



Trajnostno poročilo blagovne znamke Donat

2020—2021



TRADICIJA

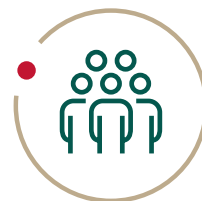
več kot

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. €



CERTIFIKATI

**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 in 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

STOODSTOTNO ENAKE MOŽNOSTI ZAPOSLENIH,

osebna in strokovna rast ter spoštovanje človekovih pravic

Seznanjanje **SPLOŠNIH ZDRAVNIKOV IN MEDICINSKIH SESTER** z novimi znanstvenimi spoznanji o pomembnosti urejene prebave

Ozaveščanje **ZAPOSLENIH IN SPLOŠNE JAVNOSTI** o pomenu urejene prebave in učenje zdravih navad



04 Okolje

Zmanjševanje **OGLJIČNEGA ODTISA**

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

Spoštovani uporabniki, zaposleni, poslovni partnerji in ljubitelji Donata,

Donat je resnično čudež narave. Ta je na območju Rogaške Slatine v Sloveniji ustvarila edinstveno kombinacijo mineralov, ki v vodo na 7000-letni poti v globine pronicajo 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 pravilnemu delovanju našega prebavnega sistema, priteče v polnilnico, kjer jo napolnimo.

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

Donat odlikuje edinstvena kombinacija magnezija, kalcija, hidrogenkarbonata 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, pa 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 za doseganje trajnostnih ciljev OZN do leta 2030 in izpolnjevanje mednarodnih zavez za dekarbonizacijo s krožnim gospodarstvom. Globalno prenašamo v lokalno okolje, kjer smo prisotni. Prevzemamo trajnostno odgovornost za celoten življenjski cikel naših izdelkov, za kar smo izdelali LCA (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 v podjetju se zavedamo svoje odgovornosti do narave. Skrbno varujemo vodne vire in skrbimo za naravno ravnovesje z zaščito biotske raznovrstnosti.

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 dobrodelnih projektih in pobudah, ko s svojimi 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, nikakor pa še nismo dosegli zelenega na vseh področjih. 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 uresničevanje ambicioznih trajnostnih zavez. Hkrati vsi zaposleni potrjujemo svojo neomajno zavezo, da smo pripadni našim vrednotam in poslanstvu, osveščanju pomembnosti prebavnega zdravja posameznika in družbe ter skrbi za ohranjanje 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 ugodno vpliva na delovanje prebave** in 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 pomembnejša skrb za lastno zdravje, **krepitev imunskega sistema in ohranjanje dobrega počutja**. Zato blagovna znamka namenja pozornost tudi dolgoročnim zdravim navadam in spodbuja njihovo usvajanje z vodenimi programi zdravja: Donat Detox, Donat Imuno in program 6 dni do boljše prebave.

Donatova 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 **mehanizmih vpliva Donata na splošno zdravje** ter načinih **ohranjanja zdravega 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 vedemo odgovorno tako do **lastnikov kot do posameznikov, družbe in seveda okolja**. Aktivno delujemo v smeri zmanjševanja ogljičnega 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 **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). Na tekmovanju 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 podelitvi nagrad Effie Slovenija 2020: blagovna znamka Donat je s svojo komunikacijsko platformo *Poskrbite za svojo prebavo, poskrbite zase* zmagovalka študentske žirije v kategoriji odziv za obstanek.



Prav tako se je s tem projektom blagovna znamka Donat prejela Zlato nagrado Effie Slovenija 2020 v kategoriji izdelki – pijače. Dodatno Zlato nagrado Effie Slovenija 2020 je Donat prejel za projekt *Razvoj blagovne znamke* v kategoriji *najbolj učinkovita blagovna znamka*. 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, v 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, in tudi načine za ohranjanje normalnega delovanja prebave z Donatom. 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 sodobni 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

Mg^{2+}

1000 mg/l

Ca^{2+}

430 mg/l

HCO_3^-

7400 mg/l

SO_4^{2-}

2200 mg/l

Trgi in prodaja

Letna razpoložljiva količina vode je omejena na okvirno 31 mio. litrov, tako da povpraševanje pogosto presega razpoložljivost, 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 tisoč l	22.748	27.894	29.772	30.211	30.678	30.969

Vrednost prodaje v tisoč €

v letih 2016–2021

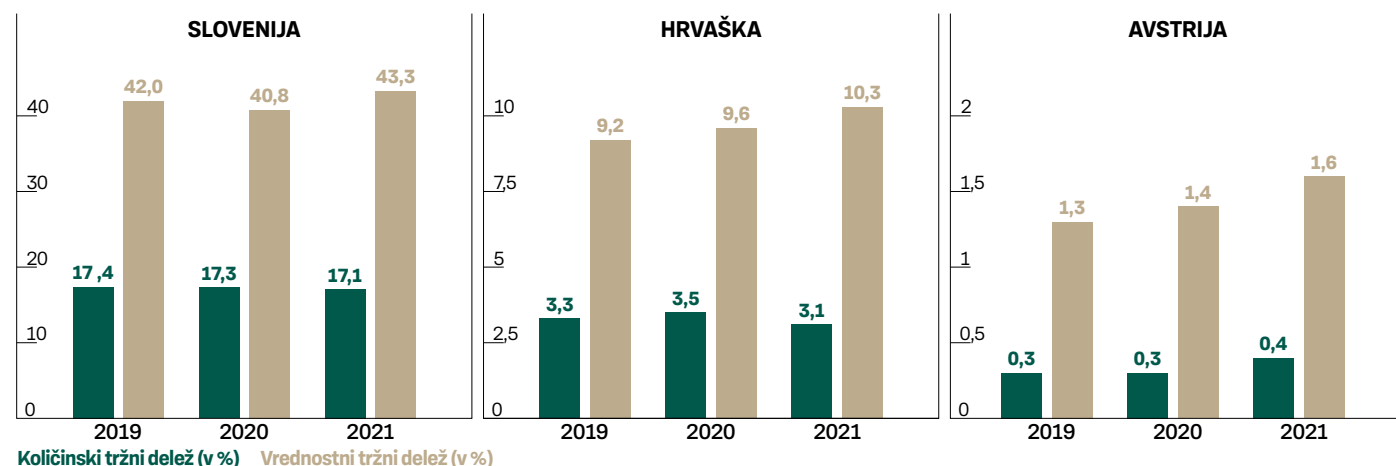
Leto	2016	2017	2018	2019	2020	2021
v tisoč €	21.174	23.319	24.926	25.787	26.059	29.074

