

# CENTRALRETAIL

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

---

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)

(24 มิถุนายน 2564)

## นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) (“บริษัทฯ”) เป็นการให้คำมั่นในการยึดถือปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ ความรับผิดชอบต่อสังคม และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล ซึ่งรวมถึงแนวทางการปฏิบัติด้านการบรรเทาและการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (climate mitigation and adaptation) การจัดการพลังงาน การป้องกันมลภาวะทางอากาศและทางน้ำ การจัดการของเสีย การดูแลรักษาระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ รวมถึงการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

นโยบายด้านสิ่งแวดล้อมนี้เป็นแนวทางสำหรับกลุ่มธุรกิจเครือเซ็นทรัลรีเทล นำไปบูรณาการให้เข้ากับการดำเนินงานทางธุรกิจอย่างเหมาะสม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมตามแนวทางในนโยบาย และสามารถส่งมอบคุณค่าที่ดีให้กับลูกค้า และสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับโลก สังคม และชุมชน เพื่อคนรุ่นต่อ ๆ ไป

- 1. การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Greenhouse Gas - GHG)** ส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด การอนุรักษ์พลังงาน และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
  - กำหนดแนวทางยึดถือคาร์บอนต่ำเป็นแนวปฏิบัติ (low carbon practices) ในการอนุรักษ์พลังงาน การดำเนินธุรกิจ และพัฒนารูปแบบการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน
  - ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีคาร์บอนต่ำในอาคาร เครื่องมือ และการขนส่ง ด้วยทางเลือกที่ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะ และเพิ่มปริมาณการใช้ไฟฟ้าจากแหล่งพลังงานหมุนเวียน สำหรับสำนักงาน อาคาร หรือสถานที่ที่เหมาะสม
  - ส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการคาร์บอนต่ำ และแสดงข้อมูลการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในเวลาผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน
- 2. การลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ (Ecological Footprint)** ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนของการดำเนินงานทางธุรกิจ ลดการใช้ทรัพยากรสิ้นเปลือง และลดการสร้างของเสีย/มลพิษ
  - ประเมินและลดผลกระทบต่อระบบนิเวศจากการดำเนินธุรกิจ การเดินทาง การใช้พลังงานและการใช้น้ำ การจัดซื้อ และการลงทุนต่างๆ
  - ส่งเสริมวัสดุหมุนเวียนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง ผลิตภัณฑ์และบริการตลอดห่วงโซ่คุณค่า
- 3. มุ่งสู่ศูนย์เป็นศูนย์ (Zero Waste)** บูรณาการตามหลักการ "ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)" ในกิจการทางธุรกิจ การออกแบบวัสดุเพื่อสามารถนำมาแปรรูป และกลับมาใช้ใหม่ได้ และการยุติรูปแบบการผลิตและการบริโภคที่สิ้นเปลือง
  - พัฒนาระบบการแยกขยะโดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มการหมุนเวียนทรัพยากรในการนำกลับมาใช้ใหม่ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
  - ลดปริมาณใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวทิ้ง รวมถึงสารเคมีที่เป็นอันตรายและวัสดุที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ทางชีวภาพ ในผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของสินค้าตราห้าง (house brand) โดยส่งเสริมการใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
  - ลดการสูญเสียอาหาร อาหารส่วนเกินและขยะอาหาร ภายใต้หลักการป้องกันการเกิดของเสียที่ต้นทาง (prevention) การแปรรูปกลับมาเป็นทรัพยากร (recycle) และการกำจัดเพื่อใช้เป็นพลังงาน (recovery)

4. **การจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainable Sourcing)** ส่งเสริมการจัดหาสินค้าและวัสดุที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมร่วมกับผู้ผลิตสินค้า เพื่อส่งเสริมแนวทางการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน
  - นำแนวทางการประเมินวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์มาใช้พิจารณาในการจัดซื้อสินค้าและจัดจ้างบริการ
  - สนับสนุนห่วงโซ่อุปทานที่มาจากท้องถิ่น วัสดุและผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
  - ร่วมกับผู้ผลิตสินค้าในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการจัดซื้อจัดจ้างและการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้า
5. **ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม (Eco-Products)** พิจารณาเพื่อมุ่งลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกขั้นตอนของวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ที่จำหน่ายในตลาดในประเทศ และต่างประเทศ
  - พัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนช่วยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ทรัพยากร และการอนุรักษ์พลังงาน
  - พัฒนาตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
6. **การขนส่งและจัดจำหน่าย** ปรับปรุงประสิทธิภาพด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของผู้ให้บริการจัดจำหน่ายและขนส่งในทุกขั้นตอน เพื่อบรรลุเป้าหมายในการลดคาร์บอน
  - ส่งเสริมการขนส่งและการเดินทางในรูปแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้แก่พนักงานและลูกค้า
  - เพิ่มประสิทธิภาพการขนส่ง และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยมีต้นกุ่มที่เหมาะสมและลดการใช้พลังงานเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งยังคงรักษาคุณภาพการดำเนินงาน สุขอนามัย และความปลอดภัย
7. **การส่งเสริมรูปแบบการบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน** สื่อสารสร้างความตระหนักต่อพนักงาน ลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย ในการส่งเสริมรูปแบบและพฤติกรรมบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ รวมถึงการจัดการขยะจากการบริโภคที่เหมาะสม
  - ส่งเสริมให้พนักงาน และลูกค้า ตระหนักถึงแนวทางปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมสอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของตนเอง
  - สนับสนุนและขยายการดำเนินการสำหรับผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดในการมีส่วนร่วมฟื้นฟูอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมถึงการพัฒนาและดำเนินโครงการที่สามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกสูงสุดต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม
  - ส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการที่มีส่วนช่วยในการรักษาสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ทรัพยากร และการอนุรักษ์พลังงาน โดยครอบคลุมบริษัทในเครือเซ็นทรัล รีเทล และพันธมิตรทางธุรกิจที่สำคัญ

#### **การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Management)**

- สร้างความเข้าใจสถานการณ์และผลการดำเนินงานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยตั้งเป้าหมาย วางแผนดำเนินการ และประเมินผล มุ่งสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้
- ผนวกประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง ในขั้นตอนการพิจารณาและตรวจสอบในการควบคุมกิจการ และการเข้าซื้อกิจการ
- สื่อสารสร้างจิตสำนึก และสร้างองค์ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมให้กับพนักงานและผู้มีส่วนได้เสีย รวมทั้งส่งเสริมให้ทุกฝ่ายได้แสดงความเห็น และเสนอแนะการปฏิบัติที่ดีด้านสิ่งแวดล้อมตลอดห่วงโซ่คุณค่าของบริษัท ฯ

-ลงนาม-

(ดร.ประสาร ไตรรัตน์วรกุล)

ประธานกรรมการบริษัท

บริษัท เซ็นทรัล รีเทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน)