poslovno strategijo, odločitve in nadzor svojega upravljanja. Osredotočamo se na dolgoročno trajnostno ustvarjanje vrednosti, saj želimo celovito upravljati s tveganji in priložnostmi, povezanimi s trajnostjo.

Dosledno spoštujemo zakonodajo na vseh področjih svojega poslovanja. Naše upravljanje temelji na popolni transparentnosti, etičnem kodeksu, politiki nediskriminacije, preprečevanju korupcije in žvižganja, varovanju človekovih pravic in spoštovanju varstva osebnih podatkov. Vsi ti dokumenti so objavljeni [v trajnostnem poročilu skupine Atlantic Grupa](#).

Prepoznavanje strateških deležnikov

Blagovna znamka Donat tradicionalno gradi poglobljene in kakovostne odnose z vsemi deležniki. Prepoznali smo naslednje strateške deležniške skupine, s katerimi gradimo dolgoročna partnerstva. Nenehno dograjujemo komunikacijske kanale, preko katerih prepoznavamo različne interese, izzive in priložnosti ter sokreiramo trajnostno dodano vrednost blagovne znamke.

Strateški deležniki	Cilji	Komunikacijski kanali
Zaposleni	• Pripadni, zadovoljni in motivirani sodelavci, • korektni in odprti odnosi, • visoka varnost in skrb za zdravje pri delu, • nenehni razvoj potenciala zaposlenih, • uspešno poslovanje in posledično razvoj in dolgoročno zagotavljanje delovnih mest.	• Intranet, • interni časopis, • interna komunikacija preko posebnega elektronskega naslova, • oglasne deske, • družbeno omrežje, • spletno mesto, • srečanja z zaposlenimi.
Uporabniki in trgovske verige	• Spodbuda k zdravim življenjskim vzorcem in preventivna skrb za zdravo prebavo, • razumevanje želja in zahtev uporabnikov in trgovskih verig, • izpolnjevanje pričakovanj, • visoka stopnja zaupanja in lojalnosti uporabnikov, • zagotavljanje najkakovostnejših, varnih in zdravih izdelkov in storitev, • vpliv na rast kategorije izdelkov za ohranjanje prebavnega zdravja.	• ATL kanali (TV, Ra, zunanji plakati, tiskani materiali), • BTL kanali (tiskovine, komunikacija na prodajnem mestu...), • elektronski mediji (e-naslov, družbena omrežja, aplikacija, spletna mesta), • klasični mediji (telefon, pošta), • tržne raziskave, • letno poročilo skupine Atlantic Grupa.
Strokovna, zlasti medicinska javnost	• Nove znanstvene študije, ki potrjujejo učinke Donata na telo, • izobraževanje zdravstvenih delavcev, • pridobivanje priporočil medicinske stroke – primarno osebnih zdravnikov in specialistov gastroenteorologije, sekundarno pa ginekologov in pediatrov.	• Elektronski mediji (e-naslov, družbena omrežja, spletno mesto), • klasični mediji (telefon, pošta), • webinarji za medicinsko javnost, • kongresi.
Dobavitelji in drugi poslovni partnerji	• Dvigovanje dodane vrednosti v dobavni verigi, • visoka kakovost blaga in storitev, • skladnost z vsemi standardi in zakonodajo (tudi z vidika trajnostnega razvoja), • zanesljiva, konkurenčna dobava, • nenehni trajnostni premiki (zlasti z vidika krožnega gospodarstva in razogljičenja), • utrjevanje dobrih poslovnih odnosov.	• Elektronski mediji (spletna stran, e-naslov, družbena omrežja), • klasični mediji (telefon, klasična pošta), • poslovna srečanja, • letno poročilo skupine Atlantic Grupa, • trajnostno poročilo blagovne znamke Donat.
Lastniki	• Dolgoročni razvoj družbe in blagovne znamke Donat, • doseganje poslovnih ciljev, • uspešno upravljanje s tveganji.	• Odprta, direktna in transparentna komunikacija, • avtomatizirana komunikacija je preko internih podatkovnih baz, • neformalna komunikacija po elektronskih in osebnih kanalih.
Družbeno okolje, lokalne skupnosti, civilne iniciative	• Vzpostavljanje in ohranjanje dobrih odnosov, kakovostnega naravnega okolja in razvoj družbenega okolja, • dvigovanje zdravih življenjskih vzorcev vseh generacij.	• Prednostno sodelovanje s subjekti v Rogaški Slatini, kjer je polnilnica.
Mediji	• Verodostojno informiranje o dejavnostih in poslovanju družbe in blagovne znamke Donat, • krepitev ugleda družbe in blagovne znamke Donat ter sproti odpravljanje morebitnih komunikacijskih šumov.	• Osebni intervjuji, • sporočila za javnost, • novinarske konference.

Izzivi in priložnosti trajnostnega razvoja

Pri upravljanju blagovne znamke Donat smo pozorni na izzive in priložnosti trajnostnega razvoja tako na ekonomskem, družbenem kot okoljskem področju.

Poseben poudarek dajemo šestim ciljem, ki jih je prepoznala tudi EU v okviru Zelenega dogovora oziroma taksonomije zelenega prehoda, in sicer:

- blažitev podnebnih sprememb;
- prilagajanje podnebnim spremembam;
- trajnostna raba in varstvo vodnih virov;
- prehod na krožno gospodarstvo, preprečevanje nastajanja odpadkov in njihovo recikliranje;
- preprečevanje in nadzorovanje onesnaževanja;
- varovanje zdravih ekosistemov.

Vodni vir, iz katerega izvira naravna mineralna voda Donat Mg, upravljamo na odgovoren in trajnosten način, saj ga želimo ohraniti za prihodnje generacije, pri čemer spoštujemo določbe koncesijske pogodbe in uredbe. Pri tem **sodelujemo z lokalnimi skupnostmi** in javnimi organi. To sodelovanje ne prispeva samo k varovanju biotske raznovrstnosti in naravnih habitatov, ampak tudi k uspehu regionalne, družbene in gospodarske dejavnosti.

Za odvzem vode je potrebno dovoljenje oziroma koncesija, ki smo jo pridobili z izpolnjevanjem pogojev, ki so določeni z uredbo Vlade RS. Količina naravne mineralne vode, do katere imamo dostop, je omejena. Zavezani smo k omejeni rabi, ki je določena s koncesijskim aktom, na podlagi **naravnega letnega prirasta vode**. Na ta način ohranjamo kakovost vodonosnika in vode, ki izvira iz podzemnega vodnega vira.

Pomembno je poudariti, da je za zaščito podzemnega vodnega vira naravne mineralne vode Donat poskrbela tudi narava sama, saj ga je obdala z neprepustnimi geološkimi kamninskimi sloji, ki vodni vir učinkovito varujejo tudi pred vplivi antropogenega onesnaževanja. Tako je vodni vir odporen tudi proti podnebnim spremembam, ki smo jim priča. Kljub temu s kontinuiranim merjenjem nivoja podzemne vode spremljamo stabilnost vodnega vira.

Z namenom nižanja ogljičnega odtisa in posledično vpliva na podnebje zmanjšujemo maso embalažnih materialov in povečujemo deleže **reciklatov v embalažnih materialih** povsod tam, kjer tehnologija to omogoča. V načrtovanih investicijah smo posebej pozorni, da gradimo tehnološke procese z najsodobnejšo

tehnologijo, ki je skladna s trajnostnim razvojem, in da bomo dobavljali čim večji **delež energije iz obnovljivih virov**.

V središču izzivov in priložnosti so tudi družbeni dejavniki, zlasti **zdravje in dobro počutje** posameznikov. Demografske spremembe, hiter in stresen življenjski tempo pomenijo veliko tveganje za zdravje in vitalnost populacije. Z izdelkom blagovne znamke Donat nagovarjamo tako zdrav, odgovoren in vitalen življenjski slog v luči preventive, kakor tudi skrb za urejeno prebavo kot kurativo. Priložnosti vidimo v **kontinuiranem izobraževanju** in opolnomočenju ljudi z znanjem o pomenu prebavnega zdravja na celotno dobro počutje. Vse naše trditve temeljijo na preverjenih dejstvih in **znanstveno dokazanih učinkih**. Relevantna skupina so strokovnjaki s področja medicine in nutricistike. Za bolj zdravo družbo je potrebno širjenje znanja in novih znanstvenih dejstev zdravstvenim strokovnjakom in oblikovanje relevantnih partnerstev za promocijo proaktivne skrbi za zdravje.

Smo člani Gospodarske zbornice Slovenije in Združenja industrije pijač. Združenje industrije pijač je član evropskega združenja, ki povezuje polnilce embaliranih vod v Evropi (*Natural mineral waters Europe*). Aktivno sodelujemo tudi v delovnih telesih evropskega združenja.





Trajnostno poročanje

Razkrivanje našega trajnostnega upravljanja je del naše politike transparentnosti do vseh zainteresiranih deležnikov. Skupina Atlantic Grupa, s sedežem v Zagrebu, katere del je Atlantic Droga Kolinska d.o.o., s sedežem v Ljubljani, od leta 2013 o svojem trajnostnem razvoju poroča v trajnostnem poročilu, ki je pripravljeno po standardih GRI. Trajnostna poročila skupine Atlantic Grupa so dostopna na [povezavi](#).

Blagovna znamka Donat, ki je s 1. 1. 2020 začela delovati kot samostojno poslovno področje, o svojem trajnostnem razvoju samostojno poroča prvič. Doslej smo o vidikih našega trajnostnega poslovanja komunicirali po različnih komunikacijskih kanalih, med drugim na naši spletni strani in v sklopu celovitega trajnostnega poročila skupine Atlantic Grupa.

Večja samostojnost upravljanja in zaveza k visokim standardom trajnostnega razvoja sta nas spodbudili, da leta 2021 prvič pripravimo samostojno trajnostno poročilo v skladu s standardi GRI. To poročilo je usklajeno s trajnostnim poročilom skupine Atlantic Grupa.

V prihodnje bomo nadaljevali s samostojnim letnim trajnostnim poročanjem. V proces priprave trajnostnega poročila so bila aktivno vključena vsa področja blagovne znamke Donat, vključno z vodstvom. Pri izbiri vsebine so ključni naslednji atributi: bistvenost, vključenost deležnikov in trajnostni kontekst. Pri podajanju vsebine smo si prizadevali za uravnoteženost, primerljivost, točnost, jasnost in zanesljivost podatkov.

