

ISO 9001:2015	<p>1) Задръжане на позиции на локални марки</p> <ul style="list-style-type: none"> - Поддържане позиции номер 1 на Пиринско чрез нова визуална идентичност и нова комуникация - Привличане на нови потребители и въвеждане на нови моменти на консумация чрез лансирване на овкусени безалкохолни предлождания Пиринско Бодро 0,0% - Обновяване на марката Пиринско чрез платформата 140 години от създаването на марката - Привличане на нови потребители чрез лансирване на новият 100% Милк 	<p>Пиринско пазарен дял в обем (>28%) Пиринско пазарен дял в стойност (>9%)</p>	<p>1) - 3) - Производствена ефективност (OEE) ISC състояние в годишния</p>	<p>65,4% 1,4ml/v</p>	<p>1) - 3) - F&A (големина на промяната) M3</p>	<p>78%</p>	
<p>2) Увеличаване на продажни поръчки</p> <ul style="list-style-type: none"> - Успешаване на коментари на консумацията за марка Търбор - Въвеждане на фирмена маса на чедлата платформата за Малеция Хус - Въвеждане на фирмена маса във фабричните моменти на консумацията с Кардсбер 	<p>3) Разрастване на портфолио от безалкохолни бира и неалкохолни, овкусени напитки</p> <ul style="list-style-type: none"> - Разрастване на Сибирски портфолио с едно ново алкохолно и едно безалкохолно предложение - Лансирване на марка Траж <p>4) Форуи/Победа в южнокитайски градове / региони</p> <ul style="list-style-type: none"> - западане позиции в домашни региони - подобряване в позиции във флуор региони <p>5) Задръжане на позиции и подобряване на микса в оп-треде канал</p> <ul style="list-style-type: none"> - Увеличаване на дела на лансирване - Подобряване на асортимента чрез нов подход на сегментация <p>6) Управление на канал модерна търговия чрез асортиментен промо кампания</p>	<p>Сибирски обем -40к/мл Траж обем >10,2к/мл</p>	<p>- неалкохолни разк. (LCC/ML) Пазарен дял (обем) в регион Пирин (>51%) Пазарен дял в регион Пирин (>42%)</p>	<p>13,24</p>	<p>- OTE - on time in full (съмества SSI) 98,5%</p>	<p>98,5%</p>	
<p>7) Подобряване на изпълнеността</p> <ul style="list-style-type: none"> - Успешаване изгубва FT - Лансирване на сортер за разпознаване на синими 	<p>8) Анализирателност на клиентите</p> <ul style="list-style-type: none"> - Анализирателност на клиентите по висина от 2019/ на висина 2 години 	<p>Подобряване на FT резултат за година 42pp Разпознаване на сортер за разпознаване на синими през Q4'22</p>	<p>- общи производствени разк. (LCC/ML) RFI Chemical RFI Micro Process /B&P/ RFI Micro final pack Packaging Index Yeast Viability Sensory Store Site Sensory SAT % LCCM</p>	<p>42,28</p>	<p>- R&B степен на връщане амбианк BIAS</p>	<p>90%</p>	<p>95%</p>
<p>9) Деления с Гринка за обществото</p>	<p>- Да оме предпостави работодателя</p>	<p>Анализирателност на клиентите по висина от 2019/ на висина 2 години</p>	<p>- Намалване на бража (по проваля причини) CONC/COOP</p>	<p>< 2021 Act</p>	<p>- Намалване на бража Love/ML</p>	<p>50,2 days</p>	<p>75 дни</p>
<p>10) 10001:2015</p>	<p>Осигуряване на етично поведение</p>	<p>100% съответствие на индикаторите от Монт Компас</p>	<p>7) Намалване на разходите за вода (ml)/hl 8) Ефективно оползотворяване на емисиите от CO2</p>	<p>2,65 kv/kl 1,9 ml/kl</p>	<p>- DONH</p>	<p>< 0,5% от Cost of Sales 6,61 BGN/hl</p>	