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

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		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Kategorija gazirane mineralne vode									
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 vzpostavljanje 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-odstotni 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 petih strateških poslovnih področjih (SPP) in enem poslovnem področju (PP):



Poslovno področje Donat



Strateško poslovno področje Delikatesni namazi



Strateško poslovno področje Pijače



Strateško poslovno področje Kava



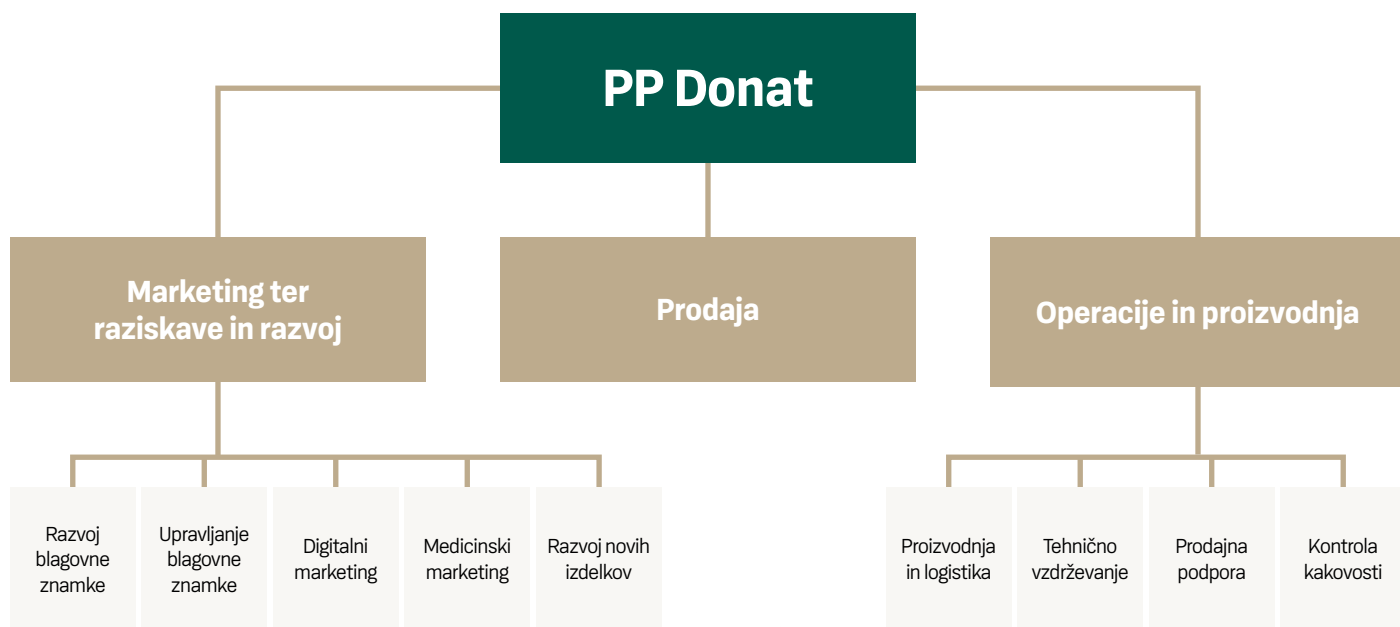
Strateško poslovno področje Sladko in slano



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.

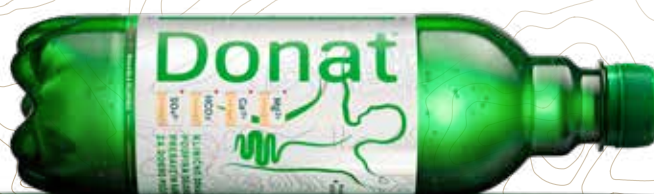
Operativno trajnostne projekte vodi Iva Starc, specialistka za digitalno komunikacijo.

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 tveganja in priložnosti, povezane s trajnostjo.

Dosledno spoštujemo zakonodajo na vseh področjih svojega poslovanja. Naše upravljanje temelji na popolni transparentnosti, etičnem kodeksu, politiki nediskriminacije, preprečevanju korupcije in žvižgaštva, 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, po katerih prepoznavamo različne interese, izzive in priložnosti ter soustvarjamo trajnostno dodano vrednost blagovne znamke.

