



**AUGA STRATEGIJA 2025 –  
TVARAUS MAISTO  
GRANDINĖS KŪRIMO KELIU**

AUGA vizija ir misija	03
Santrauka	04
AUGA 2020 m.	05
Pirmieji žingsniai į ekologiją (2015–2017 m.)	07
Esama padėtis maisto rinkoje (2017–2020 m.)	08
Verslo segmentų efektyvumo darbotvarkė (2020–2023 m.)	09
Siekis įgyvendinti NAUJĄ tvarumo standartą (2020–2025 m.)	10

Kai kurie šiame dokumente pateikti teiginiai apie ateities plėtros planus yra orientuoti į ateitį, todėl gali būti susiję su rizikomis ir neįtikrintumu. Tokie į ateitį orientuoti tikslai yra grįsti dabartiniais vadovybės lūkesčiais ir viduriniu laikotarpiu gali būti peržiūrėti, jei globalios verslo sąlygos iš esmės pasikeistų.

# AUGA VIZIJA IR MISIJA

Vizija – tvaraus maisto ir gyvenimo būdo sinonimas

**AUGA** vizija – veikti pasaulyje, kuriame **AUGA** bendruomenės narių kasdieniai vartojimo įpročiai ar gyvenimo būdas nekenkia gamtai. Kartu su bendruomene, **AUGA** puoselės tvarumo daigus kasdienėje veikloje ir kurs naujus maisto gamybos standartus. **AUGA** taps tvaraus maisto ir gyvenimo būdo sinonimu.

Misija – tiekti ekologišką maistą be kainos gamtai

„AUGA group“ kuria Tvaraus ekologiško maisto architektūrą (TEMA).

Kasdien įgyvendindama pagrindinę misiją, „AUGA group“ (**AUGA**, Bendrovė, Grupė) kuria Tvaraus ekologiško maisto architektūrą (TEMA), kuri suteiks Bendrovei galimybę tiekti ekologišką maistą be kainos gamtai. Kitaip tariant - poveikio klimatui neturintį (anglies dvideginio (CO<sub>2</sub>) ir ekvivalentų (ekv.) kiekio atmosferoje nedidinantį) maistą. Tvaraus ekologiško maisto architektūra yra pagrindinė varomoji jėga, leidžianti įgyvendinti **AUGA** prekės ženklo pažadą vartotojams - tiekti „ekologišką, tvariai užaugintą maistą“. Į poveikį gamtai orientuotas tvarumas taps visų **AUGA** bendruomenės narių neatsiejama kasdienės veiklos dalimi.

**VIZIJA** ————— tvaraus maisto ir gyvenimo būdo sinonimas

**MISIJA** ————— tiekti ekologišką maistą be kainos gamtai

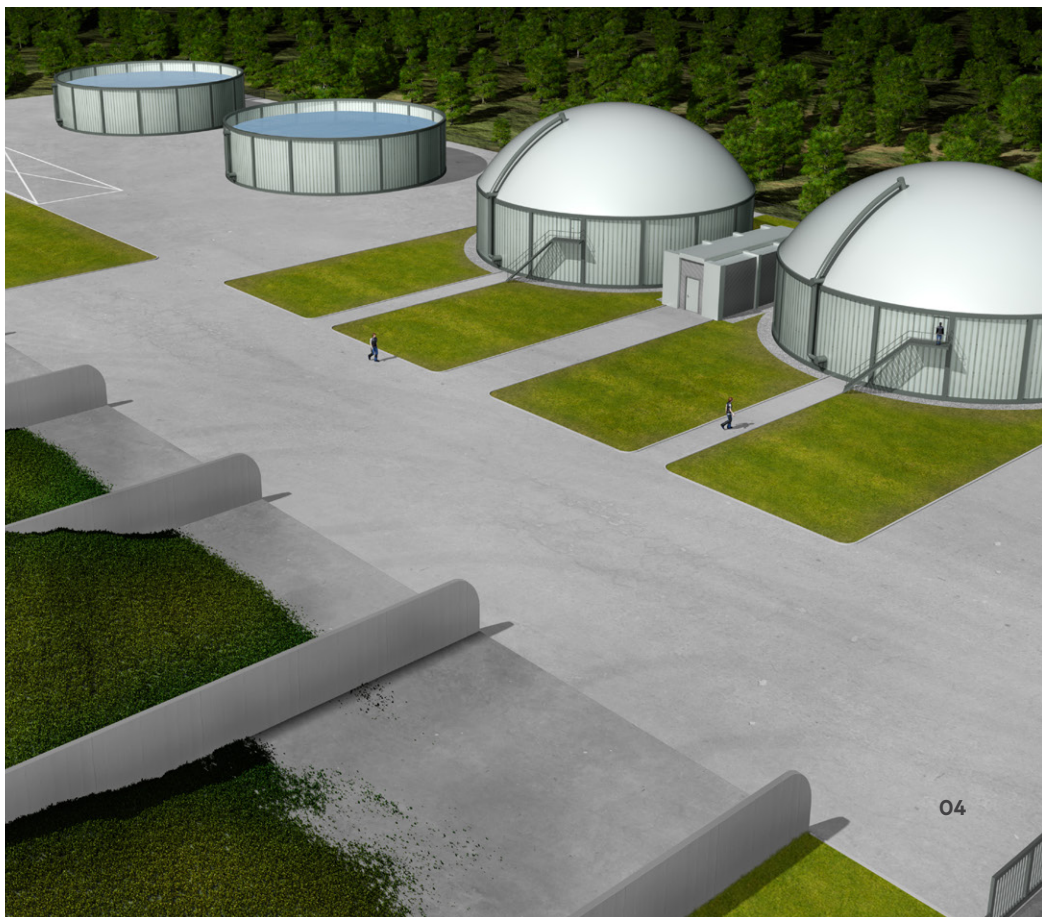
VARTOTOJAMS	ŪKININKAMS	PRIVATIEMS IR INSTITUCINIAMS INVESTUOTOJAMS	AKCININKAMS
tvaresnis būdas maitintis	tvaresnis būdas dirbti	tvaresnis būdas investuoti	tvaresnis būdas gauti finansinę grąžą
			