Odgovorna oseba poročanja o trajnostnem razvoju za Poslovno področje Donat je direktorica marketinga, razvoja in raziskav Klavdija Vidic. Njen kontakt je: klavdija.vidic@atlanticgrupa.com

Trajnostni odnosi z zaposlenimi



Na poslovnem področju Donat, kakor v celotni skupini Atlantic Grupa, med zaposlenimi na vseh ravneh gradimo vrednote odprtosti, spoštovanja, pripadnosti, zaupanja, poštenosti in osebne odgovornosti. Spodbujamo ustvarjalnost in prijetne odnose v delovnem okolju. Pomemben del naše korporacijske

kulture sta nagrajevanje in spodbujanje zaposlenih, ki s svojim delom pomagajo ustvarjati boljšo prihodnost za vse.

V skupini Atlantic Grupa so temeljne funkcije upravljanja s kadri centralizirane.

Analiza zaposlenih

Na dan 31. 12. 2021 je bilo v poslovni enoti Donat 79 zaposlenih, povprečna starost je 47,6 let. Vsi zaposleni imajo kolektivno pogodbo o zaposlitvi, 99 % jih je zaposlenih za nedoločen čas. Agencijskih delavcev nimamo, prav tako ne študentov. Podatki se do leta 2019 nanašajo samo na lokacijo Rogaška Slatina, kjer je proizvodnja Donata. Donat je s 1. 1. 2020 postal samostojno poslovno področje, zato se podatki od leta 2020 naprej nanašajo na celotno poslovno področje Donat, ki zajema tako proizvodno lokacijo Rogaška Slatina, kot tudi prodajo in marketing ter raziskave in razvoj.

Število zaposlenih na lokaciji Rogaška Slatina oziroma v poslovni enoti Donat v obdobju v letih 2018-2021 po vrsti zaposlitve

Leto	2018	2019	2020	2021 Na dan 31. 12. 2021
Vrsta zaposlitve	78 nedoločen čas	2 določen čas 78 nedoločen čas	1 določen čas 82 nedoločen čas 1 preko agencije	1 določen čas 78 nedoločen čas

Zaposleni po spolu v odstotkih na lokaciji Rogaška Slatina oziroma v poslovni enoti Donat v obdobju v letih 2018-2021

Leto	2018	2019	2020	2021 na dan 31. 12. 2021
Ženske	21 %	21 %	27 %	28 %
Moški	79 %	79 %	73 %	72 %

Med zaposlenimi v poslovni enoti Rogaška Slatina prevladujejo moški zaradi narave dela, ki pa se postopoma spreminja. V vodstvu je 67 % žensk in 33 % moških.

Zaposleni na lokaciji Rogaška Slatina oziroma v poslovni enoti Donat v obdobju 2018-2021 po izobrazbi

Leto	II. stopnja	III. stopnja	IV. stopnja	V. stopnja	VI. stopnja	VII. stopnja	VIII. stopnja	Skupaj
2021	7	1	26	27	8	8	2	79
2020	10	1	27	28	9	8	1	84
2019	11	1	30	28	5	4	1	80
2018	12	1	29	26	6	3	1	78

Na lokaciji Rogaška Slatina je fluktuacija majhna, ki se še niža. V letu 2020 je padla na 7 %, medtem ko je bila leto poprej 11 %. Največji del fluktuacije izhaja iz naslova upokojitve, kar pomeni, da v največji meri zaposluje zaradi upokojevanja zaposlenih. V letu 2021 je celotna fluktuacija posledica ukinjanja linije stekla, kjer smo uporabili mehke načine zmanjševanja zaposlenih, torej upokojevanje starejših delavcev in delavk.

Fluktuacija zaposlenih na lokaciji Rogaška Slatina oziroma v poslovni enoti Donat v obdobju 2018-2021

Leto	2019	2020	2021
Fluktuacija v %	10,89	6,95	11,20

Število novo zaposlenih na lokaciji Rogaška Slatina oziroma v poslovni enoti Donat v obdobju 2018-2021

2018	2019	2020	2021
1 – logistika	0	Interne rotacije	1 vzdrževanje 1 R&D

V oddelku marketinga se vsi prihodi od 2020 dalje navezujejo na interne rotacije znotraj podjetja Atlantic Droga Kolinska d. o. o.

Plačilo in politika prejemkov

V skupini Atlantic Grupa imamo sistem nagrajevanja, ki ga nenehno preverjamo na trgu, saj želimo, da so naši zaposleni ustrezno plačani za svoje delo ter nagrajeni za svoje dosežke in dosežke podjetja. Plača je pri nas nadgrajena s številnimi bonitetami, nagradami in možnostmi za razvoj zaposlenih. Med drugim poznamo letne bonuse, enkratne nagrade, nagrajevanje

za poslovno uspešnost, »sabbatical« in fleksibilne bonitete, ki si jih zaposleni lahko izberejo iz nabora in jih tako prilagodijo svojim željam in življenjskim potrebam. Le na ta način se lahko uvrščamo med najboljše delodajalce na trgu dela, aktivno vplivamo na fluktuacijo naših zaposlenih in privabimo najboljše kandidate na trgu.

Izobraževanje

Razvoj kadrov v skupini Atlantic Grupa temelji na procesu upravljanja s kariero in modelu LEARN@Atlantic. Proces upravljanja s kariero je proces, s katerim ugotavljamo učinek in potencial posameznika, preverimo, kakšne so njegove ambicije in želje, ter pripravimo individualni razvojni načrt.

Model LEARN@Atlantic omogoča razvoj temeljnih kompetenc in veščin. Razdeljen je na štiri področja:

- Leader Lab, v okviru katerega vodje pridobivajo in krepijo vodstvene veščine;
- Functional Lab, ki je namenjen pridobivanju in krepitvi funkcionalnih veščin, kot so marketing, prodaja, korporativno upravljanje kakovosti idr.;
- Talent Lab, ki se ukvarja z razvojem mladih talentov;
- My Lab, ki je usmerjen na osebni razvoj posameznika in temelji predvsem na posameznikovi samoiniciativi.

Sodelujemo z izobraževalnimi institucijami, saj dijakom in študentom omogočamo opravljanje obvezne prakse in obiske naših proizvodnih obratov.

V celotni skupini Atlantic Grupa smo tako v letu 2021 organizirali več kot 1.000 izobraževanj, od katerih se je okoli 3500 zaposlenih udeležilo vsaj enega izobraževanja.

- 2021 je 15 ur izobraževanja na zaposlenega v skupini Atlantic Grupa,
- 2020 je 12 ur izobraževanja na zaposlenega v skupini Atlantic Grupa,
- 2019 je 13 ur izobraževanja na zaposlenega v skupini Atlantic Grupa.



Pravica do svobode združevanja in kolektivnega pogajanja ter sodelovanje s sindikatom

Vsak zaposleni ima pravico, da se vključi v sindikat. Družba redno sodeluje s sindikati (sestanki na mesečni oziroma dvomesečni ravni, dogovori glede različnih izplačil). S sindikati je sklenjena podjetniška kolektivna pogodba. Vsaj dvakrat letno se sestanemo tudi na temo finančnega poslovanja.

Preprečevanje mobinga

Skladno z zakonom imamo v podjetju Atlantic Droga Kolinska d. o. o. pravilnik, ustaljene procedure in pooblaščenke za preprečevanje mobinga.

Komuniciranje z zaposlenimi

Zavedamo se, da je komuniciranje z zaposlenimi poglavitno za njihovo dobro počutje, zavedanje prispevka podjetju ter njihovo motivacijo in pripadnost. Tako na različnih ravneh in po različnih kanalih že pred zaposlitvijo, med njo in tudi po koncu zaposlitve neprestano komuniciramo, saj se zavedamo, da so prav oni lahko naši najboljši ambasadurji.



Zaželen zaposlovalec

Atlantic Droga Kolinska kot del skupine Atlantic Grupa je na trgu dela prepoznana kot odličen delodajalec, ki skrbi in vlaga v svoje zaposlene, jih prepozna in razvija kot posameznike ter ustvarja prijetno in motivirajoče okolje za delo.

Prejeli smo več certifikatov in priznanj:

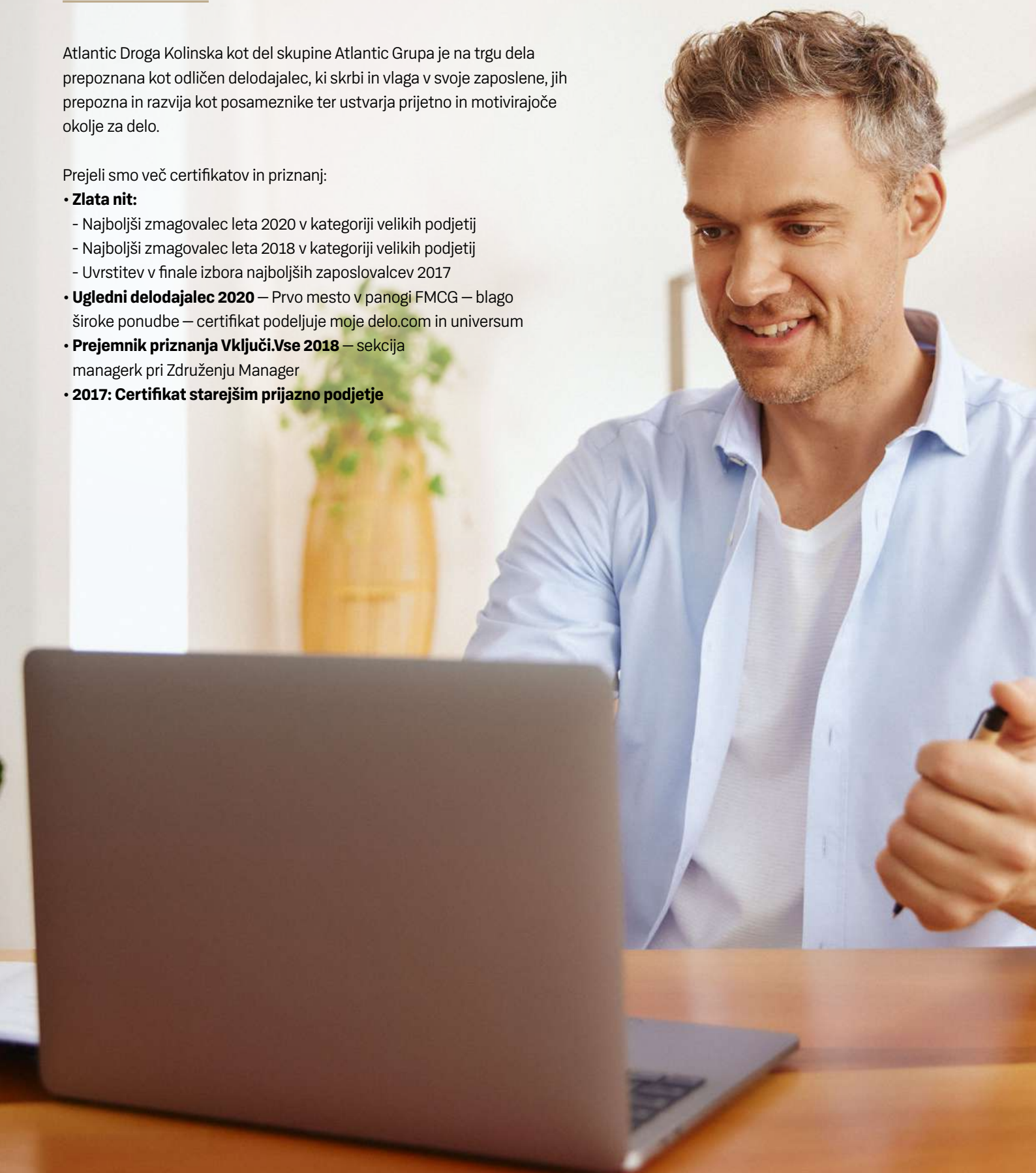
- **Zlata nit:**

- Najboljši zmagovalec leta 2020 v kategoriji velikih podjetij
- Najboljši zmagovalec leta 2018 v kategoriji velikih podjetij
- Uvrstitev v finale izbora najboljših zaposlovalcev 2017