Strateški deležniki	Cilji	Komunikacijski kanali
Zaposleni	<ul style="list-style-type: none"> • Pripadni, zadovoljni in motivirani sodelavci, • korektni in odprti odnosi, • velika varnost in skrb za zdravje pri delu, • nenehni razvoj potenciala zaposlenih, • uspešno poslovanje in posledično razvoj in dolgoročno zagotavljanje delovnih mest. 	<ul style="list-style-type: none"> • Intranet, • interni časopis, • interna komunikacija prek posebnega elektronskega naslova, • oglasne deske, • družbeno omrežje, • spletno mesto, • srečanja z zaposlenimi.
Uporabniki in trgovske verige	<ul style="list-style-type: none"> • Spodbujanje zdravih vedenjskih vzorcev 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. 	<ul style="list-style-type: none"> • ATL-kanali (TV, radio, zunanji plakati, tiskani materiali), • BTL-kanali (tiskovine, komunikacija na prodajnem mestu itd.), • elektronski mediji (e-naslov, družbena omrežja, aplikacija, spletna mesta), • klasični mediji (telefon, pošta), • tržne raziskave, • letno poročilo skupine Atlantic Grupa.
Strokovna, zlasti medicinska javnost	<ul style="list-style-type: none"> • Nove znanstvene študije, ki potrjujejo učinke Donata na telo, • izobraževanje zdravstvenih delavcev, • pridobivanje priporočil medicinske stroke – primarno osebnih zdravnikov in gastroenterologov, sekundarno pa ginekologov in pediatrov. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elektronski mediji (e-naslov, družbena omrežja, spletno mesto), • klasični mediji (telefon, pošta), • webinarji za medicinsko javnost, • kongresi.
Dobavitelji in drugi poslovni partnerji	<ul style="list-style-type: none"> • Povečevanje dodane vrednosti v dobavni verigi, • visoka kakovost blaga in storitev, • skladnost z vsemi standardi in zakonodaja (tudi z vidika trajnostnega razvoja), • zanesljiva, konkurenčna dobava, • nenehni trajnostni premiki (zlasti z vidika krožnega gospodarstva in razogljičenja), • utrjevanje dobrih poslovnih odnosov. 	<ul style="list-style-type: none"> • Elektronski mediji (spletna stran, e-naslov, družbena omrežja), • klasični mediji (telefon, pošta), • poslovna srečanja, • letno poročilo skupine Atlantic Grupa, • trajnostno poročilo blagovne znamke Donat.
Lastniki	<ul style="list-style-type: none"> • Dolgoročni razvoj družbe in blagovne znamke Donat, • doseganje poslovnih ciljev, • uspešno obvladovanje tveganj. 	<ul style="list-style-type: none"> • Odprta, direktna in transparentna komunikacija, • avtomatizirana komunikacija po internih podatkovnih zbirkah, • neformalna komunikacija po elektronskih in osebnih kanalih.
Družbeno okolje, lokalne skupnosti, civilne iniciative	<ul style="list-style-type: none"> • Vzpostavljanje in ohranjanje dobrih odnosov, kakovostnega naravnega okolja in razvoj družbenega okolja, • spodbujanje zdravih vedenjskih vzorcev vseh generacij. 	<ul style="list-style-type: none"> • Prednostno sodelovanje s subjekti v Rogaški Slatini, kjer je polnilnica.
Mediji	<ul style="list-style-type: none"> • Verodostojno informiranje o dejavnostih in poslovanju družbe in blagovne znamke Donat, • krepitev ugleda družbe in blagovne znamke Donat ter sprotno odpravljanje morebitnih komunikacijskih šumov. 	<ul style="list-style-type: none"> • 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 na ekonomskem, družbenem in 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 odgovorno in trajnostno, 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, določenih 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 nabavljali čim večji **delež energije iz obnovljivih virov**.

V središču izzivov in priložnosti so tudi družbeni dejavniki, zlasti **zdravje in dobro počutje** posameznikov. Demografske spremembe ter hiter in stresen življenjski tempo pomenijo veliko tveganje za zdravje in vitalnost populacije. Z izdelkom blagovne znamke Donat nagovarjamo zdrav, odgovoren in vitalen življenjski slog v luči preventive, pa 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 nutricionistike. 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.

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 prihodnjih letih bomo nadaljevali samostojno trajnostno poročanje. V proces priprave trajnostnega poročila so bila aktivno vključena vsa področja blagovne znamke Donat, skupaj 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 za poročanje o trajnostnem razvoju za poslovno področje Donat je direktorica marketinga, razvoja in raziskav Klavdija Vidic. Njen naslov je: klavdija.vidic@atlanticgrupa.com

Trajnostni odnosi z zaposlenimi



Na poslovnem področju Donat, pa tudi 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 kadrov centralizirane.

Analiza zaposlenih

Na dan 31. 12. 2021 je bilo v poslovni enoti Donat 79 zaposlenih, povprečna starost je 47,6 leta. Vsi zaposleni imajo kolektivno pogodbo o zaposlitvi, 99 odstotkov 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 prodajo in marketing ter raziskave in razvoj.

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

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

Zaposleni po spolu v odstotkih na lokaciji Rogaška Slatina oziroma v poslovni enoti Donat v obdobju 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 odstotkov žensk in 33 odstotkov 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 in se še niža. V letu 2020 je padla na 7 odstotkov, medtem ko je bila leto poprej 11-odstotna. Največji del fluktuacije izhaja iz naslova upokojitev, kar pomeni, da zaposluje predvsem 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 novozaposlenih 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 – raziskave in razvoj

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 kariere in modelu LEARN@Atlantic. Upravljanje kariere je proces, s katerim ugotovljamo 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:

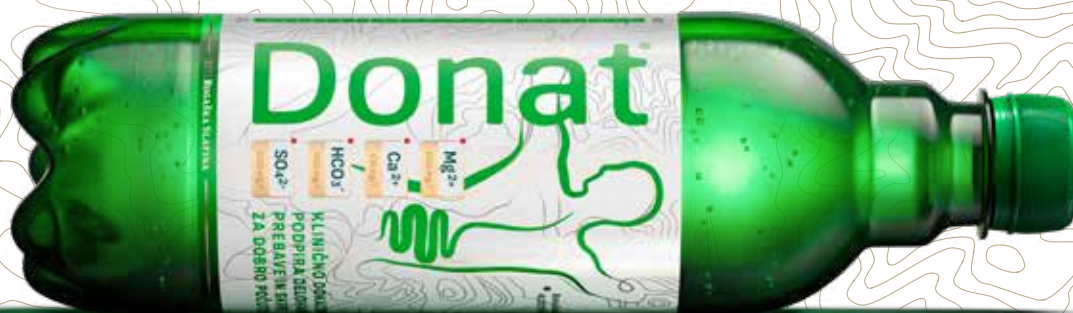
- Leader Lab, v okviru katerega vodje pridobivajo in krepijo vodstvene veščine;
- Functional Lab, ki je namenjen pridobivanju in krepitvi funkcionalnih veščin, kot so marketing, prodaja, korporativno upravljanje kakovosti idr.;
- Talent Lab, ki se ukvarja z razvojem mladih talentov;
- My Lab, ki je usmerjen 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 1000 izobraževanj, od katerih se je okoli 3500 zaposlenih udeležilo vsaj enega izobraževanja.