„AUGA group“ yra didžiausia vertikaliai integruota ekologiško maisto bendrovė Europoje.

Šiltnamio efektą sukeliančios dujos (ŠESD) iš žemės ūkio ir maisto pramonės sukuria opias klimato krizę didinančias problemas, todėl Grupė yra įsitikinusi, kad šiuo metu būtina kuo skubiau įgyvendinti tvarius pokyčius būtent šioje srityje. Dėl šios priežasties Bendrovė pasirinko rodyti pavyzdį, kurdamą naują veiklos modelį, vadinamą Tvaraus ekologiško maisto architektūra (TEMA). Įvairiapusė patirtis žemės ūkyje, moksliniuose tyrimuose ir technologinėje plėtroje (MTTP) leidžia „AUGA group“ spręsti aktualiausias problemas maisto vertės grandinėje.

Pasitelkusi TEMA, Bendrovė galės suburti vartotojų, ūkininkų, investuotojų ir akcininkų bendruomenę, kuri teiks pirmenybę tvaresniam gyvenimo būdui savo vartojimo įpročiais ir aktyviu dalyvavimu maisto vertės grandinės kūrime. Tokiu būdu Bendrovė patenkins augantį naujų maisto pramonės standartų poreikį, kuris kyla keičiantis vartotojų įpročiams. Naujų technologijų kūrimas padės sukurti kokybišką ir sveikatai palankų maistą be kainos gamtai.

„AUGA group“ bus pažįstama kaip neimlus turtui verslas (angl. asset-light), grįstas žemės ūkio technologijomis (angl. agtech). Bendrovė taikys savarankišką ir nepriklausomą žiedinės ekonomikos modelį, kuris sudarys sąlygas visiems gyventi tvariau. Šis modelis leis būti atsparesniems pasaulinėms krizėms, pavyzdžiui, pandemijų sutrikdytomis globalioms tiekimo grandinėms.



# AUGA 2020 M.

**1 200**  
darbuotojų

**39 000 ha**  
dirbamos žemės ūkio  
paskirties žemės

Pajamos eurais  
**71 mln.**  
(2019 m.), > 70 proc.  
iš eksporto

Bendrovės akcijomis  
prekiaujama  
**Nasdaq**  
Vilniaus ir Varšuvos  
vertybinių popierių biržose

Lietuvos sostinėje, Vilniuje, įsikūrusi „AUGA group“ šiandien yra didžiausia Europoje ekologiško maisto gamintoja nuo lauko iki lentynos, kurios veikla apima augalininkystę, pienininkystę, grybų auginimą ir galutiniam vartojimui skirtų produktų gamybą.

„AUGA group“ 1 200 darbuotojų komanda buvo ir išlieka esminiu pagrindu Bendrovės veiklos planuose, siekiant ir toliau tiekti tvarų ekologišką maistą. **AUGA** didžiuojasi atsidavusių profesionalų komanda, kuri savo sunkiu darbu ir užsidegimu siekia sukurti tvarią ir draugišką aplinkai maisto pramonę.