- **Ugledni delodajalec 2020** — Prvo mesto v panogi FMCG — blago široke ponudbe — certifikat podeljuje moje delo.com in universum

- **Prejemnik priznanja Vključi.Vse 2018** — sekcija managerk pri Združenju Manager

- **2017: Certifikat starejšim prijazno podjetje**



Politika na področju zdravja in varnosti pri delu

Politiko na področju varnosti in zdravja pri delu sprejema uprava družbe. V družbah s sedežem v Sloveniji je v skladu z Zakonom o varnosti in zdravju pri delu sprejet temeljni interni dokument Izjava o varnosti z oceno tveganja. V tem dokumentu je delodajalec ocenil vsa tveganja za varnost in zdravje, ki so jim zaposleni izpostavljeni na svojih delovnih mestih, definiral ukrepe, s katerimi bo tveganja omejeval in nadziral, ter se s podpisom Izjave o varnosti zavezal k izvajanju ukrepov ter skrbi za varnost in zdravje zaposlenih. Poleg tega izvajamo tudi različne programe s področja promocije zdravja: delavnice, usposabljanja za zdrav način življenja in dela, prehrane, telesne vadbe, preventivnimi pregledi idr. Veliko pozornosti vlagamo v nakup kakovostne osebne varovalne opreme za svoje zaposlene, ustrezno ureditev delovnega okolja ter zagotavljanje optimalnih pogojev za delo na delovnih mestih.

Dodatno v okviru programa Care izvajamo ukrepe za lažje usklajevanje službenega in zasebnega časa (delo od doma,

fleksibilni delovni čas, dodatni dan dopusta za prvi šolski dan). Zaposleni imajo možnost rekreacije v različnih športnih klubih, prav tako pa organiziramo spletno 15-minutno vadbo za raztegovanje, ki poteka 3x tedensko v času delovnega časa. Vsem zaposlenim smo zagotovili redne zdravniške preglede na dve leti, zaposlenim nad 40 let pa še dodatne preglede – mamografijo za ženske in pregled prostate za moške.

Dodatno smo delo zaposlenim v proizvodnji olajšali z obutvijo po meri, v kolikor jo potrebujejo. Zaposlenim zagotavljamo tudi prilagoditve zaščitne oziroma delovne obleke, za delovna mesta z večjo izpostavljenostjo hrupu smo zagotovili individualne, po meri narejene ušesne čepe. Tudi v okviru izobraževalnih vsebin ponujamo teme, ki naslavlajo zdravo življenje, gibanje, zdravo prehrano in mehke teme (spopadanje s stresom, asertivna komunikacija, upravljanje s časom idr.).



Poškodbe pri delu

Na poslovnem področju Donat smo v preteklih letih zabeležili zelo nizko število poškodb pri delu glede na število zaposlenih in intenzivnost dela (število opravljenih delovnih ur). Na lokaciji Rogaška Slatina smo imeli od leta 2018 do konca leta 2021 dve poškodbi pri delu. Prva je bila poškodba prsta, ki je bila brez trajnih posledic za zaposleno. Zaradi te poškodbe je bilo izgubljenih 158 delovnih ur. Druga je bila poškodba palca (zlom), v oddelku vzdrževanja, prav tako brez trajnih posledic za zaposlenega. Zaradi te poškodbe je bilo izgubljenih 360 delovnih ur.

Preventivni ukrepi s področja varnosti in zdravja pri delu, ki jih izvajamo, so:

- redno periodično usposabljanje zaposlenih za varno in zdravo delo,
- redni periodični preventivni zdravstveni pregledi zaposlenih,
- redni periodični pregledi delovne opreme in sredstev za delo, prostorov in delovišč.

Odgovornost do invalidov

Za vse zaposlene, ki pridobijo status invalidnosti, se potrudimo najti ustrezno delovno mesto. Na lokaciji Rogaške Slatine imamo trenutno dva zaposlena s statusom invalida.

Trajnostni odnosi z uporabniki

Percepcija Donata v očeh uporabnikov je bila v preteklosti omejena zgolj na produktne značilnosti, še posebej indikacije, povezane z magnezijem in zaprtjem. Posledično je bil krog uporabnikov precej ozek in demografsko gledano starejši, ki je cenovno občutljiv. V prenovljeni strategiji, ki Donat pozicionira kot strokovnjaka za zdravje, ki izhaja iz prebave, osrednjo pozornost namenjamo mlajši ciljni skupini, ki želi proaktivno skrbeti za svoje zdravje in išče naravne izdelke, ki služijo preventivi. Njihovi prihodki so višji in so zahtevni uporabniki. Pripravljeni so plačati več za izdelke, ki so naravni, učinkoviti in trajnostni. S tem

pristopom poskrbimo, da uporabnik Donat že prej spozna in ima z njim izkušnjo, ko preide v kasnejše obdobje naše sekundarne ciljne skupine, ko potrebuje Donat tudi kot rešitev.

Sekundarno še vedno nagovarjamo ciljno skupino starejših, ki je Donatu izjemno zvesta. Svoje aktivnosti nadgrajujemo tudi z medicinskim marketingom oziroma z grajenjem odnosov z zdravniki in medicinskim osebjem, ki so pomembni z vidika ozaveščanja posameznikov o pomembnosti zdrave prebave in zdravega načina življenja.



Ključni potrošniški trendi

V zadnjem času na trgu blagovne znamke Donat opažamo naslednje ključne potrošniške trende:

- **Zdrav življenjski slog in prebava**

Med uporabniki narašča razumevanje, da je preventiva boljša kot kurativa. Veliko pozornosti je usmerjene na prebavo in njen vpliv na celotno telo, saj nove znanstvene raziskave potrjujejo, da človekovo celotno zdravje izhaja iz urejenega črevesja. Industrija prebavnega zdravja je tretja največja kategorija znotraj Health & Wellness industrije.¹

- **Naravnost**

Ljudje vse bolj razumejo, kako izvor oziroma pridelava izdelka vpliva na zdravost in varnost izdelka. Tako je na trgu vse več povpraševanja po atributih, ki jih uporabniki povezujejo z bolj varnim in zdravim nakupom: naravno, organsko, lokalno, brez dodatkov. Svetovna prodaja teh izdelkov vsako leto dosegla nove rekorde rasti. Kategorija organskih zdravih izdelkov je leta 2020 presegla 105 milijard dolarjev, "naravno zdravo" je dosegla 259 milijard dolarjev, funkcionalni zdravi izdelki pa 267 milijard dolarjev.²

- **Trajnostna usmeritev**

Uporabniki se vse bolj zavedajo svoje vloge pri ravnanju z okoljem in vplivu, ki ga ima na njihovo prihodnost in zdravje. Zato od blagovnih znamk pričakujejo, da se obnašajo čim bolj odgovorno do narave. Trajnostne zaveze imajo čedalje večji vpliv na nakupne odločitve.³

- **Priročnost**

Za uporabnika je najpomembnejše, da je izdelek blagovne znamke njegova najenostavnejša in najpriročnejša izbira.

S pandemijo Covid 19 v letih 2020/21 so vsi ti trendi dobili še dodaten pospešek, kar je za Donat predstavljalo dodatno priložnost za uspeh.



¹ Market insight and trends for gut health ingredients shaping the digestive health market, Nov 2016

² Statista, 2021

³ Global data, 2020 in FMCG gurus, 2020

Percepcija uporabnikov

Uporabniki so v središču našega poslovanja, zato izvajamo redne meritve, s katerimi spremljamo ugled blagovne znamke Donat v očeh uporabnikov po posameznih atributih. Med ključnimi

atributi meritev, ki se izvaja decembra vsako leto, so tudi odgovornost do okolja in družbena odgovornost.

PODOBA BLAGOVNE ZNAMKE - LASTNOSTI	SLOVENIJA		HRVAŠKA		AVSTRIJA	
% uporabnikov v kategoriji, ki atribut povezujejo z Donatom	2020	2021	2020	2021	2020	2021
Kakovostna blagovna znamka	64	68	51	57	7	8
Družbeno odgovorna blagovna znamka	47	52	32	34	3	3
Zaupanja vredna	61	65	47	47	5	7
Z redno uporabo skrbi za normalno delovanje prebave	63	72	48	52	4	6
Pomaga ohranjati zdrav imunski sistem	37	39	31	33	4	4
Trajnostno naravnana do okolja	48	51	35	34	4	5
Blagovna znamka, ki razume moje potrebe/kar potrebujem	45	47	33	35	4	5
Je strokovnjak za zdravo prebavo		67		52		5

Rezultati kažejo, da uporabniki izdelkov za uravnavanje prebave in splošno dobro počutje, blagovno znamko Donat vedno bolj percipirajo kot strokovnjaka za zdravo prebavo (atributa »z redno uporabo ohranja normalno delovanje prebavnega sistema« in »je strokovnjak za zdravo prebavo« z leti rasteta tako v Sloveniji, kot tudi na Hrvaškem in v Avstriji), ki posledično tudi dobro vpliva na delovanje celotnega imunskega sistema. Delež uporabnikov, ki se strinja z atributom, da Donat »pomaga ohranjati zdrav imunski sistem«, je bil v Sloveniji v letu 2021 39 %, na Hrvaškem pa nekoliko manjši, 33 %. Prav tako raste delež uporabnikov, ki Donat percipira kot zaupanja vredno blagovno znamko. V letu 2021 je bil delež takih uporabnikov v Sloveniji 65 %, na Hrvaškem pa 47 %.