<p>ISO 45000:2018</p>	<p>9) MM - Потенциални инциденти</p>	<p>2 за година => нуливетел</p>	<p>9) UTAR 10) DIR 11) MM - Потенциални инциденти # Общод по безопасност</p>	<p>0 0 6 на година => нуливетел 40 на година => нуливетел</p>	<p>- BIAS</p>	<p>4/-5%</p>	<p>95%</p>
<p>ISO 22000:2018 FSSC 22000 v.5/ISO TS 22002-1:2009, ISO 15 22002- 4:2013,доп. мк./</p>	<p>12) Рекламации по отношение безопасност на продуктите от търг. одела</p>	<p>0</p>	<p>12) - Без рекламации по отношение безопасност на продуктите в производството - Химически одели</p>	<p>0</p>	<p>- DONH</p>	<p>50,2 days</p>	<p>75 дни</p>
<p>ISO 50001:2018</p>	<p>13) Действия с Гринка за обществото</p>	<p>0</p>	<p>13) Намалване на енергийните разходи, спрямо базова линия в завод Благоевград, 14) Намалване на енергийните разходи, спрямо базова линия в завод Пирин</p>	<p>ток: 6,05 квч/кл пара 11,88 квч/кл Производителност 80%</p>	<p>- DONH</p>	<p>50,2 days</p>	<p>75 дни</p>

ISO	Objectives	Commercial operations (BD, Sales, Marketing, Finance, HR)		Production		Supply Chain Operations		Procurement	
		Objectives	Targets	Objectives	Targets	Objectives	Targets	Objectives	Targets
ISO 9001:2015	<p>1) Keep Local Brands scale</p> <ul style="list-style-type: none"> Sustain Pirinško MLI position via upgrade of Vis identity and brand equity Attract new users and enter new consumption occasions with launch of Pirinško Bodro, AFB 0.0% flavoured propositions Rejuvenate Shumensko brand via 140 years anniversary activation Attract new users via launch of 100% Malt innovation <p>2) Grow premium portfolio</p> <ul style="list-style-type: none"> Continue establishing drinking occasions behind Tuborg brand Get critical mass with Zlatecky /Hus on Czech platform Get critical mass with Carlsberg on Football Platform <p>3) Grow AFB & FAD portfolio</p> <ul style="list-style-type: none"> Extend Somersby portfolio: 1 alc + 1 non-alc flavours De Launch Garage brand <p>4) Win in Key Chief/Regions</p> <ul style="list-style-type: none"> Defend Home regions Win in Attack regions <p>5) On-trade keep scale, grow mix</p> <ul style="list-style-type: none"> Grow share in draught beer Improve assortment via new segmentation approach <p>6) Win with the winners in MT trough assortment promo pressure</p> <p>7) Lead In-store execution</p> <ul style="list-style-type: none"> Establishing FT culture Image recognitions roll-out 	<p>Pirinško Vol SOM (-28%)</p> <p>Shumensko SOM (-9%)</p> <p>Tuborg Vol -100% HL</p> <p>Zatecky Hus Vol SOM (-0.5%)</p> <p>Carlsberg Vol SOM (-0.1%)</p> <p>Somersby vol >40K HL</p> <p>Garage vol >10.2K HL</p> <p>Pirinško region Vol. SOM (-5.1%)</p> <p>Shumen region Vol. SOM (-4.2%)</p> <p>On-trade Vol SOM (-4.2%)</p> <p>MT channel SOM (-4.4%)</p> <p>Improve FT Score +2pp</p> <p>Roll out software in Q4'22</p>	<p>1) -5) Production Efficiency (OEE)</p> <p>- Sewo savings per year</p>	<p>65.4</p> <p>1.4ml/v</p>	<p>1) -5) FA (Forecast Accuracy M-3)</p>	<p>78%</p>	<p>Country/Cash base</p> <p>75 days</p>	<p>Contract compliance acc Carlsberg Procurement policy</p> <p>95%</p>	