Lietuva puikiai tinka vystyti Bendrovės veiklą – šalis yra Europos Sąjungos (ES), euro zonos, Šiaurės Atlanto sutarties organizacijos (NATO), Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos (EBPO) narė, turi tvirtą istorinį ryšį su žeme ir galias per visą šalies istoriją puoselėjamas žemės ūkio tradicijas.

Globaliu lygmeniu **AUGA** veikia sektoriuje, kuris pasižymi negrįžtamu neigiamu poveikiu aplinkai ir didėjančiu natūralių išteklių trūkumu. Dėl šios priežasties Bendrovei augant būtina diegti optimizavimo ir tvarumo principus, kurie padėtų apsaugoti aplinką ir gamtą. Kitaip tariant, **AUGA** augimo dinamika yra neįsivaizduojama be tvarių technologijų, kurios:

- ✓ didina gyvūnų gerovę ir produktyvumą;
- ✓ mažina neigiamą poveikį aplinkai;
- ✓ įrodo, kad aukščiau nurodytos priemonės yra pritaikomos kiekvienam ekologinės gamybos produkcijos vienetui visoje maisto grandinėje.



au  
ga

STRATEGIJA 2025



# AUGA 2020 M.

---

Žemės ūkis pasauliniu mastu iškiria apie 23 proc. visų ŠESD emisijų<sup>1</sup>.

Žemės ūkis yra įvardijamas kaip vienas didžiausių aplinkos teršėjų, pasauliniu mastu apie 23 proc. visų ŠESD emisijų išsiskiria iš žemės ūkio veiklos ir miškų kirtimo dėl žemės ūkio plėtros<sup>1</sup>. Todėl, atsižvelgiant į Bendrovės veiklos mastus, suprantame, kokią atsakomybę nešame įgyvendindami pokyčius šioje industrijoje.

Šiandien „AUGA group“ jau turi daug patirties, įgautos taikant tvarias ūkininkavimo praktikas. Bendrovė jau yra įgyvendinusi žiedinės ekonomikos principus susiedama skirtingus verslo segmentus, pritaikė beariminę technologiją beveik 100 proc. dirbamų laukų, o visi bendrovės padaliniai yra aprūpinami sertifikuota žaliąja elektros energija.

Bendrovė taip pat įsidiėgė gerąsias valdymo praktikas tiek kasdienėse veiklose, tiek Bendrovės valdymo lygmeniu, kurios leidžia užtikrinti skaidrumą prieš Bendrovės akcininkus ir plačiąją visuomenę. Geriausi modernių valdymo praktikų pavyzdžiai galėtų būti valdybos struktūra, ataskaitų akcininkams teikimo sistema, metinis išmetamo CO<sub>2</sub> ekv. stebėjimas ir ataskaitų rengimas bei aplinkos, socialinių ir valdymo politikos principų integravimas į **AUGA** kultūrą.

Žengdama į „Pažadų įgyvendinimo dešimtmetį“<sup>2</sup>, **AUGA** siekia pasitikti ateinančius 2020 m. parengusi inovacijų darbotvarkę, kurios pagrindinis tikslas - iki 2030 m. tapti anglies dvideginio ir jo ekvivalentų neišskiriančia ekologiško maisto rinkos dalyve. Pagrindiniai Bendrovės tikslas **pasigerinti verslo segmentų efektyvumą**, siekiant sulgyinti ekologiško

- ✓ ūkininkavimo derlingumą ir kaštų struktūrą su įprastinio ūkininkavimo lygiu;
- ✓ **sukurti Tvaraus ekologiško maisto architektūrą (TEMA)** su daugiapakope inovacijų schema, padėsiančia spręsti aktualiausias technologines problemas maisto pramonėje, kartu išlaikant masto, kokybės ir derliaus augimo pagreitį;
- ✓ sumažinti **anglies dvideginio ir jo ekvivalentų išmetimą** iki minimalaus slenksčio visoje maisto grandinėje ir pasiekti neutralų balansą.

**AUGA** komanda tvirtai tiki, kad naujoji vartotojų karta ne tik reikalaus naujų maisto tiekimo standartų visoje maisto gamybos grandinėje, bet taip pat ir prisiims atsakomybę aktyviai keisti maisto pramonę. Naujoji karta aršiai atmes anksčiau primestą įsitikinimą, kad maisto gamyba neišvengiamai privalo daryti poveikį gamtai (pavyzdžiui, didelis ir žalingas CO<sub>2</sub> ir jo ekvivalentų emisijų poveikis aplinkai).