Število zabeleženih ur izobraževanja na zaposlenega v skupini Atlantic Grupa

Leto	2019	2020	2021
Število ur	13	12	15



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 na leto 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 zaposleni lahko naši najboljši ambasadorji.



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:

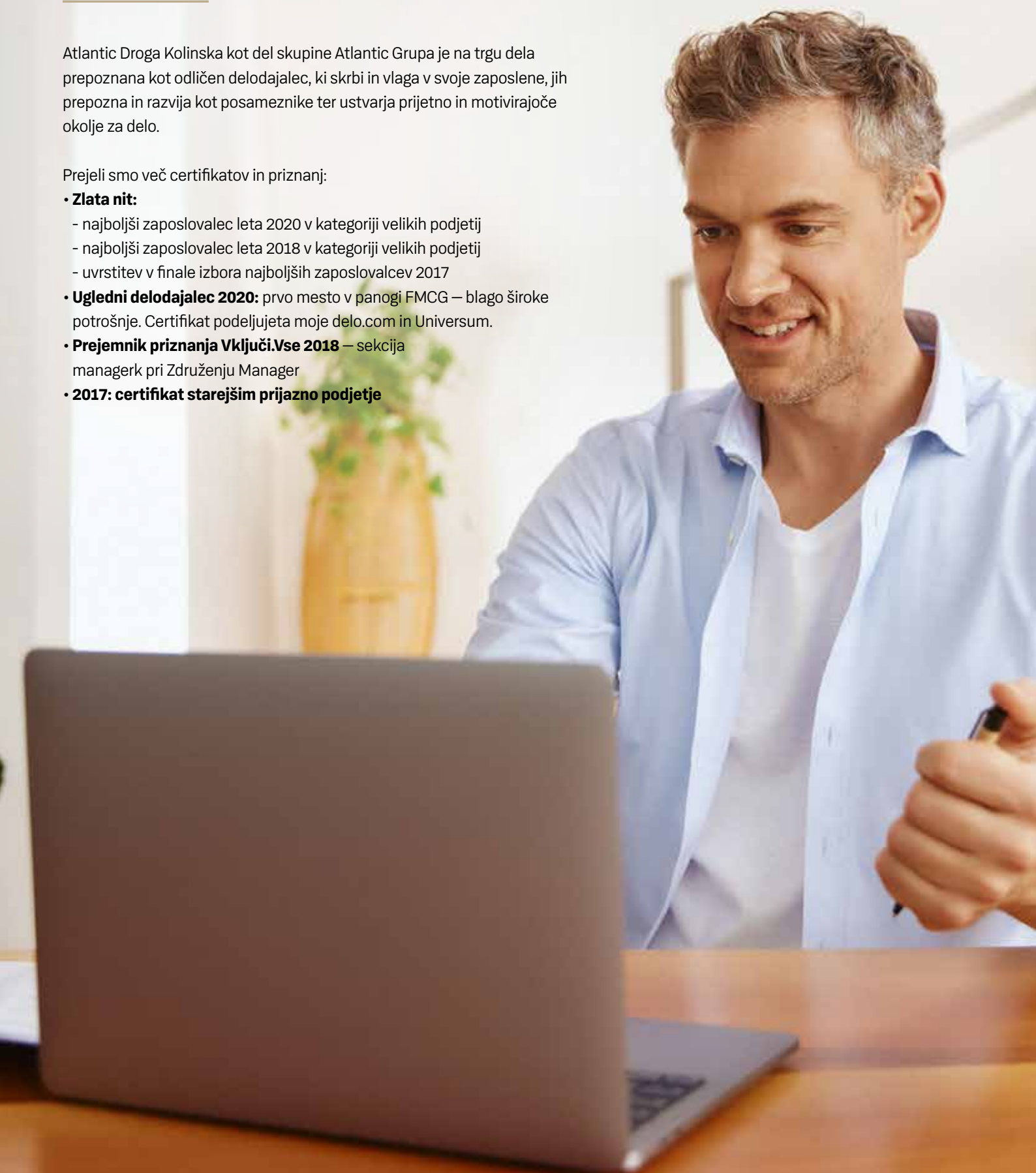
• **Zlata nit:**

- najboljši zaposlovalec leta 2020 v kategoriji velikih podjetij
- najboljši zaposlovalec leta 2018 v kategoriji velikih podjetij
- uvrstitev v finale izbora najboljših zaposlovalcev 2017

• **Ugledni delodajalec 2020:** prvo mesto v panogi FMCG – blago široke potrošnje. Certifikat podeljujeta 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, izobraževanja o pravilni prehrani, telesne vadbe, preventivne preglede 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 raztezanje, ki poteka trikrat na teden med delovnim časom. 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, če 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 se nanašajo na zdravo življenje, gibanje, zdravo prehrano, in mehke teme (spopadanje s stresom, asertivna komunikacija, upravljanje časa idr.).



Poškodbe pri delu

Na poslovnem področju Donat smo v preteklih letih imeli zelo malo 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:

- periodično usposabljanje zaposlenih za varno in zdravo delo,
- periodični preventivni zdravstveni pregledi zaposlenih,
- 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 ter zato cenovno občutljiv. V prenovljeni strategiji, ki Donat pozicionira kot strokovnjaka za zdravje, ki izvira 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 poznejše obdobje naše sekundarne ciljne skupine in 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 temelji na urejenem črevesju. Industrija prebavnega zdravja je tretja največja kategorija znotraj industrije zdravja in dobrega počutja.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 dosega 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 ravnajo čim bolj odgovorno do narave. Trajnostne zaveze imajo čedalje večji vpliv na nakupne odločitve.³

- **Priročnost**

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

S pandemijo covida-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 izvajata decembra vsako leto, sta 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 prebavnega sistema	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 vse bolj dojemajo kot strokovnjaka za zdravo prebavo (atributa »z redno uporabo ohranja normalno delovanje prebavnega sistema« in »je strokovnjak za zdravo prebavo« se z leti krepi tako v Sloveniji kot na Hrvaškem in v Avstriji), ki posledično tudi dobro vpliva na delovanje celotnega imunskega sistema. Delež uporabnikov, ki se strinjajo, da Donat »pomaga ohranjati zdrav imunski sistem«, je v Sloveniji leta 2021 znašal 39 odstotkov, na Hrvaškem pa je bil nekoliko manjši, 33-odstoten. Prav tako raste delež uporabnikov, ki Donat dojemajo kot zaupanja vredno blagovno znamko. V letu 2021 je delež takih uporabnikov v Sloveniji znašal 65 odstotkov, na Hrvaškem pa 47 odstotkov.

S to raziskavo merimo tudi, kolikšen delež uporabnikov izdelkov za uravnavanje prebave in splošno dobro počutje povezuje blagovno znamko Donat z atributoma »družbeno odgovorna blagovna znamka« in »okolju prijazna blagovna znamka«. V Sloveniji se delež uporabnikov, ki Donatu pripisujejo ta atributa vztrajno povečuje, v letu 2021 jih je bilo več kot 50 odstotkov. Na Hrvaškem, kjer je

blagovna znamka nekoliko manj prepoznavna in ne dosega takšne ravni uporabe, delež uporabnikov, ki omenjena atributa povezujejo z Donatom, znaša 34 odstotkov. (2021).

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

V Avstriji kljub temu, da je prepoznavnost znamke zlasti na nacionalni ravni še precej majhna, merjenje teh atributov izvajamo, ker želimo imeti izhodišče za postavljanje ciljev v prihodnjih letih, ko bodo tudi trženjske aktivnosti na tem trgu močnejše. Stagnacija rezultatov pri 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 upoštevamo kot vodilo, da skladno z njimi naprej razvijamo aktivnosti na lokalnih trgih.

Reklamacije

Zadovoljstvo kupcev spremljamo s sistemom za zagotavljanje kakovosti, s katerim 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 ključna 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 posebna zakonodaja, ki ureja naravne mineralne vode. Ob tem je na deklaraciji tudi QR-koda z dodatnimi koristnimi informacijami za uporabnika. V letu 2021 smo postavili dodaten sistem sledljivosti za ruski trg 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 strokovno znanje poglobljamo s finančno podporo izvajanju znanstvenih študij. Vsaka trditev o Donatu ima znanstveno podlago.

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 strokovnjak na področju zdrave prebave lahko s svojim poglobljenim znanjem o delovanju prebavil 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.

Vse vodene programe zdravja so pripravili strokovnjaki, 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. Med trajanjem 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 tako, 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 sedmih 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 smernice, s katerimi lahko udeleženci izboljšajo delovanje svoje prebave. Glavni podpornik programa je pitje Donata, ki klinično dokazano deluje na prebavo. Z usvojitvijo zdravih navad in upoštevanjem predlaganih nasvetov lahko udeleženci ohranjajo pravilno delovanje prebavnega sistema tudi na dolgi rok in s tem izboljšajo še svoje splošno zdravje.

V letu 2021 smo začeli razvijati četrti vodeni program 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 nabavne verige za blagovno znamko Donat, posebno pozornost namenja naslednjim kriterijem, ki jih morajo izpolnjevati tako dobavitelji kot dobavljeni izdelki:

- da se spoštujejo človekove in delavske pravice,
- da pri izdelavi izdelka ni izkoriščano delo otrok in mladoletnih,
- 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 ali na območju družbene, politične ali ekonomske ranljivosti,
- kolikšna je skupna neposredna in posredna emisija toplogrednih plinov med proizvodnjo izdelka.

Nenehno iščemo in izbiramo dobavitelje, ki lahko dokažejo 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. Pri končni izbiri dobavitelja imajo prednost lokalni dobavitelji, ki izpolnjujejo vse naše zahteve glede materialov. V poslovni enoti Donat imamo 67 odstotkov lokalnih dobaviteljev (90 odstotkov 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 ter 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 do okolja 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 okoljskega upravljanja 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. je z veljavnimi uredbami na podlagi katerih ima sklenjene koncesijske pogodbe, zavezana k ohranjanju vodnih virov, izvajanju ustreznih monitoringov, skrbi za ohranjanje vrtin in vodonosnikov ter ustreznemu ravnanju s cevovodi. Družba Atlantic Droga Kolinska d.o.o. svoje obveznosti na podlagi koncesijskih pogodb izvaja skladno z določili pogodb in skladno z uredbami, in v obdobju 2018–2021 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 v skladu s koncesijskimi pogodbami, ki so sklenjene na podlagi aktualnih uredb in sicer: Uredbe 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 objavljena v Uradnem listu RS, št. 41/04 in na podlagi Uredbe o koncesiji za rabo vode za proizvodnjo pijač v Drogi Kolinski d. d. iz vrtine G-4/70, z dne 23. 12. 2015, objavljena v Uradnem listu RS, št. 103/15, 14/19 in 44/22-ZVO-2.

