



Carlsberg

Localisation : Copenhague, Danemark

Industries : Boissons Alcoolisées

Filiales : 1664, Grimbergen, Super Bock, Kronenbourg

RISQUE BAS

Évaluation globale :

Carlsberg est une compagnie brassicole danoise.

Le groupe Carlsberg ne semble pas influencé par une quelconque idéologie et assure des évolutions internes ainsi qu'un recrutement sans inégalités.

Pour ces raisons, nous estimons que le niveau de risque de Carlsberg est faible.

Gouvernance interne et image de l'entreprise

Politiques portant atteinte à la liberté de conscience et/ou à la liberté d'expression ou éléments de propagande interne

Carlsberg ne dispose pas de politique interne portant atteinte à la liberté de conscience et/ou à la liberté d'expression, ni d'éléments de propagande.

Politiques d'embauche en faveur des minorités ou abondement discriminatoire d'une catégorie d'employés sur critères idéologiques

Le code d'éthique de l'entreprise assure que le recrutement est réalisé uniquement sur la base de critères de compétences (1).

Boycott de clients, partenaires ou autre groupe de personnes en raison de leurs opinions

Carlsberg ne semble pas boycotter de clients, partenaires ou autres groupes de personnes en raison de leurs opinions.

Proposition de services de propagande idéologique

Carlsberg ne propose pas de service de propagande idéologique.

Politique extérieure

Subordination aux politiques d'écologie punitive sous l'influence d'associations ou d'organisations idéologiques

Carlsberg est engagé dans la réduction de ses émissions de gaz à effet de serre et de son impact écologique (1).

Politique de dons discriminatoires à l'égard des organisations caritatives en raison de leurs opinions ou de leurs croyances religieuses

Le groupe Carlsberg dispose d'une fondation qui finance l'entretien du patrimoine danois et des projets de recherche (1)(2).

Carlsberg finance l'accès à l'eau courante au Cambodge (3).



L'entreprise apporte un soutien financier aux initiatives de startup pour les étudiants de l'université de Chongqing, en Chine (4).

Utilisation de la renommée de l'entreprise pour soutenir des causes idéologiques et/ou des organisations hostiles à la liberté d'expression

Carlsberg n'utilise pas sa renommée pour soutenir des causes idéologiques ni des organisations hostiles à la liberté d'expression.