Būtent dėl šių priežasčių vienas iš „AUGA group“ strategijos siekių yra įgyvendinti tvaraus ekologiško maisto gamybos standartą. Kuris pasitelkus technologijas, turės mažiausią neigiamą poveikį gamtai. Todėl neturėtų būti keista, kad Bendrovės misija prasideda žingsniu į naują etapą, kuris padės **AUGA** tapti tvaraus maisto ir gyvenimo būdo sinonimu.

# PIRMIEJI ŽINGSNIAI Į EKOLOGIJĄ (2015–2017 M.)

## 2015 m.

strateginis sprendimas pereiti  
į ekologiško maisto sritį

## 2016 m.

pradedami gaminti AUGA  
prekės ženklų pažymėti  
galutinio vartojimo produktai

## 2017 m.

baigtas perėjimas į  
ekologinį ūkininkavimą

2015 m. priimti strateginį Bendrovės sprendimą - pereiti nuo konvencinio prie ekologinio ūkininkavimo - paskatino susirūpinimas dėl maisto pramonės sukeliama poveikio aplinkai, noras ieškoti labiau aplinką tausojančių ūkininkavimo ir gamybos būdų. Šis pokytis buvo įgyvendintas pagrindiniam akcininkui ir vizionieriui Kęstučiui Juščiui perėmus įprastinio žemės ūkio bendrovės valdymą ir sėkmingai pakeitus jos kryptį.

2016 m. pristačiusi inovatyvų skėtinį prekės ženklą ir įžengusi į galutiniam vartojimui skirtų produktų kategoriją, Bendrovė dar labiau priartėjo prie vartotojų. Šis ryšys Bendrovei tapo ypač svarbus, nes padėjo „AUGA group“ stebėti vartotojų rinką ir nustatyti su maistu susijusius lūkesčius ir egzistuojančius poreikius, kuriuos išreiškia sąmoningi vartotojai ir atsakingi tvarumo šalininkai.

Plečiant verslą – nuo vartotojams skirto produktų asortimento išleidimo iki ekologijos vartotojams skirtų žinučių formulavimo – sudarytas naujas Bendrovės kompetencijų žemėlapis, kuris padėjo „AUGA group“ pasirengti nuolatiniams ateities pokyčiams. Šiandien AUGA komanda supranta, kad Tvaraus maisto architektūros kūrimas yra kelionė, o ne galutinis tikslas.



## ESAMA PADĖTIS MAISTO RINKOJE (2017–2020 M.)

Šiuo metu žmonių sąmonėje ekologinis ūkininkavimas yra siejamas su teigiamu poveikiu žmogaus sveikatai, ekosistemai ir dirvožemiui<sup>3</sup>, neretai minimas ir švaresnis ekologiško maisto pagaminimo būdas<sup>4</sup>. Vis dėlto, šiame sektoriuje jaučiamas didelis poreikis kurti technologinius sprendimus, kurie galėtų pašalinti produktyvumo ir našumo rodiklių atotrūkį tarp konvencinių ir ekologinių ūkių. Tokių technologijų poreikis jaučiamas ekologiniuose ūkiuose, kurie susiduria su efektyvumo problemomis - net didesniuose žemės plotuose negali užauginti įprastiniams ūkiams prilygstančio derliaus. Todėl technologijos, padėsiančios spręsti produktyvumo problemą ekologiniuose ūkiuose, gali tapti svarbiausiu veiksnium, įtvirtinant tvarumo principą dabartinėje maisto gamybos grandinėje.

Maisto pramonė nerodo motyvacijos įpareigoti pagrindinius rinkos dalyvius siekti tvarumo standartų. Dėl to gamybos praktikos tampa antrinės svarbos klausimu ir taip yra trukdoma įvertinti maisto gamybos poveikį gamtai (pavyzdžiui, išmetamo CO<sub>2</sub> ir jo ekvivalentų kiekį produkcijos vienetui), net jei vartotojai ir ima tuo domėtis.

„AUGA group“ tvirtai tiki, kad naujoji karta nebesitaikstys su tokia neapibrėžta tvarumo samprata kasdieniame vartojime. Ši atsakingų vartotojų grupė ne tik atvirai atsisakys pirkti didelį poveikį gamtai sukeliančius maisto produktus, bet ir paskatins pokyčius pačioje maisto pramonėje.