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.



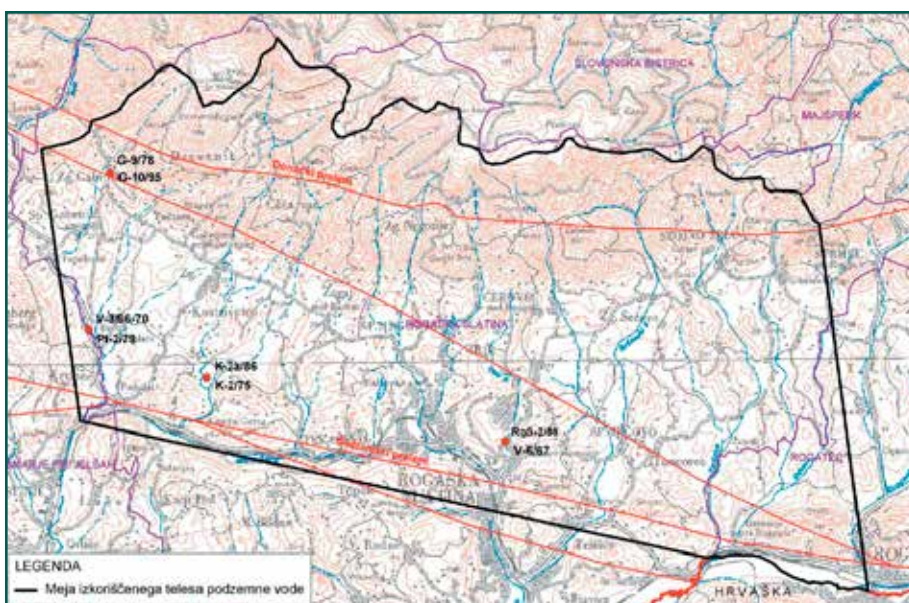
Uredba določa, da se koncesija podeli za 30 let, in sicer za polnjenje naravne mineralne vode, izvirske vode, namizne vode in proizvodnjo brezalkoholnih pijač, pri čemer se za začetek izvajanja koncesije šteje dan podpisa koncesijske pogodbe.

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 biotske raznovrstnosti ter varstvo habitatov in 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 odvzemov podzemne vode, ki obsega meritve obnavljanja vodnega vira in kemijske sestave vzorcev, odvzetih iz podzemne vode.



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

Uredba o koncesiji za rabo vode za proizvodnjo pijač v Drogi Kolinski d.d. iz vrtine G-4/70

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 optimizirati procese in tako zmanjšati uporabo tehnološke vode. K znatnemu zmanjšanju porabe vode je

pripomogla optimizacija izpiranja filtrov. Uporaba sistema za upravljanje energije prispeva k dobremu nadzoru in zmanjšanju izpiralne vode na izpiralnikih plastenk.

Odpadne vode

Industrijske odpadne vode nastajajo v tehnološkem procesu priprave, proizvodnje brezalkoholnih pijač in polnjenja 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 plastenk in pri avtomatiziranih postopkih čiščenja polnilnih linij, rezervoarjev in armatur (CIP, clean-in-place) 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 zakonskim merilom. Količina industrijskih odpadnih vod se v zadnjem triletnem obdobju zaradi optimizacij vsako leto 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 primernejša embalaža. K primarni embalaži spadajo tudi zamaški, ki so v Evropi večinoma narejeni iz plastike ali kovine, običajno iz aluminija.

Kot primarno embalažo za polnjenje Donata Mg smo od leta 1995 naprej uporabljali plastenke, narejene iz polietilentereftalata (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 (z 36 g na 32 g, tj. 11,11 %), maso pollitrske plastenke pa za 2,5 g (z 22,5 g na 20 g, tj. 11,11 %).

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

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

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

Sekundarna embalaža obdaja primarno in v primeru Donata k tovrstni embalaži 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-odstotno recikliranega materiala, medtem ko so materiali za folije in etikete v celoti reciklabilni.

Trend na področju embalažnih materialov gre predvsem v tri smeri:

- zmanjševanje mase embalaže ob hkratnem ohranjanju njenih funkcij,
- uvajanje recikliranih materialov: bodisi delno vključevanje reciklatov bodisi zamenjava deviških materialov z reciklati v celoti,
- uvajanje krožnega gospodarstva na področju ravnanja z embalažo.



**100-%
reciklirana
plastenka**

Ocena življenjskega cikla izdelkov (LCA)