S pomočjo te raziskave merimo tudi, kakšen delež uporabnikov izdelkov za uravnavanje prebave in splošno dobro počutje, povezuje blagovno znamko Donat z atributoma »družbeno odgovorna blagovna znamka« ter »okolju prijazna blagovna znamka«. V Sloveniji se delež uporabnikov, ki Donatu pripisujejo ta dva atributa vztrajno povečuje, v letu 2021 jih je bilo več kot 50 %.

Na Hrvaškem, kjer je blagovna znamka nekoliko manj prepoznavna in ne dosega takšne ravni uporabe, je delež uporabnikov, ki omenjena atributa povezuje z Donatom, 34 %. (2021).

Dobri rezultati na področju vpliva Donata na telo se odražajo tudi na atributu »kakovostna blagovna znamka«, kjer je bil v letu 2021 delež uporabnikov v Sloveniji kar 68 %, na Hrvaškem 57 %, rast pa je mogoče opaziti tudi na avstrijskem trgu, kjer je bil delež uporabnikov, ki Donatu pripisujejo atribut kvalitetne blagovne znamke 7,9 %.

V Avstriji kljub temu, da je prepoznavnost znamke, sploh na nacionalni ravni, vseeno še precej nizka, merjenje teh atributov izvajamo, ker želimo imeti izhodišče za postavljanje ciljev v prihodnjih letih, ko bodo tudi trženjske aktivnosti na tem področju močnejše. Stagnacija rezultatov na posameznih atributih v Avstriji ni statistično značilna, saj zaradi nizke penetracije blagovne znamke na trgu težko zajamemo dovolj velike vzorce za meritve. Vsekakor pa rezultate jemljemo kot vodilo, da skladno z njimi naprej razvijamo aktivnosti na lokalnih trgih.

Reklamacije

Zadovoljstvo kupcev spremljamo s sistemom za zagotavljanje kakovosti, kjer učinkovito obvladujemo tudi proces reklamacij. Visoki standardi kakovosti se odražajo v dejstvu, da reklamacij naravne mineralne vode Donat Mg praktično ni.

Število upravičenih reklamacij v letih 2018–2021

Leto	2018	2019	2020	2021
Število reklamacij	0	0	1	0

Informiranost kupcev in sledljivost izdelkov

Korektna informiranost kupcev je ključnega pomena pri gradnji zaupanja do proizvoda.

V podjetju imamo sisteme, ki zagotavljajo, da deklaracije na proizvodih vsebujejo vse potrebne informacije, ki jih narekuje zakonodaja s področja živilske industrije in zakonodaja, ki specifično pokriva naravne mineralne vode. Ob tem so na deklaraciji tudi QR koda s podatki, ki izhajajo iz marketinških potreb po dodatnem informiranju uporabnikov. V letu 2021 smo postavili dodaten sistem sledljivosti za rusko tržišče s QR kodo na posameznem proizvodu in tako zagotavljali istovetnost proizvoda na trgu, kar je pomembno zlasti v Rusiji, kjer so poneverbe izdelkov pogostejše.



Medicinski marketing

Sodelovanje z medicinsko stroko je ena izmed priorit et upravljanja blagovne znamke Donat. V okviru promocije preventivnega zdravstva pripravljamo različne izobraževalne projekte za zdravnike splošne medicine na naših ključnih trgih. Za ozaveščanje o pomembnosti prebavnega zdravja sodelujemo s strokovnimi organizacijami, hkrati pa gradimo strokovna znanja s finančno podporo izvajanju znanstvenih študij. Vsaka trditev o Donatu temelji na znanstvenem ozadju.

Vodeni programi zdravja Donat

Ozaveščanje ljudi za bolj zdravo življenje, je posebno področje, ki ga izvajamo z različnimi izobraževalnimi, vodenimi zdravstvenimi programi in projekti za splošno populacijo na naših ciljnih trgih.

Hiter tempo življenja, stres, nepravilna prehrana in premalo gibanja negativno vplivajo na naše zdravje in počutje. Donat, kot ekspert na področju zdrave prebave, lahko s svojim poglobljenim znanjem na področju prebave izobražuje uporabnike o pomenu zdrave prebave za celotno telo. Tako so nastali trije celostni vodeni programi zdravja, ki imajo vsak svoj cilj, a eno krovno strategijo: izboljšanje zavedanja kako pomembna je zdrava prebava za zdravje celotnega telesa in usvajanje novih, zdravih navad, s katerimi lahko ljudje kljubujejo negativnim zunanjim vplivom.

Vsi vodeni programi zdravja so pripravljene s strani strokovnjakov, podprti so z znanstveno študijo in vsebujejo zdrave jedilnike, nasvete za gibanje, nasvete za obvladovanje stresa, njihovo delovanje pa je podkrepljeno z vsakodnevnim pitjem Donata.

Razvili smo tri vodene programe zdravja: **Donat Detox**, **Donat Imuno** in program **6 dni do boljše prebave**. Vsi programi so zasnovani celostno in trajajo od 6 do 30 dni. V času trajanja programa se posameznik nauči pripraviti uravnotežene in raznolike obroke, prejme praktične nasvete in razlage o zdravi prehrani, ideje za telesno aktivnost ter nasvete glede uživanja Donata.

Program **Donat Detox** je namenjen celostnemu razstrupljanju telesa. Izvaja se 21 dni, njegovo delovanje pa je dokazano z znanstveno študijo. Program vsebuje jedilnike, nasvete za vadbo, razstrupljanje misli in navodila za pitje Donata, ki pomaga urediti prebavo. Izvajanje programa priporočamo vsaj enkrat letno.

Program **Donat Imuno** je bil zasnovan na način, da udeležencem pomaga okrepiti njihov imunski sistem na naraven način, v 30 dneh. Program vsebuje recepte s sestavinami, ki krepijo odpornost, predloge za telesno vadbo, navodila za pitje Donata ter nasvete 7 strokovnjakov, ki so pomagali pri razvoju programa.

Program **6 dni do boljše prebave** pomaga odpraviti funkcionalno zaprtje v šestih dneh. Program ponuja recepte, nasvete in usmeritve, s katerimi lahko udeleženci izboljšajo delovanje svoje prebave. Glavni podpornik programa je pitje Donata, ki klinično dokazano deluje na prebavo. S prevzemom zdravih navad in upoštevanjem predlaganih nasvetov lahko udeleženci ohranjajo pravilno delovanje prebavnega sistema tudi na dolgi rok in s tem izboljšajo tudi svoje splošno zdravje.

V letu 2021 smo v procesu razvoja četrtega vodenega programa zdravja Donat Vital, ki udeležencem v 60 dneh pomaga do bolj vitalnega telesa in bolj zdravega življenjskega sloga.



**Znanstveno
dokazana
učinkovitost**



Trajnostni odnosi z dobavitelji

Nabavna politika skupine Atlantic Grupa, ki zajema tudi upravljanje z nabavno verigo za blagovno znamko Donat, posebno pozornost namenja naslednjim kriterijem, ki jih morajo izpolnjevati tako dobavitelji kot dobavljeni izdelki:

- da se spoštujejo človekove in delovne pravice,
- da pri izdelavi izdelka ni uporabljeno otroško ali mladoletno delo,
- da je embalažni material v celoti ali delno izdelan iz recikliranih materialov,
- da je embalažo mogoče reciklirati.

Od dobaviteljev pričakujemo tudi naslednje informacije, ki so pomembne za naše celostno upravljanje življenjskega kroga izdelka in storitve:

- informacijo o stroških odstranjevanja izdelka in embalaže,
- ali je predmet nabave proizveden na območju omejenih virov in na področju družbene, politične ali ekonomske ranljivosti,
- kolikšna je skupna neposredna in posredna emisija toplogrednih plinov med proizvodnjo izdelka.

Nenehno iščemo in izbiramo dobavitelje, ki so sposobni dokazati, da so proizvodi in storitve, ki jih zagotavljajo, gojijo, izdelujejo ali dobavljajo, v skladu z vsemi merili trajnostnega razvoja.

Po potrebi izvajamo presoje dobaviteljev, s katerimi preverjamo parametre sistemov kakovosti. Lokalni dobavitelji, ki nudijo in zadovoljujejo vse naše zahteve po določenih materialih, imajo preferenčno prednost pri končni izbiri dobavitelja. V poslovni enoti Donat imamo 67 % lokalnih dobaviteljev (90 % glede na vrednosti dobav).

Trajnostni odnos do okolja

V skrbi za ustvarjanje boljšega okolja korporativna kultura v skupini Atlantic Grupa in vseh povezanih podjetjih podpira in spodbuja načela trajnostnega razvoja: ekonomsko učinkovitost, okoljsko, družbeno in etično odgovornost. Trajnostni cilji so vključeni v strateške razvojne načrte poslovnih programov in podjetja.

Zavedajoč se hitrega napredovanja podnebnih sprememb in ogrožene biotske raznovrstnosti, nenehno zmanjšujemo negativni vpliv na okolje. Naša skrb je usmerjena na:

- izbiro okolju prijaznih surovin, materialov in storitev,
- odgovorno načrtovanje razvoja novih izdelkov,
- dosledno zmanjševanje in ločevanje odpadkov,
- racionalno rabo naravnih virov (voda, energija) in
- pomoč pri obnovi ogroženih ekosistemov.

Celoten proces upravljanja z okoljem izvajamo skladno z ISO 14001:2015. Vsi prepoznani okoljski vidiki so opredeljeni in ocenjeni v matriki okoljskih vidikov. Določili smo tveganja v zvezi z njimi, ki jih odgovorno obvladujemo.

Skladnost z zakonodajo

Družba Atlantic Droga Kolinska d. o. o., na podlagi veljavnih Uredb, na podlagi katerih ima sklenjene koncesijske pogodbe, je zavezana k ohranjanju vodnih virov, izvajanju ustreznih monitoringov, skrbi za ohranjanje vrtin, vodonosnikov in ustreznega ravnanja s cevovodi. Družba Atlantic Droga Kolinska d. o. o. svoje obveznosti na podlagi koncesijskih pogodb izvaja v skladu z določili pogodb in skladno z Uredbami in v obdobju od 2018 do 2021 pristojni organi niso zaznali nepravilnosti v zvezi z izvajanjem podeljenih koncesij.

Okoljsko dovoljenje

Skladno z določbami 27. člena Uredbe o emisijah snovi in toplote pri odvajanju odpadnih vod v vode in javno kanalizacijo (Ur.l. št. 64/12, 64/14 in 98/15) se okoljsko dovoljenje za našo proizvodno lokacijo ne zahteva.

Koncesije za odvzem vode

Atlantic Droga Kolinska d. o. o. z vodnimi viri upravlja na podlagi sklenjenih koncesijskih pogodb, na podlagi Uredbe o koncesiji za odvzem podzemne vode iz vodnih virov 9/78, G-10/95, V-3/66-70 in K-2a/86 za proizvodnjo pijač, št. 00719-54/2005/6 z dne 7. 7. 2005, EVA 2005-2511-0183 in Uredbe o koncesiji za rabo vode za proizvodnjo pijač v Drogi Kolinski d.d. iz vrtine G-4/70.

Uredba o koncesiji za odvzem podzemne vode iz vodnih virov G-9/78, G-10/95, V-3/66-70 in K-2a/86 za proizvodnjo pijač, št. 00719-54/2005/6 z dne 7. 7. 2005, EVA 2005-2511-0183, je koncesijski akt, na podlagi katerega je Vlada Republike Slovenije podelila koncesijo za odvzem podzemne vode iz vodnih virov 9/78, G-10/95, V-3/66-70 in K-2a/86, pri čemer sta vodni vir **V-3/66-70** in vodni vir **K-2a/86** namenjena zajemu naravne mineralne vode Donat Mg.



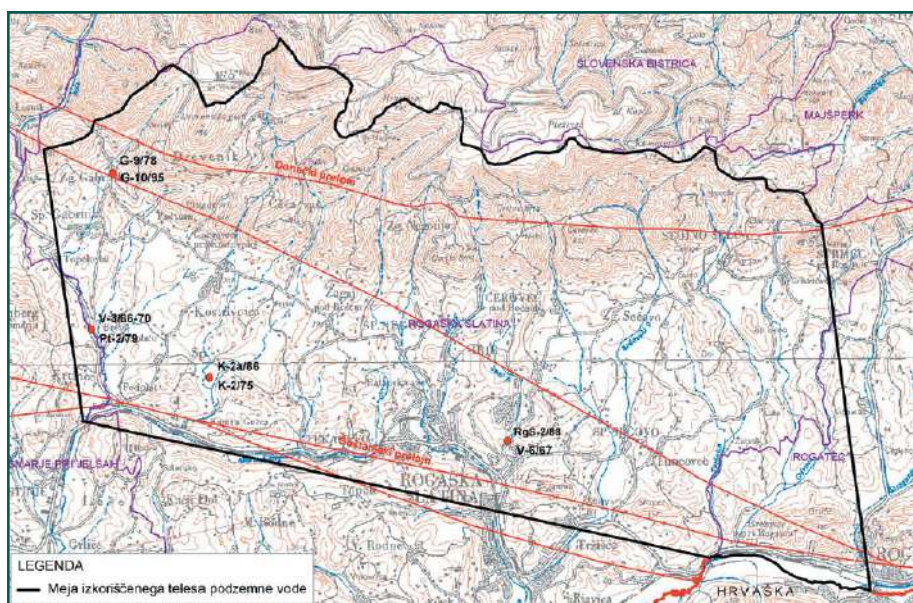
Uredba določa, da se koncesija podeli za 30 let, in sicer za polnjenje naravne mineralne vode, izvirske vode, namizne vode in proizvodnjo brezalkoholnih pijač, pri čemer se začetek izvajanja koncesije šteje na dan podpisa koncesijske pogodbe.

Kot koncesionar moramo poleg predpisanih pogojev zagotavljati tudi:

- zavarovanje zemljišč, objektov, naprav in drugih dobrin pred škodljivimi posledicami rabe podzemne vode,
- zavarovanje opreme, naprav in objektov za odvzem podzemne vode,
- neprekinjeno merjenje količine odvzete podzemne vode,

- spremljanje kakovosti vode v vodnem telesu podzemne vode,
- ohranjanje količin in kakovosti ter naravne vloge vodnega vira,
- ohranjanje biološke raznovrstnosti in varstva habitatov ter biološkega ravnotežja, če je to ogroženo zaradi izpusta podzemne vode v okolje,
- vzpostavitev novega oziroma nadomestitev prejšnjega stanja po prenehanju koncesije.

Poleg tega moramo kot koncesionar izvajati tudi monitoring odzvemov podzemne vode, ki obsega meritve obnavljanja vodnega vira ter kemijske sestave, odvzete iz podzemne vode.



Slika prikazuje območje koncesije oz. vodno telo podzemne vode, ki se črpa na podlagi te uredbe.

Uredba o koncesiji za rabo vode za proizvodnjo pijač v Drogi Kolinski d.d. iz vrtine G-4/70, in sicer za obdobje 30 let.

Objekt	Kraj	Vodni vir	l/s	Predviden letni odvzem (m ³ /leto)
G-4/70	podzemne vode Spodnjega dela Savinje ob Sotli	VTPodV_1009, prvi vodonosnik	1,8	31.550 m³/leto

Poraba vode

Lasten vir (G-4/70) uporabljamo za polnjenje drugih pijač na lokaciji, ostalo uporabimo kot tehnološko vodo.

Trudimo se, da z optimizacijami v procesu zmanjšujemo uporabo tehnološke vode. K znatnemu zmanjšanju porabe

vode je pripomogla optimizacija izpiranja filtrov. Nadzor preko Energetskega managementa pripomore k dobremu nadzoru in zmanjševanju izpiralne vode na izpiralcih plasten.

Odpadne vode

Industrijske odpadne vode nastajajo v tehnološkem procesu priprave, proizvodnje brezalkoholnih pijač in polnjenju naravnih mineralnih vod ter pri pranju steklenic za polnjenje mineralne vode in osvežilnih brezalkoholnih pijač, pri postopkih mehčanja in priprave vode, pri postopkih priprave kotlovne vode (pri tem nastajajo kalužne odpadne vode), izpiranju plasten in pri clean-in-place (CIP) postopkih čiščenja polnilnih linij, rezervoarjev in armatur ter pri čiščenju proizvodnih in skladiščnih prostorov.

Količina odpadnih vod je enaka porabi tehnološke vode.

Skladno z okoljskimi predpisi smo zavezanci za izvajanje rednega monitoringa odpadnih vod, ki ga izvaja pooblaščen državna institucija - Nacionalni laboratorij za zdravje, okolje in hrano (NLZOH). Vodo pred izpustom v javno čistilno napravo obdelamo, da ustreza kriterijem v zakonodaji. Količina industrijskih odpadnih vod se v zadnjem triletnem obdobju vsako leto zaradi optimizacij zmanjšuje.

Količina tehnološke oziroma odpadne vode v m³ in odstotek porabe v letih 2018-2021 – skupaj in na tono izdelka

Tehnološka/odpadna voda skupaj	2018	2019	2020	2021
Poraba (m ³)	44.399	34.197	32.684	31.672
Poraba (m ³ /t)	1,49	1,14	1,08	1,00



Embalaža

Kot primarna embalaža za pakiranje gaziranih naravnih mineralnih vod se v Evropi večinoma uporabljajo plastenke in steklenice, ki so z vidika ohranjanja kakovosti izdelka najbolj primarna embalaža. V primarno embalažo sodijo tudi zamaški, ki so v Evropi večinoma narejeni iz plastike ali kovine, običajno iz aluminija.

Kot primarno embalažo za polnjenje Donat Mg smo od leta 1995 naprej uporabljali plastenke, narejene iz polietilen tereftalata (PET), ki je v celoti reciklabilen, ob tem pa smo poskušali zmanjšati porabo PET materiala za plastenke. Tako smo do leta 2020 zmanjšali maso litrske plastenke za 4 g (iz 36 g na 32 g, t.j. 11,11 %), maso pollitrske plastenke pa za 2,5 g (iz 22,5 g na 20 g, t.j. 11,11 %).

V 2018 smo prešli na shorty obliko grla plastenke (navoj PCO-1881), ob tem pa smo zmanjšali maso HDPE zamaška za 0,46 g (iz 2,9 g na 2,44 g).

V obdobju od 2016 do 2019 smo poleg plastenk uporabljali tudi povratne steklenice z volumnom 1 l in nepovratne steklenice s prostornino 0,75 l. Zamaški za steklenice so bili kovinski. Masa litrske povratne steklenice je približno 17 x večja od litrske plastenke, tako smo z ukinitvijo steklenic zmanjšali število prevozov za približno tretjino, s tem pa smo zmanjšali emisije ogljikovega dioksida pri transportu in s tem ogljični odtis izdelka.

Primarna embalaža je bila tako že do leta 2021 v celoti reciklabilna.

Sekundarna embalaža obdaja primarno in v primeru Donata v ta tip embalaže prištevamo etikete, folijo za pakiranje več izdelkov skupaj ter ročke iz kartona.

Terciarna embalaža predstavlja transportno pakiranje večjih količin izdelkov na palete. Sem prištevamo kartonske podloge in folijo za ovijanje.

Ves karton, uporabljen za sekundarno in terciarno embalažo, je od leta 2016 narejen iz 100 % recikliranega materiala, medtem ko so materiali za folije in etikete v celoti reciklabilni.

Trend na področju embalažnih materialov gre predvsem v dve smeri:

- zmanjševanje mase embalaže ob hkratnem ohranjanju njenih funkcij,
- uvajanje recikliranih materialov bodisi delno vključevanje reciklatov bodisi zamenjava »virgin« materialov z reciklati v celoti,
- uvajanje krožnega gospodarstva na področju obvladovanja embalaže.