Šiuo atžvilgiu didžiulė **AUGA** patirtis ekologiško maisto gamyboje leidžia Grupei greitai nustatyti opiausias ekologiško maisto grandinės problemas ir susitelkti ieškant technologinių sprendimų, kurie suteiks galimybę iki 2030 m. pasiekti klimatui neutralią veiklos architektūrą (TEMA). Bendrovė taip tikisi atliepti naujosios kartos ir kitų atsakingų vartotojų poreikius, kviesdama tvarumo siekti kartu. **AUGA** komanda bus pasiruošusi patenkinti naujosios vartotojų kartos poreikius ir juos iškelti kaip pagrindinius maisto pramonės tikslus.

Bendrovė yra tvirtai įsitikinusi, kad dvigubas veiksmų planas – verslo segmentų efektyvumo didinimas trumpuoju laikotarpiu (2020-2023 m.) ir Tvaraus ekologiško maisto architektūros kūrimas viduriniu laikotarpiu (2020–2025 m.) – yra vienintelis būdas užtikrinti atsakingą Bendrovės augimą ir didinti jos vertę bendruomenės nariams, ypač vartotojams, partneriams ir akcininkams.





# VERSLO SEGMENTŲ EFEKTYVUMO DARBOTVARKĖ (2020–2023 M.)

Efektyvumo darbotvarkė nustato veiklos rodiklius kurie vertina galimybes vietos rinkoje suvesti ekologiškos ir įprastinės gamybos derlingumo ir kaštų struktūrų rodiklius į panašų lygmenį.

**AUGA** požiūriu, tvarumas taip pat privalo būti finansiškai pagrįstas. Kitaip tariant, visa maisto gamybos architektūra turėtų būti pagrįsta tokiais procesais, kurie patvirtintų, jog Bendrovės verslo modelis yra ekonomiškai naudingas ir Bendrovė gali pasiūlyti **AUGA** bendruomenės nariams produkciją už prieinamą kainą.

Dėl šios priežasties **AUGA** daug dėmesio skiria efektyvumo darbotvarkės įgyvendinimui kertiniuose verslo segmentuose (augalininkystėje, pienininkystėje, grybų auginimo ir galutiniam vartojimui skirtų produktų gamyboje). Darbotvarkė padės įsivertinti galimybes trumpuoju laikotarpiu, vietos rinkoje suvesti ekologiškos ir įprastinės gamybos derlingumo bei kaštų struktūrų rodiklius į panašų lygmenį.

Efektyvumo darbotvarkėje taip pat numatyti pagrindiniai Bendrovės veiklos rezultatų rodikliai. Vienas jų yra siekis sulyginti ekologiško pieno kaštų struktūrą su įprastiniu būdu šalyje pagaminto pieno kaštų struktūra ir užtikrinti, kad kviečių ir ankštinių kultūrų derlingumo lygiai pasiektų atitinkamą geografinį neekologinės gamybos vidurkį. Pasiekus šiuos tikslus bus įrodyta, kad ateities vartotojų krepšelis gali būti suformuotas be kainos gamtai.

Kertinės strateginės efektyvumo iniciatyvos:

- 1. Augalininkystės srityje** numatoma įgyvendinti regeneracinės sėjomainos planus, pasižyminčius tikslesniais sėjimo mechanizmais ir didesniu žolės kultivavimo bei perdirbimo efektyvumu. Ši veikla yra grindžiama gerosiomis **AUGA** akademijos praktikomis.
- 2. Pienininkystėje** bus įgyvendinamos gyvūnų gerovės skatinimo iniciatyvos taikant individualiai pritaikytas gyvūnų priežiūros programas, apibrėžiančias esminius gerovės kriterijus nuo melžimo iki šėrimo.
- 3. Grybų auginimo** segmente siekiama peržiūrėti visą grybų kultivavimo ciklą, siekiant nustatyti darbui imlias sritis, tokias kaip grybų rinkimas ir pakavimas, ir jas pakeisti technologiniais sprendimais.
- 4. Galutiniam vartojimui skirtų produktų srityje** Bendrovė sieks sustiprinti savo rinkos dalį, pasitelkusi **AUGA** ir privačius prekės ženklus ne tik gerai žinomose, bet ir naujose rinkose - to bus siekiama kartu su vartotojais einant tvarumo link.

# SIEKIS ĮGYVENDINTI NAUJĄ TVARUMO STANDARTĄ (2020–2025 M.)

Paskutinis neatsakytas klausimas yra susijęs su Tvaraus ekologiško maisto architektūra (TEMA) ir kaip ji padės Bendrovei pasiekti NAUJĄ tvarumo lygmenį. **AUGA** planuoja sukurti daugiapakopę inovacijų schemą, padėsiančią išspręsti aktualiausias technologines žemės ūkio problemas. Visos problemos yra susijusios su siekiu sumažinti maisto gamybos kainą gamtai ir iki 2030 m. tapti pajėgiems auginti maistą, sukuriantį neutralų poveikį klimatui, taip pat ir palaipsniui gerinti kokybę, efektyvumą bei derlingumą.