ISO 140001:2015	<p>Act with care for society</p> <p>Ensure Ethical Behavior</p>	<p>Employee engagement - better than 2019/each 2 years</p> <p>Zero accidents-0</p>	<p>7) Utilises consumption Improving in both Breweries - Water consumption</p> <p>8) CO2 Consumption</p> <p>9) LTRAR</p> <p>10) DLR</p> <p>11) NM #</p> <p>SW</p>	<p>Scrap minimizing (due to production reason)/DOP/CONC</p> <p>6) Following the stages of the project for WWTP in Shumen</p> <p>2,65 M/HL</p> <p>1,9 kg/HL</p> <p>0</p> <p>0</p> <p>6 per year =>FTE</p> <p>40/Manager/year</p>	<p>< 2021 Act</p> <p>on time</p> <p>100%</p> <p>RFT Chemical</p> <p>RFT Micro Process /B&P/</p> <p>RFT Micro final pack</p> <p>Packaging Index</p> <p>Yeast Viability</p> <p>Sensory Score</p> <p>Site Sensory SAT %</p> <p>QCCOM compliance</p>	<p>DOH</p> <p>Scrap minimizing</p> <p>LogEx/HL (Logistics Expenses per HL - excluding IC)</p> <p>50.2 days</p> <p>< 0.5% from Cost of Sales</p> <p>6.61 BGN/HL</p>	<p>91%</p> <p>+/-5%</p>	<p>Contract compliance acc Carlsberg Procurement policy</p> <p>95%</p>	
ISO 45000:2018	<p>9) NMI</p>	<p>Ethics compl. 100% of Compass initiatives implemented</p> <p>2 per year =>FTE</p>	<p>9) LTRAR</p> <p>10) DLR</p> <p>11) NM #</p> <p>SW</p>	<p>0</p> <p>0</p> <p>6 per year =>FTE</p> <p>40/Manager/year</p>	<p>100%</p> <p>RFT Chemical</p> <p>RFT Micro Process /B&P/</p> <p>RFT Micro final pack</p> <p>Packaging Index</p> <p>Yeast Viability</p> <p>Sensory Score</p> <p>Site Sensory SAT %</p> <p>QCCOM compliance</p>	<p>DOH</p> <p>Scrap minimizing</p> <p>LogEx/HL (Logistics Expenses per HL - excluding IC)</p> <p>50.2 days</p> <p>< 0.5% from Cost of Sales</p> <p>6.61 BGN/HL</p>	<p>91%</p> <p>+/-5%</p>	<p>Contract compliance acc Carlsberg Procurement policy</p> <p>95%</p>	
ISO 22000:2018	<p>12) No complaints due to Food safety issues in Sales</p>	<p>0</p>	<p>12) No complaints due to Food safety issues in Production</p> <p>- Hygiene audit score</p>	<p>0</p>	<p>100%</p> <p>RFT Chemical</p> <p>RFT Micro Process /B&P/</p> <p>RFT Micro final pack</p> <p>Packaging Index</p> <p>Yeast Viability</p> <p>Sensory Score</p> <p>Site Sensory SAT %</p> <p>QCCOM compliance</p>	<p>DOH</p> <p>Scrap minimizing</p> <p>LogEx/HL (Logistics Expenses per HL - excluding IC)</p> <p>50.2 days</p> <p>< 0.5% from Cost of Sales</p> <p>6.61 BGN/HL</p>	<p>91%</p> <p>+/-5%</p>	<p>Contract compliance acc Carlsberg Procurement policy</p> <p>95%</p>	
ISO 50001:2018	<p>13) Act with care for society</p>	<p>0</p>	<p>13) Decrease energy consumption in Blagoevgrad Brewery</p> <p>14) Decrease energy consumption in Shumen Brewery</p>	<p>0</p> <p>0</p> <p>6 per year =>FTE</p> <p>40/Manager/year</p>	<p>100%</p> <p>RFT Chemical</p> <p>RFT Micro Process /B&P/</p> <p>RFT Micro final pack</p> <p>Packaging Index</p> <p>Yeast Viability</p> <p>Sensory Score</p> <p>Site Sensory SAT %</p> <p>QCCOM compliance</p>	<p>DOH</p> <p>Scrap minimizing</p> <p>LogEx/HL (Logistics Expenses per HL - excluding IC)</p> <p>50.2 days</p> <p>< 0.5% from Cost of Sales</p> <p>6.61 BGN/HL</p>	<p>91%</p> <p>+/-5%</p>	<p>Contract compliance acc Carlsberg Procurement policy</p> <p>95%</p>	

Handwritten signature