Ocena življenjskega kroga izdelkov (LCA)

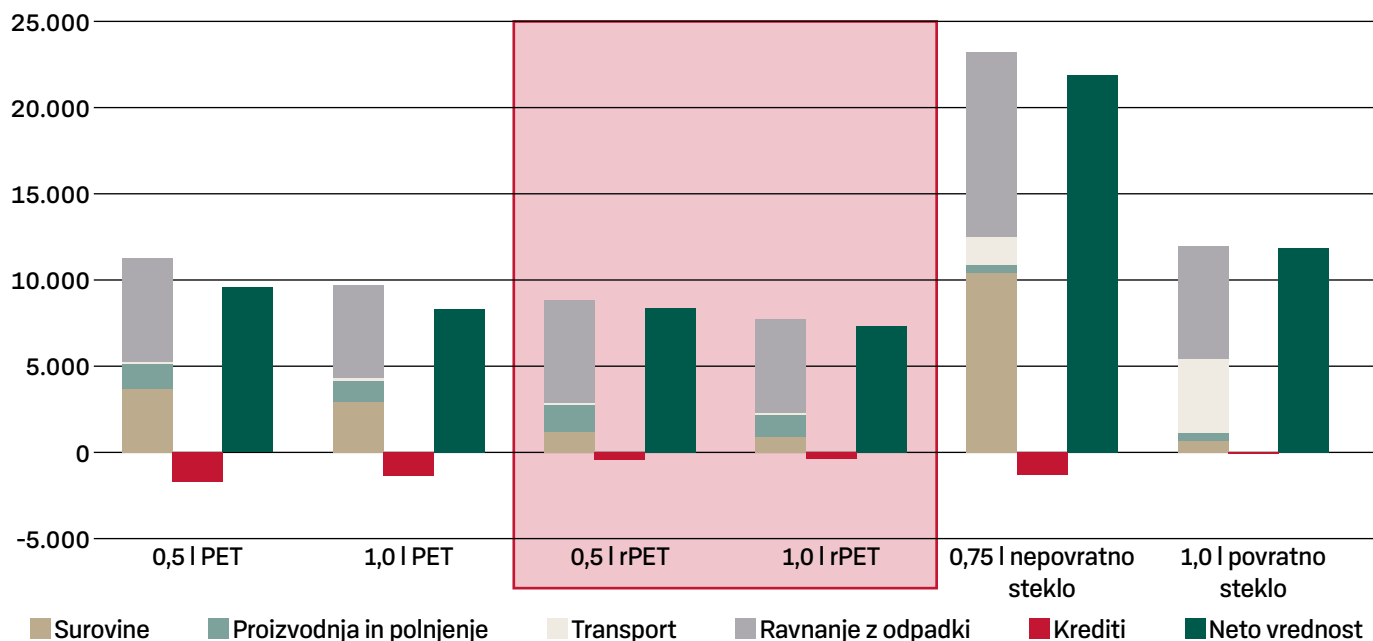
Leta 2021 smo naredili oceno življenjskega kroga izdelkov za več vrst embalaže iz plastike, reciklirane plastike in stekla. Za LCA analizo smo se odločili, saj želimo dolgoročno upravljati s tistimi vplivi na okolje, ki so najpomembnejši oziroma so največji.

V prvem stolpcu vsakega grafa so vplivi na okolje, povezani s proizvodnjo surovin (plastičnega granulata, stekla idr.), proizvodnimi procesi (pretvorba surovin v plastenke ali steklenice in druge materiale v embalažnem sistemu in polnjenja), transporti (surovin od dobaviteljev do skupine Atlantic Grupa, embalažnega sistema do prodajnega mesta) in procesi ravnanja z odpadki po zaključku življenjske dobe (sortiranje, recikliranje, odstranjevanje). V drugem stolpcu so predstavljeni krediti za

predelane materiale iz procesov recikliranja, ki lahko nadomestijo »virgin« materiale ter pridobljeno električno in toplotno energijo iz procesa sežiganja odpadkov. Predpostavlja se, da se pridobljeni materiali in energija uporabljajo v drugem sistemu. V tretjem stolpcu vsakega grafa so prikazani neto rezultati, kjer so krediti odšteti od skupnih vplivov na okolje.

Za večino kazalnikov je najpomembnejši delež vplivov na okolje povezan s proizvodnjo surovin (v našem primeru sestavni deli embalaže), sledita faza proizvodnje in polnjenja ter faza ravnanja z odpadki po preteku življenjske dobe. Transport ima manjši vpliv, razen v embalažnem sistemu s povratnimi steklenicami.

Potencial globalnega segrevanja (GWP) v kg CO₂-eq za preučevane embalažne sisteme za določeno funkcijsko enoto, ki je opredeljena kot embalaža za zagotavljanje 1000 L naravne mineralne vode Donat na prodajnem mestu.



Embalažni sistemi s PET plastenkami imajo boljše okoljske rezultate kot embalažni sistemi s steklenicami glede na večino kazalnikov vplivov na okolje:

1. potencial globalnega segrevanja,
2. izčrpavanje abiotičnih virov,
3. potencial zakisanja,
4. potencial eutrofikacije,
5. potencial tanjšanja ozonske plasti,
6. potencial nastajanja fotooksidacije,
7. poraba vode,
8. trdi delci in
9. skupna poraba primarne energije.

Embalažni sistemi s PET plastenkami kažejo podobno okoljsko učinkovitost kot embalažni sistem s povratnimi steklenicami za naslednje kazalnike vplivov na okolje:

- 1) raba zemljišč in
- 2) strupenost za ljudi.

Embalažni sistemi z večjimi PET plastenkami (1 l) so boljši od embalažnih sistemov z manjšimi PET plastenkami (0,5 l) za vse obravnavane kazalnike vplivov na okolje, a razlike so tako majhne, da so z vidika upravljanja vplivov na okolje

nepomembne. Hkrati so embalažni sistemi s PET plastenkami iz recikliranega PET (rPET) granulata okoljsko boljši kot embalažni sistemi s PET plastenkami iz deviškega PET granulata.

Izračunane obremenitve okolja embalažnih sistemov s povratno steklenico s prostornino 1 l so za večino kazalnikov vplivov na okolje nekoliko višje v primerjavi s katerim koli embalažnim sistemom s PET plastenkami. Izračunane obremenitve okolja pri embalažnih sistemih z nepovratnimi steklenicami za enkratno uporabo s prostornino 0,75 l pa so bistveno višje.

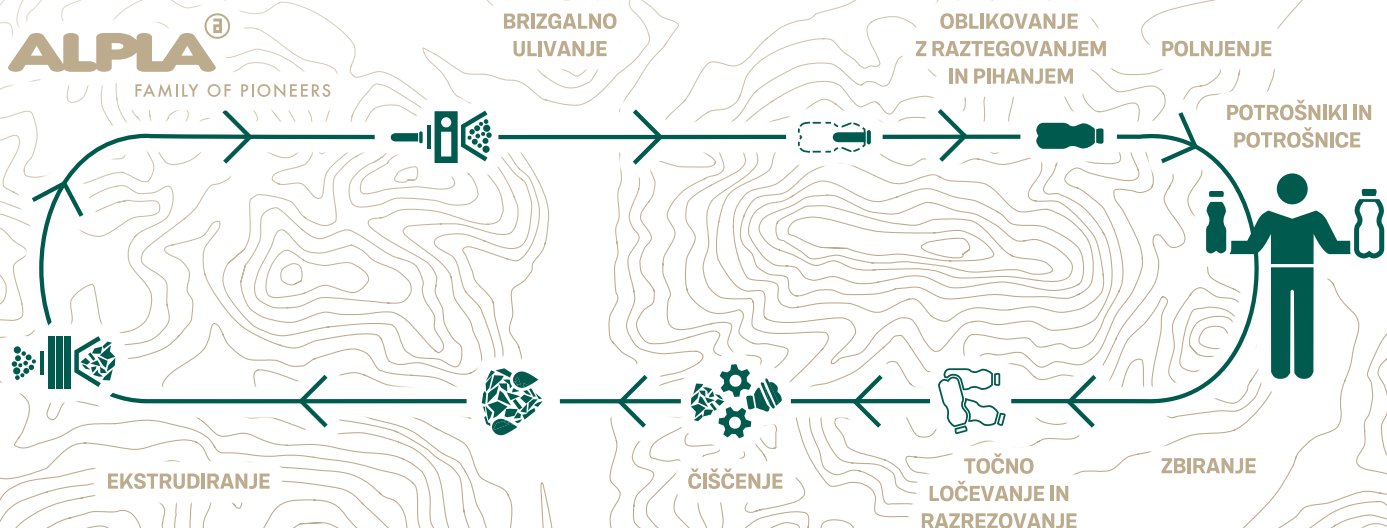
Uvajanje recikliranih embalažnih materialov

V podjetju smo že nekaj let opazili trend zmanjševanja povpraševanja po stekleni embalaži v korist plastične embalaže. Delež plastične embalaže znaša že okoli 90 %. Takšen trend pakiranja vod je opazen tudi v EU ter je odraz izbire evropskega uporabnika in njegovega načina življenja.

Prav zato smo se kot odgovorni proizvajalci v skrbi za naravo odločili, da bomo uporabljali plastenke, ki so v celoti narejene iz recikliranega materiala. Sodobna tehnologija omogoča ponovno uporabo polietilen tereftalata (PET), iz katerega so narejene plastenke, za proizvodnjo novih plastenk, ki so tako lahko v celoti iz recikliranega materiala. Tovrstne plastenke v celoti ustrezajo kriterijem za embalažo, ki se uporablja za pakiranje živil in so skladne z zakonodajo Evropske unije za polimerne materiale in izdelke, namenjene za stik z živilom. Plastenke, ki so narejene iz recikliranega PET materiala, ne predstavljajo tveganja za uporabnika.

Od 2021 naprej za polnjenje naravne mineralne vode Donat Mg uporabljamo izključno plastenke iz 100 % recikliranega polietilen tereftalata s prostornino 0,5 l in 1 l, saj so skladno z LCA analizo najmanj obremenjujoče za okolje.

Hkrati smo se v sodelovanju z našim partnerskim podjetjem Alpla, ki za nas proizvaja 100% rPET predoblike za plastenke, uspešno vključili v sistem krožnega gospodarstva na slovenskem trgu. Celotno količino zelene frakcije PET embalaže, ki je potrebna za izdelavo Donatovih plastenk, kupimo na slovenskem trgu. S tem bistveno prispevamo k varstvu okolja in trajnosti, saj ponovno uporabimo embalažo, ki bi sicer predstavljala odpadni material. Ob tem smo zmanjšali tudi ogljični odtis za 90 % v primerjavi s PET embalažo, ki je narejena iz »virgin« materiala.



Poraba materiala za pakiranje po volumnu izdelka in vrsti embalaže v letih 2018-2021

Donat 6 x 1 l (poraba v g na 1 l)							
	ročka PAP 22	etiketa PP 5	termo folija LDPE 4	strech folija LDPE 4	pregrade PAP 20	predforma PET 1	zamašek HDPE 2
2018-2020	0,233	1,6	2,493	0,561 / RUS* 0,838	1,46	32	2,44
SKUPAJ	40,869 g embalaže / 1 l, od tega 4,143 % recikliranega (samo PAP)						
2021	0,233	1,48	2,493	0,561 / RUS* 0,838	1,46	32	2,44
SKUPAJ	40,667 g embalaže / 1 l - od tega 85,92 % recikliranega (PET, LDPE in PAP), RUS* 40,944 g embalaže / 1 l - od tega 85,34 % recikliranega (PET, LDPE in PAP)						

Donat 12 x 0,5 l (poraba v g na 0,5 l)							
	ročka PAP 22	etiketa PP 5	termo folija LDPE 4	strech folija LDPE 4	pregrade PAP 20	predforma PET 1	zamašek HDPE 2
2018-2019	0,117	0,9	1,437	0,307 / RUS* 0,466	1,081	21	2,44
2020	0,117	0,9	1,437	0,307 / RUS* 0,466	1,081	19,7	2,44
SKUPAJ	26,875 g embalaže / 0,5 l, od tega 4,458 % reciklirane (samo PAP)						
2021	0,117	0,9	1,437	0,307 / RUS* 0,466	1,081	19,7	2,44
SKUPAJ	25,982 g embalaže / 0,5 l - od tega 83,2 % recikliranega (PET, LDPE in PAP), RUS* 26,141 g embalaže / 0,5 l - od tega 82,69 % recikliranega (PET, LDPE in PAP)						

Donat 12 x 0,5 l (poraba v g na 1 l)							
	ročka PAP 22	etiketa PP 5	termo folija LDPE 4	strech folija LDPE 4	pregrade PAP 20	predforma PET 1	zamašek HDPE 2
2018-2019	0,233	1,8	2,874	0,614 / RUS* 0,932	2,163	42	4,88
2020	0,233	1,8	2,874	0,614 / RUS* 0,932	2,163	39,4	4,88
SKUPAJ	53,748 g embalaže / 1 l, od tega 4,456 % recikliranega (samo PAP)						
2021	0,233	1,8	2,874	0,614 / RUS* 0,932	2,163	39,4	4,88
SKUPAJ	51,964 g embalaže / 1 l - od tega 83,2 % recikliranega (PET, LDPE in PAP), RUS* 52,282 g embalaže / 0,5 l - od tega 82,69 % recikliranega (PET, LDPE in PAP)						

Donat 1 l povratno steklo (poraba v g na 1 l)				
	etiketa PAP 22	steklenica GL 71	zamašek ALU 41	strech folija LDPE 4
2018-2020	0,84	562	1,75	0,375
SKUPAJ	564,965 g embalaže / 1 l, od tega povratna steklenica 99,475 %			

Donat 0,75 l nepovratno steklo (poraba v g na 1 l)						
	etiketa PAP 22	steklenica GL 71	zamašek ALU 41	strech folija LDPE 4	kartonska nosilka PAP 20	pregrade PAP 20
2018-2019	1,866 (1,4 g etiketa 0,75 l)	592 (444 g steklenica 0,75 l)	2,333 (zamašek 1,75 g)	0,584 (0,75 g - 0,438 g)	41,622 (187,3 g - karton 6 x 0,75 l)	3,768 (2,826 g - 0,75 l)
2020	-	-	-	-	-	-
SKUPAJ	641,592 g / 1 l, od tega 7,365 % recikliranega (samo PAP)					

* RUS = RUS, EST, UKR

Redni letni monitoring embalažnih materialov

Vsa embalaža, ki se uporablja za pakiranje živil, mora biti skladna z zakonodajo Evropske unije za polimerne materiale in izdelke, namenjene za stik z živil (Uredba komisije (EU) št. 10/2011 o polimernih materialih in izdelkih, namenjenih za stik z živil, z vsemi dopolnitvami).

Embalažni materiali, ki jih uporabljamo za polnjenje naravne mineralne vode Donat Mg, so skladni s temi predpisi. Izvajamo

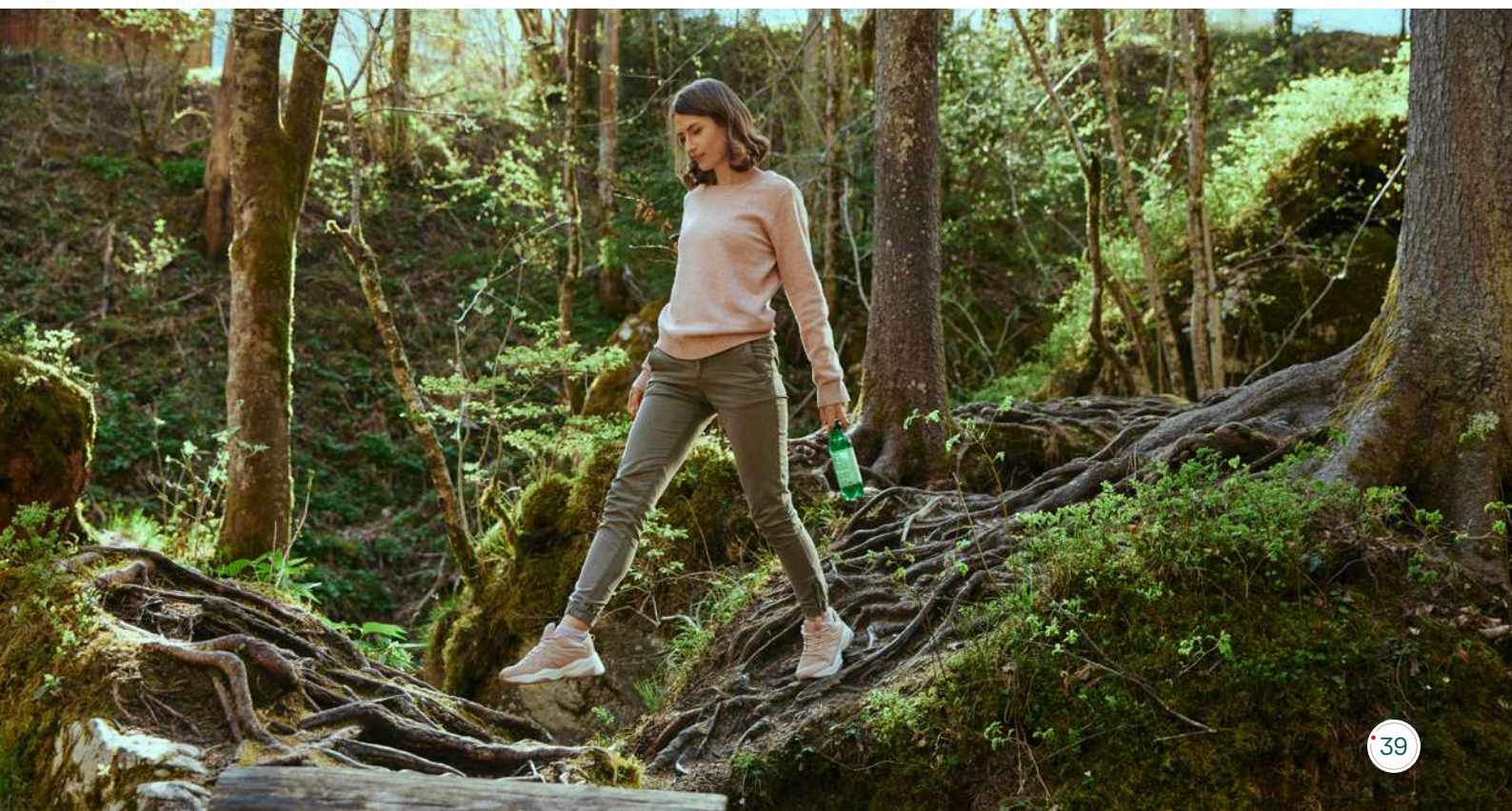
kontrole skladnosti materialov z omenjenimi predpisi v okviru rednega monitoringa na pooblaščen državni instituciji – Nacionalnem Inštitutu za zdravje, okolje in hrano.

Rezultati vseh tovrstnih analiz izpričujejo ustreznost materialov za polnjenje naravne mineralne vode Donat Mg in ne predstavljajo tveganja za uporabnika.

Racionalna raba tehnoloških virov

Načrtna gospodarnost ravnanja z energetske viri in ustrezen nadzor sta temelj zmanjševanja obremenitve okolja. Redno spremljamo učinkovitost rabe energentov in vode na enoto proizvoda. V primeru odstopanja od zastavljenih ciljev izvedemo korektivne ukrepe.

Imamo uveden sistem upravljanja z energijo (EnMS) z upoštevanjem zahtev standarda za energetske učinkovitost ISO 50001:2018. Uvajamo izboljšave za optimizacijo rabe energije, ki so bile prepoznane na energetskih pregledih na proizvodni lokaciji.



Upravljanje z energijo

Z energijo upravljamo s sistemom MepisEnergy podjetja Metronik. Spremljamo velike porabnike energije in razvod internega vodovodnega omrežja. Analizo porabe energije in vode delamo na mesečni bazi z indikatorji KPI, s katerimi uspešno optimiziramo porabo energije v proizvodnji.

Z energijo upravljamo po standardu ISO 50001. Cilje si postavljamo z načelom zniževanja porabe na proizvedeno količino. Vsako odstopanje mesečno preko modela baseline analiziramo in poiščemo vzroke.

Raba energije po vrsti energentov v letih 2018-2021

Leto	2018 kWh	2019 kWh	2020 kWh	2021 kWh
Električna energija iz omrežja	1.986.917	2.016.812	1.993.513	2.049.709
Zemeljski plin	964.534	1.050.688	991.119	838.770

Raba energije po vrsti energentov na tono pijače v letih 2018-2021

Leto	2018 kWh/t	2019 kWh/t	2020 kWh/t	2021 kWh/t
Električna energija iz omrežja	66,8	67,2	66,0	64,7
Zemeljski plin	32,4	35,0	32,8	26,5

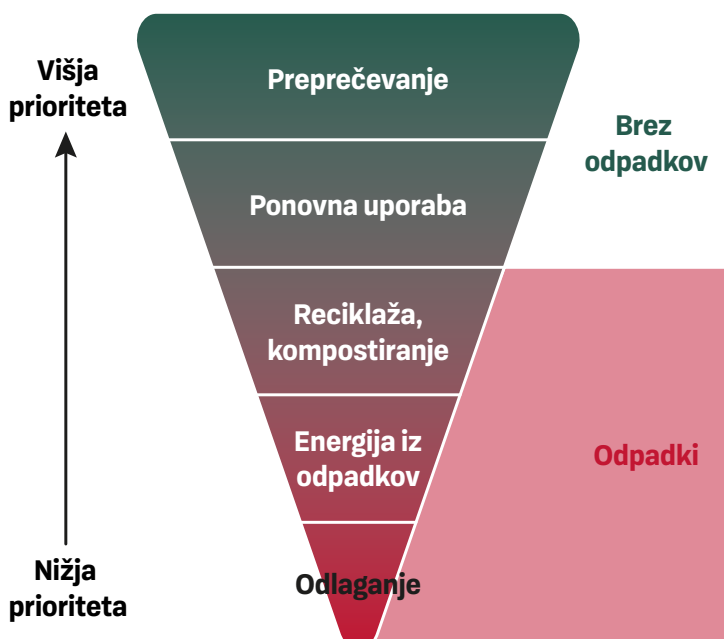
Porabo električne energije trenutno zmanjšujemo izključno z nadzorom nad energijo preko sistema Mepis Energy in s tem zagotavljamo optimalno delovanje naprav oziroma proizvodnega procesa.