Dešimtmečio viduryje (2025 m.) ūkiuose bus įgyvendintas TEMA modelis ir įvertinta pažanga mažinant poveikį gamtai.

Todėl, remdamasi **AUGA** inovacijų darbotvarke, savo Tvaraus ekologiško maisto gamybos architektūros modelyje Bendrovė siekia numatyti tris technologinius lygmenis. Šie pokyčiai dabartiniuose **AUGA** ūkiuose padės sukurti naują ūkininkavimo standartą:

- 1. Biodujų infrastruktūra ir transporto priemonės** leis atlikti žemės ūkio darbus be iškastinio kuro ir glaudžiau integruoti žiedinės ekonomikos modelio šakas, panaudojant mėšlą ne tik kaip trąšą, bet ir kaip biodegalus dirbant ūkio darbus.
- 2. Specializuotų pašarų technologija** suteiks galimybę sumažinti galvijų metano emisijas bei bendrą išmetamo anglies dvideginio ir jo ekvivalentų kiekį visose atitinkamų gyvūninės kilmės baltymų produktų grupėse.
- 3. Regeneracinė sėjomaina,** kurią taikant grūdinės kultūros bus pakeistos daugiametėmis ankštinėmis žolėmis, galinčiomis kaupti (sekvestruoti) anglį ir fiksuoti dirvožemyje azotą. Šios žolinės kultūros ne tik sumažins bendrą emisijų kiekį, bet kartu taps neatsiejama gyvulininkystės dalimi.

Reikia pažymėti, kad nebus atsisakyta anksčiau „AUGA group“ vykdytos sinergijos tvariame ūkininkavimo modelyje, kuriame grūdinių kultūrų auginimas, pienininkystė ir grybų auginimas veikia uždarame cikle. Ji bus integruota į naująjį modelį. Tuo tarpu aukščiau minimi trys technologiniai lygmenys praplės veiklos lauką ir pritaikys žiedinės ekonomikos modelio šakų resursus antriniam ciklui.

Remdamasi savo tvaraus ūkininkavimo patirtimi Bendrovė taip pat galės įgyvendinti naujus vartotojo krepšelio standartus. Tokio krepšelio pagrindu taps gyvūninės kilmės baltymai. Gyvūninės kilmės baltymai užims svarbiausią architektūros grandį, nes būtent jų gamyba generuoja didžiausią anglies dvideginio ir jo ekvivalentų emisijų kiekį vienam produkcijos gramui. **AUGA** tikisi įveikti šį iššūkį.

# SIEKIS ĮGYVENDINTI NAUJĄ TVARUMO STANDARTĄ (2020–2025 M.)

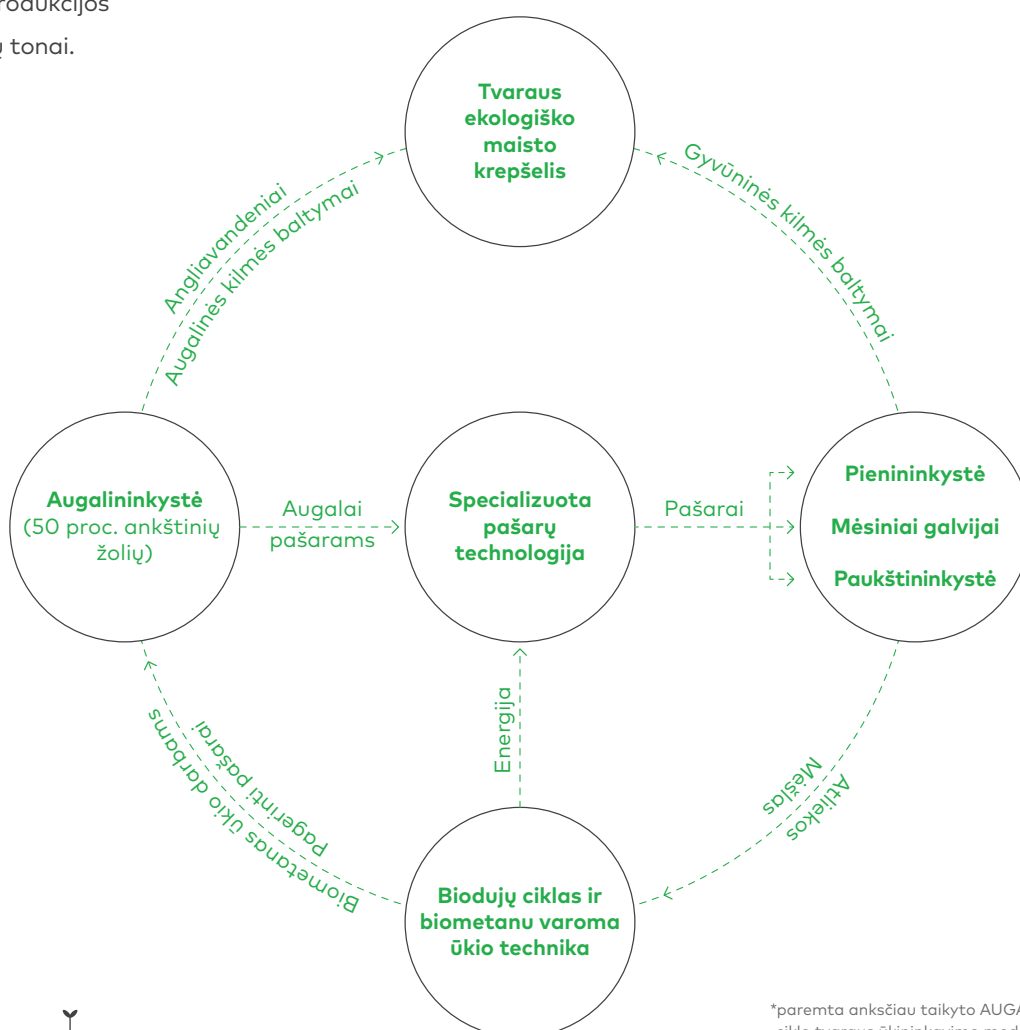
## ANGLIES DVIDEGINIO IR JO EKVIVALENTŲ IŠMETIMO MAŽINIMO TIKSLAI IKI 2025 M.:

- **50 proc.** mažiau emisijų iš ūkio darbams sunaudojamo iškastinio kuro;
- **50 proc.** mažiau emisijų, skaičiuojant vienai pagaminto karvės pieno tonai;
- **30 proc.** mažiau emisijų, skaičiuojant vienai pagamintos augalininkystės produkcijos sausųjų medžiagų tonai.

Kartu su aukščiau minimais standartais, iškeliami anglies dvideginio ir jo ekvivalentų emisijų mažinimo tikslai. Iki 2025 m. Bendrovė planuoja **40%** sumažinti bendras iškastinio kuro vartojimo emisijas ūkiuose (ir 50% sumažinti emisijas iš ūkio darbams sunaudojamo kuro), ne mažiau kaip **33%** sumažinti bendrą metano išmetimą, susijusį su galvijų virškinimo procesais, (ir 50% mažiau emisijų, skaičiuojant vienai pagaminto pieno tonai) bei **20%** sumažinti dujų išmetimą iš dirbamos žemės (ir 30% mažiau emisijų, skaičiuojant vienai pagamintos augalininkystės produkcijos sausųjų medžiagų tonai).

Gali kilti su technologijų efektyvumu susijusių rizikų, kurios neleis pasiekti visų CO<sub>2</sub> ekv. mažinimo tikslų. Vis dėlto, Bendrovė yra pasiruošusi atkakliai dirbti įgyvendindama savo siekius, nes šie sprendimai padės sudaryti tvaraus maisto vertės grandinės planą. Šios strateginės pastangos taip pat yra labai svarbios **AUGA** kelyje tapti tvaraus maisto ir gyvenimo būdo sinonimu. Be to, jos leis Bendrovei sukaupti dar daugiau praktinės patirties ir žinių, padėsiančių numatyti, kaip iki 2030 m. sukurti maisto gamybos architektūrą ir nebeiškirti anglies dvideginio ir jo ekvivalentų emisijų.

### Tvaraus ekologiško maisto architektūra (TEMA)\*



\*paremta anksčiau taikyto AUGA uždaro ciklo tvaraus ūkininkavimo modelio sinergija

# SIEKIS ĮGYVENDINTI NAUJĄ TVARUMO STANDARTĄ (2020–2025 M.)

AUGA komanda užtikrins šios ambicingos strategijos įgyvendinimą.

AUGA sėkmė 2025 m. taip pat reikš 3 kartus padidėsią Bendrovės vertę bei orientuotos į ateitį augimo dinamikos išlaikymą strategijos įgyvendinimo metu ir vėliau.