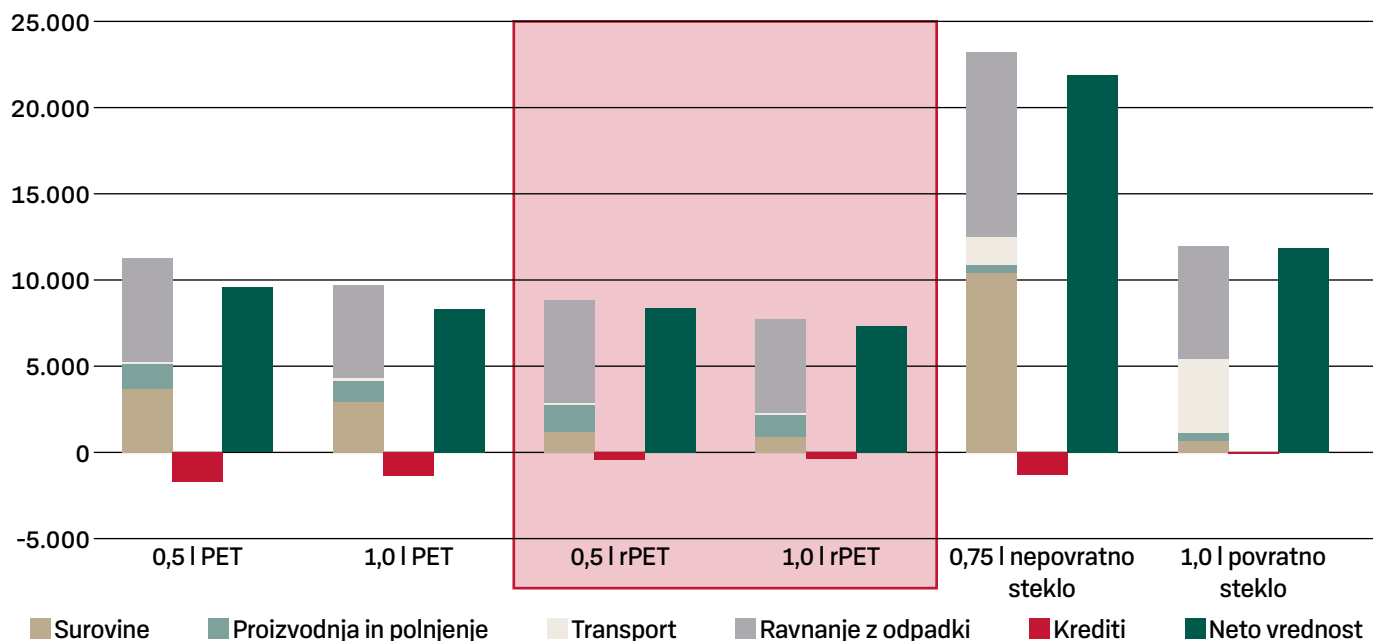
Leta 2021 smo naredili oceno življenjskega cikla izdelkov za več vrst embalaže iz plastike, reciklirane plastike in stekla. Za LCA smo se odločili, ker želimo dolgoročno obvladovati tiste vplive na okolje, ki so najpomembnejši oziroma največji.

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 sistem 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 deviške 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 ekvivalenta CO₂ 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 abiotskih virov,
3. potencial zakisanja,
4. potencial evtrofikacije,
5. potencial tanjšanja ozonske plasti,
6. potencial nastajanja fotooksidacije,
7. poraba vode,
8. trdni delci in
9. skupna poraba primarne energije.

Embalažni sistemi s PET-plastenkami kažejo podobno okoljsko učinkovitost kot embalažni sistem s povratnimi steklenicami za naslednja kazalnika 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 plastenkami iz recikliranega PET-granulata (rPET) okoljsko boljši kot embalažni sistemi s 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.

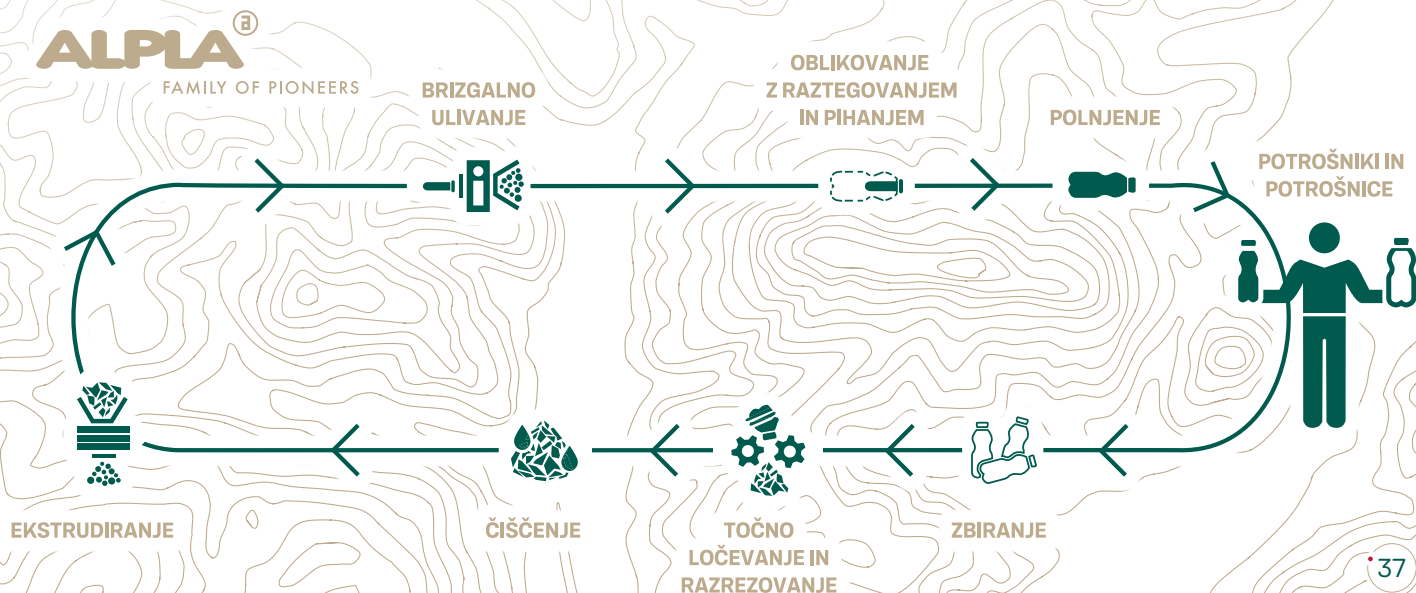
Uvajanje recikliranih embalažnih materialov

V podjetju smo že nekaj let opažali trend zmanjševanja povpraševanja po stekleni embalaži v korist plastične embalaže. Delež plastične embalaže znaša že okoli 90 odstotkov. Takšen trend pakiranja vod je opazen tudi v Evropski uniji 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 polietilentereftalata (PET), iz katerega so narejene plastenke, za proizvodnjo novih plastenk, ki so tako lahko v celoti iz recikliranega materiala. Tovrstne plastenke popolnoma 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 živilni. Plastenke, ki so narejene iz recikliranega PET, ne pomenijo tveganja za uporabnika.