Poraba električne energije variira glede na ostalo proizvodnjo na lokaciji. Poraba plina na lokaciji se je v letu 2019 povečala zaradi

težav s tehnologijo na kotlu in povratkom kondenza. Konec leta 2020 smo že popolnoma obnovili toplotno podpostajo za ogrevanje, do leta 2025 načrtujemo zamenjavo parnega kotla s toplovodnim, kar bo pomenilo precej prihranka pri energiji. Plin na lokaciji se uporablja za ogrevanje lokacije in pranje polnilnih linij CIP.

Ravnanje z odpadki

Ključni element gospodarnega ravnanja z odpadki je sistem ločenega zbiranja odpadkov na proizvodni lokaciji, s katerim omogočamo recikliranje oziroma ponovno predelavo ločeno zbranih odpadkov. Cilj sistema ravnanja z odpadki je nenehno povečevanje deleža ločeno zbranih odpadkov v razmerju s komunalnimi odpadki ter nenehno iskanje okoljsko prijaznih rešitev nadaljnje predelave odpadkov iz piramide hierarhije načinov ravnanja z odpadki.



Nastajanje odpadkov v proizvodnji

Odpadke, ki nastajajo v proizvodni lokaciji, lahko razdelimo v tri skupine. V prvo skupino spadajo embalažni materiali, ki nastajajo kot posledica zaščite vhodnih materialov in surovin (karton, LDPE folije, HDPE kanistri, posode ...) ter odpadna primarna plastična in steklena embalaža, kovinski zamaški, sekundarna kartonska embalaža, plastične folije, ki nastajajo v samem proizvodnem procesu kot posledica skritih napak in kala. Te odpadke ločeno sortiramo in jih predamo pooblaščenim podjetjem za ravnanje z odpadki. Tovrstne odpadke je mogoče reciklirati.

V drugo skupino uvrščamo filtrirni pesek, ki nastaja kot odpadke v tehnologiji priprave vod in je po uporabi klasificiran kot nevarni odpadke. Nastaja kot odpadke v tehnologiji priprave vod in ga ni mogoče ponovno uporabiti. Poraba filtrirnega peska je odvisna od naravnih dejavnikov, na katere nimamo vpliva.

V tretjo skupino uvrščamo komunalne odpadke. To so vsi odpadki, ki jih ni mogoče ločeno zbirati in uvrstiti v nadaljnjo porabo.



Odpadki po vrsti in načinu ravnanja v letih 2018-2021

LETO:	2018	2019	2020	2021	
STEKLO*	44.580 kg	35.372 kg	32.020 kg	9.280 kg	recik.
PAPIR	19.125 kg	22.174 kg	18.044 kg	19.661 kg	recik.
PLASTIKA	10.104 kg	11.337 kg	8.412 kg	12.540 kg	recik.
FILTRIRNI PESEK	10.860 kg	18.440 kg	12.340 kg	8.720 kg	deponija
KOM. ODPADKI**	6.528 kg	7.146 kg	6.114 kg	4.038 kg	deponija

* Steklo se nanaša samo na Donat; ostale vrednosti so korigirane z upoštevanjem približka deleža za Donat.

** Nihanja kom. odpadkov so odvisna od proizvodnje, največ od proizvodnje stekla in pralne linije, kjer so ostajale odpadne etikete.

Odpadki so določeni glede na razmerje prodanih količin.

Odstotek ločeno zbranih odpadkov v letih 2019-2021

LETO:	2019	2020	2021
DELEŽ LOČENO ZBRANIH ODPADKOV	78,43 %	82,02 %	85,52 %

Varno ravnanje s škodljivimi in nevarnimi snovmi

Na lokaciji uporabljamo manjše količine nevarnih snovi v proizvodnji, vzdrževanju in v laboratorijih, med katere sodijo predvsem energenti, čistilna in dezinfekcijska sredstva, surovine, reagenti.

Vzpostavljene imamo predpisane postopke ravnanja z nevarnimi snovmi, ki upoštevajo določila varnostnih listov, navodil proizvajalcev in veljavno zakonodajo. Opredeljene imamo postopke za ukrepanje v primeru izrednih situacij, s katerimi preprečujemo oz. zmanjšujemo možnosti nesreč, morebitnih poškodb zaposlenih in obremenitev okolja.

Trajnostno sodelovanje z lokalno skupnostjo

Blagovna znamka Donat se tesno povezuje z lokalno skupnostjo v Rogaški Slatini in je del njene identitete in obratno. Občina Rogaška Slatina se zaradi izvira naravne mineralne vode Donat Mg lahko pohvali z bogato tradicijo in s širokim sklopom ponudb v zdraviliškem turizmu. Občina leži na 228 metrov nadmorske višine in je del savinjske statistične regije. Meri 71,5 km², v njej pa prebiva okoli 11.210 prebivalcev.

Z občino Rogaška Slatina tradicionalno dobro sodelujemo na več področjih. Sponzoriramo projekte, katerih namen je oživljanje lokalne skupnosti, hkrati pa v svojih projektih velik poudarek dajemo okrepitvi zdraviliško-destinacijske znamke Rogaška Slatina. Na tak način želimo prispevati k razvoju občine kot močne lokalne skupnosti in kot prvovrstne turistične destinacije.

Projekti, ki smo jih sponzorirali v preteklosti so med drugim: sponzorstvo Košarkarskega kluba Rogaška Slatina, tradicionalni Anin ples, razstave v okviru Aninega dvora, novoletne prireditve v Rogaški Slatini in drugi. Poleg sponzorstev lokalne hotelirje oskrbujemo z brezplačnim

Donatom in informativnimi brošurami (Hospitality za njihove goste), promocijsko pa sodelujemo tudi z Medical Centrom, ki je center zdraviliške dejavnosti v Rogaški Slatini.

Podpora pri nadaljnjem razvoju občine Rogaška Slatina je za nas izjemnega pomena, zato želimo tudi v bodoče tesno sodelovati z lokalno skupnostjo. Tudi del trajnostnega razvoja blagovne znamke Donat močno povezuje s projekti znotraj občine Rogaška Slatina, zato tudi v prihodnje načrtujemo sodelovanja z lokalno skupnostjo, s katerimi želimo prispevati svoj delež k trajnostnemu razvoju kraja, kjer izvira tako edinstvena naravna mineralna voda, kot je Donat.



Kazalniki standardov GRI

Organizacijski profil		Stran
102-1	Ime podjetja	2, 14
102-2	Dejavnosti, blagovne znamke, izdelki	7-8, 11
102-3	Sedež podjetja	14
102-4	Lokacije dejavnosti	11
102-5	Lastništvo in pravna oblika	14
102-6	Trgi, na katerih blagovna znamka izvaja dejavnosti	2, 12
102-13	Članstvo v združenjih	18
Strategija		
102-14	Izjava izvršne direktorice poslovnega področja	6
102-15	Ključni vplivi, tveganja in priložnosti	18
Etika in integriteta		
102-16	Vrednote, načela	9, 10
102-17	Mehanizmi za reševanje etičnih vprašanj	23
Upravljanje		
102-18	Upravljavska struktura	14, 15
102-19	Prenos pooblastil	15
102-20	Odgovornost na izvršni ravni za trajnostni razvoj	15
102-21	Posvetovanje z deležniki o ekonomskih, okoljskih in družbenih temah	17, 18
102-31	Pregled ekonomskih, okoljskih in družbenih področij/tem	4
102-32	Vloga najvišjega organa upravljanja pri trajnostnem poročanju	19
Vključevanje deležnikov		
102-40	Seznam deležniških skupin	17
102-42	Prepoznavanje in izbor deležniških skupin	17
102-43	Pristop k vključevanju deležnikov	17
102-44	Ključne teme in zadržki	17
Poročevalska praksa		
102-47	Seznam bistvenih tem/ področij	4
102-50	Poročevalsko obdobje	19
102-52	Cikel poročanja	19
102-53	Kontaktna oseba za vprašanja glede poročila	19
102-54	Poročevalski sklici v skladu z GRI standardom	19, 45
102-55	GRI kazalo vsebine	43-45

Upravljavski pristop		
103-1	Razlaga bistvenih področij/ tem	4
Ekonomska uspešnost		
201-1	Ekonomski kazalniki	12
Prakse naročil		
204-1	Odstotek vseh naročil, ki jih dobavijo lokalni dobavitelji	31
Materiali		
301-1	Uporabljeni materiali po teži ali prostornini	38
301-2	Uporabljeni reciklirani vhodni materiali	37, 38
Energija		
302-1	Poraba energije na poslovnem področju	40
302-4	Zmanjšanje porabe energije	40
Voda in odpadne vode		
303-1	Odnos do vode kot skupnega vira	18
303-3	Odvzem vode	32, 33
303-4	Izpust vode	34
303-5	Poraba vode	34
Biotska raznovrstnost		
304-1	Proizvodne lokacije, ki so v lasti, zakupljene, upravljane ali v bližini	11
304-2	Pomembni vplivi dejavnosti, proizvodov in storitev	4, 11, 18, 31
Emisije		
305-1	Neposredne emisije toplogrednih plinov embalažnih sistemov	35, 36-37
Odplake in odpadki		
306-1	Odvajanje vode po kakovosti in namembnosti	34
306-2	Opadki glede na vrsto in metodo odstranjevanja	40, 41
Okoljska skladnost		
307-1	Upoštevanje okoljske zakonodaje in predpisov	16, 32, 34, 39
Okoljska ocena dobaviteljev		
308-1	Novi dobavitelji, ki so bili pregledani po okoljskih merilih	31
Zaposlovanje		
401-1	Novi zaposleni in fluktuacija zaposlenih	21

Varnost in zdravje pri delu		
403-1	Sistem upravljanja varnosti in zdravja pri delu	25
403-3	Storitve zdravja pri delu	25, 26
403-5	Usposabljanje delavcev s področja varnosti in zdravja pri delu	25, 26
403-6	Promocija zdravja delavcev	25
403-9	Poškodbe pri delu	26
Usposabljanje in izobraževanje		
404-1	Povprečno število ur usposabljanja na leto na zaposlenega	22
404-2	Programi za nadgradnjo veščin in prehodov zaposlenih	22
Nediskriminacija		
406-1	Politika nediskriminacije	16
Svoboda združevanja in kolektivnih pogajanj		
407-1	Pravica do svobode združevanja in kolektivnih pogajanj	23
Lokalne skupnosti		
413-1	Dejavnosti z vključevanjem lokalne skupnosti, vpliv	17, 42
Družbena ocena dobaviteljev		
414-1	Socialna merila za dobavitelje	31
Zdravje in varnost kupcev		
416-2	Vplivi izdelkov na zdravje in varnost potrošnikov	7, 11, 28, 30
Marketing in označevanje		
417-1	Informacije o izdelkih in storitvah ter označevanje	29

Poročilo je pripravljeno v skladu s Standardi GRI – osnovna verzija.



Donat