„AUGA group“ bus pažįstama kaip neimlus turtui verslas (angl. asset-light), grįstas žemės ūkio technologijomis (angl. agtech). Bendrovė taikys savarankišką žiedinės ekonomikos modelį, suteikdama galimybę pasauliui gyventi tvariau ir labiau nepriklausomai nuo pasaulinių krizių, pavyzdžiui, dėl pandemijų sutrikdomos globalios tiekimo grandinės. Žinoma, tvarumas įvairiose AUGA bendruomenės grupėse yra suprantamas skirtingai, taigi ir 2025 m. pagrindiniai Bendrovės veiklos rezultatų rodikliai yra pritaikyti kiekvienai iš jų.

## Ką reiškia tvarumas AUGA bendruomenei

VARTOTOJAMS	ŪKININKAMS	PRIVATIEMS IR INSTITUCINIAMS INVESTUOTOJAMS	AKCININKAMS
Reiškia, kad jie gali maitintis, žinodami, kad jų prigimtinių poreikiai ne tik nekenkia gamtai, bet ir padeda ją išsaugoti.	Reiškia pasiūlyti jiems alternatyvų žemės ūkio tvarumo standartą.	Reiškia suteikti jiems galimybę reikšmingai prisidėti prie tvaraus maisto vertės grandinės kūrimo.	Reiškia suteikti jiems trejų metų galimybę: padidinti savo investicijas, prisidėti prie ateities maisto grandinės kūrimo ir padėti išsaugoti gamtą.

## Ką reiškia AUGA sėkmė 2025 m.

Gebėjimas pateikti vartotojo krepšelį mažiausia kaina gamtai	Veiksminga Tvaraus ekologiško maisto architektūra, kuri mažina anglies dvideginio ir jo ekvivalentų emisijas.	Verslo struktūros atsparumas, kurį užtikrina ilgalaikis finansavimas ir į poveikį orientuoti skolintojai.	Unikalus turtui neimlus verslo modelis, užtikrinantis $\geq 15\%$ kapitalo grąžą, 3 kartus padidinti Bendrovės vertę ir padedantis palaikyti augimo dinamiką ir po strategijos įgyvendinimo*.
--	---	---	---

\*Tiesiogiai parodo, kad pavyko įgyventi kitas tris kairėje nurodytas ašis

Kadangi 2020 m. yra „Pažadų įgyvendinimo dešimtmetis“<sup>2</sup>, „AUGA group“ per penkerius metus turi pasiekti labai ambicingų tikslų. Vis dėlto, Bendrovė pripažįsta, kad ne viską žino apie maisto pramonę. Todėl jei turite žinių ir patirties, finansinių išteklių, kuriuos norite investuoti, ar tiesiog esate pasiryžę skatinti tvarumą, neabejokite, Jums visuomet atsiras vietos AUGA bendruomenėje. AUGA komanda užtikrins šios ambicingos strategijos įgyvendinimą ir sukurs bendruomenę, kuri per penkerius metus bus nepralenkiama žemės ūkio technologijų pagalba. Kiekvienas bendruomenės narys ja didžiulis, nes tvarumas yra ateities kelias.

<sup>1</sup> The Intergovernmental Panel on Climate Change at the United Nations report 2019, [https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2019/08/Edited-SPM\\_Approved\\_Microsite\\_FINAL.pdf](https://www.ipcc.ch/site/assets/uploads/2019/08/Edited-SPM_Approved_Microsite_FINAL.pdf), [žiūrėta 2020.04.13].

<sup>2</sup> United Nations Global Compact – Accenture Strategy, CEO STUDY ON SUSTAINABILITY 2019, The Decade to Deliver: A Call to Business Action, <https://www.unglobalcompact.org/docs/publications/2019-UNGC-Accenture-CEO-Study.pdf>, [žiūrėta 2020.04.13].

<sup>3</sup> Chekima, B., Oswald, A.I., Wafa, S.A., Wafa, S.K., Chekima, K., 2017. Narrowing the gap: Factors driving organic food consumption. J. Clean. Prod. 166, 1438e1447. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.08.086>, [žiūrėta 2020.04.13], Prieiga per Science Direct.

<sup>4</sup> Vega-Zamora, M., Torres-Ruiz, F. J., Parras-Rosa, M., 2018. Towards sustainable consumption: Keys to communication for improving trust in organic foods. University of Jaen, Campus Las Lagunillas, s/n, 23071., [žiūrėta 2020.04.13], Prieiga per Science Direct.