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

Hkrati smo se v sodelovanju z našim partnerskim podjetjem Alpla, ki za nas proizvaja 100% rPET predoblike za plastenke iz 100-odstotnega rPET, 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 bila odpadni material. Ob tem smo tudi zmanjšali ogljični odtis za 90 odstotkov v primerjavi s PET-embalažo, ki je narejena iz deviškega 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 državnih institucij – Nacionalnem inštitutu za zdravje, okolje in hrano.

Rezultati vseh tovrstnih analiz potrjujejo, da so materiali za polnjenje naravne mineralne vode Donat Mg ustrezni in ne pomenijo tveganja za uporabnika.

Racionalna raba tehnoloških virov

Načrtna gospodarnost pri ravnanju z energetskimi 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 energije (EnMS) z upoštevanjem zahtev standarda za energetsko učinkovitost ISO 50001:2018. Uvajamo izboljšave za optimizacijo rabe energije, ki so bile prepoznane na energetskih pregledih na proizvodni lokaciji.



Upravljanje energije

Energijo upravljamo s sistemom MepisEnergy podjetja Metronik. Spremljamo velike porabnike energije in razvod internega vodovodnega omrežja. Analizo porabe energije in vode izvajamo mesečno z indikatorji KPI, s katerimi uspešno optimiziramo porabo energije v proizvodnji.

Energijo upravljamo po standardu ISO 50001. Cilje imamo postavljene v smeri zniževanja porabe na proizvedeno količino. Vsa odstopanja od izhodiščnega modela mesečno 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

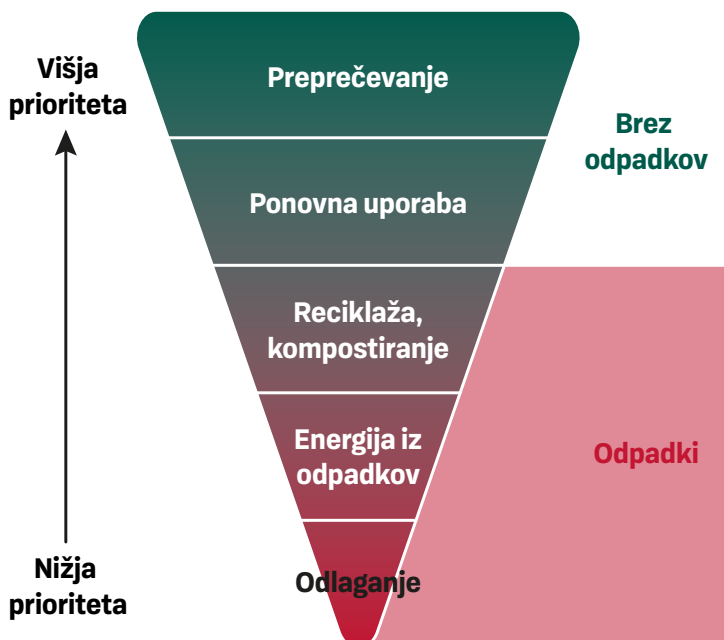
Porabo električne energije trenutno zmanjšujemo izključno z nadzorom nad energijo prek sistema Mepis Energy in s tem zagotavljamo optimalno delovanje naprav oziroma proizvodnega procesa.

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

težav s tehnologijo na kotlu in vračanjem kondenzata. Konec leta 2020 smo že popolnoma obnovili toplotno podpostajo za ogrevanje, do leta 2025 pa 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 uporabo ločeno zbranih odpadkov. Cilj sistema ravnanja z odpadki je nenehno povečevanje deleža ločeno zbranih odpadkov glede na komunalne odpadke ter nenehno iskanje okoljsko prijaznih rešitev nadaljnje predelave odpadkov iz piramide hierarhije načinov ravnanja z odpadki.



Nastajanje odpadkov v proizvodnji

Odpadke, ki nastajajo na 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 itd.) 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 odpadki v tehnologiji priprave vod. Po uporabi je klasificiran kot nevaren odpadki 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	recikliranje
PAPIR	19.125 kg	22.174 kg	18.044 kg	19.661 kg	recikliranje
PLASTIKA	10.104 kg	11.337 kg	8.412 kg	12.540 kg	recikliranje
FILTRIRNI PESEK	10.860 kg	18.440 kg	12.340 kg	8.720 kg	deponija
KOMUNALNI ODPADKI**	6.528 kg	7.146 kg	6.114 kg	4.038 kg	deponija

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

** Nihanja komunalnih 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, pri vzdrževanju in v laboratorijih, med katere spadajo predvsem čistilna in dezinfekcijska sredstva, surovine, reagenti.

Vzpostavljene imamo predpisane postopke ravnanja z nevarnimi snovmi, pri katerih se upoštevajo določila varnostnih listov,

navodila proizvajalcev in veljavna zakonodaja. Opredeljene imamo postopke za ukrepanje v izrednih situacijah, s katerimi preprečujemo oziroma zmanjšujemo možnosti nesreč, 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 metrih nadmorske višine in je del savinjske statistične regije. Meri 71,5 km², ima pa okoli 11.210 prebivalcev.

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

Doslej smo v preteklosti sponzorirali Košarkarski klub Rogaška Slatina, tradicionalni Anin ples, razstave v okviru Aninega dvora, novoletne prireditve v Rogaški Slatini in druge. Poleg sponzorstev lokalne hotelirje oskrbujemo z brezplačnim

Donatom in informativnimi brošurami kot del storitve za goste, promocijsko pa sodelujemo tudi z Medical Centrom, ki je središče 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 povežujemo 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 (Global Reporting Initiative)

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 o poročilu	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 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