

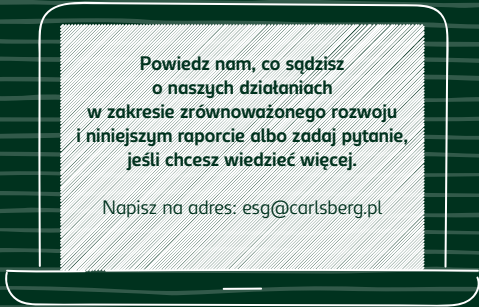


RAPORT ESG 2022

Carlsberg
Polska

SPIIS TREŚCI

**Zapraszamy do lektury Raportu ESG
(Environmental, Social, Governance)
Carlsberg Polska za rok 2022.**



Powiedz nam, co sądzisz
o naszych działaniach
w zakresie zrównoważonego rozwoju
i niniejszym raporcie albo zadaj pytanie,
jeśli chcesz wiedzieć więcej.

Napisz na adres: esg@carlsberg.pl

PRZESŁANIE OD PREZESA GRUPY CARLSBERG

GRI 2-22



W CARLSBERG WARZYMY DLA LEPSZEGO DZIŚ I JUTRA.

Nasz program ESG, Together Towards ZERO, wyznaczył śmiały cel sprostania czterem kluczowym wyzwaniom, które stanowią ZERO śladu węglowego, ZERO marnowania wody, ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu oraz ZERO wypadków.

W ciągu ostatnich pięciu lat nasz program przyniósł znaczące osiągnięcia, przyczyniając się do podwyższenia standardów w naszej branży i poza nią. Znaleźliśmy się wśród pierwszych trzech firm na świecie, które postawiły przed sobą cele klimatyczne oparte o naukę i spójne z dążeniem do zatrzymania wzrostu średnich globalnych temperatur na poziomie 1,5°C. Obecnie posiada je już ponad 2 tys. przedsiębiorstw. Teraz robimy kolejny krok, wprowadzając rozbudowany program, który pokieruje naszymi działaniami w kluczowych obszarach tak, abyśmy sprostali zmieniającym się globalnym

wyzwaniom – zgodnie z jego tytułem, który brzmi Together Towards ZERO and Beyond (TTZAB).

Uruchomiony w tym roku, TTZAB opiera się na naszych dotychczasowych osiągnięciach i potwierdza zobowiązanie, by włączyć się w zmagania z globalnymi wyzwaniami, podtrzymywać przestrzeganie zasad inicjatywy ONZ Global Compact oraz wносить wkład w dążenia do Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Jest on integralną częścią naszej strategii SAIL'27, ukierunkowanej na napędzanie rozwoju i kreowanie wartości dla naszych akcjonariuszy, pracowników i społeczeństwa.

TTZAB nie tylko wznosi nasze ambicje na jeszcze wyższy poziom, ale także odnosi się do szerszego zakresu istotnych tematów, dzięki czemu posiada jeszcze bardziej całościowy charakter. Wyznacza nam on nowe cele, które pozwolą nam wspierać regeneracyjne i zrównoważone rolnictwo, by osiągnąć ZERO śladu odpadów opakowaniowych, odbudowywać zasoby wody na obszarach o wysokim ryzyku ich braków oraz zwiększać reprezentację kobiet pełniących role przywódcze w ramach szerszego zobowiązania, by wspierać różnorodność, równość i włączanie. TTZAB potwierdza również nasze wieloletnie wysiłki

na rzecz postępowania zgodnie z kompasem wartości, poszanowania praw człowieka, odpowiedzialnych zakupów i aktywnego uczestnictwa w życiu społeczności lokalnych.

Przed konferencją klimatyczną COP27, wraz z pozostałymi członkami Sojuszu Liderów Klimatycznych wśród CEO (Alliance of CEO Climate Leaders) wezwaliśmy rządy i firmy do wspólnych działań w celu zażegnania kryzysu klimatycznego. Bierzymy naszą część odpowiedzialności poprzez dążenie do ZERO emisji netto w łańcuchu wartości do 2040 r., aby umożliwić konsumentom cieszenie się wyśmienitym piwem o najmniejszym możliwym śladzie węglowym.

W 2022 r. nasza firma stanęła w obliczu globalnej chwiejności warunków, w których prowadzimy naszą działalność. Stanowczo potępiiliśmy rosyjską inwazję na Ukrainę, co skłoniło nas do decyzji o wycofaniu się z prowadzenia działalności w Rosji. Zarządzając naszym łańcuchem wartości i kanałami sprzedaży zmagaliśmy się ze skutkami postępującego kryzysu energetycznego oraz z trwającymi wyzwaniami związanymi z pandemią. Mimo tych ekonomicznych przeciwności, spełniliśmy obietnice zawarte w naszej strategii, a nasze zaangażowanie w zrównoważony rozwój pozostaje stabilne, ponieważ uważamy, że to słuszny sposób postępowania dla biznesu i dla społeczeństwa.

Realizacja naszej pięcioletniej strategii SAIL'22 zakończyła się

osiągnięciem bardzo dobrych wyników biznesowych. Pomimo znacznego wzrostu kosztów produkcji, niekorzystnego wpływu gwałtownego wzrostu cen energii oraz naszej decyzji o zwiększeniu nakładów na marketing, zysk operacyjny wzrósł w sposób organiczny o 12,2% i osiągnął 11,5 mld DKK.

Dzięki towarzyszącemu strategii programowi Together Towards ZERO, udało nam się przekroczyć przyjęte dla 2022 r. poziomy redukcji śladu węglowego i zużycia wody w naszych browarach – poprzez koncentrację na efektywności oraz odchodzenie od źródeł energii opartych na węglu, by niemal w całości oprzeć się na źródłach odnawialnych.

Tym niemniej musimy zrobić więcej na drodze do ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu oraz ZERO wypadków. Chociaż nasze napoje bezalkoholowe są obecnie dostępne na 90% obsługiwanych przez nas rynków, a symbole dotyczące odpowiedzialnego spożycia trafiają na coraz większą liczbę naszych opakowań, pandemia oraz lokalne wyzwania wdrożeniowe nie pozwoliły na zawarcie tyłu partnerstw na rzecz odpowiedzialnej konsumpcji, ile byśmy sobie życzyli. Chociaż znacznie zmniejszyliśmy liczbę wypadków kończących się zwolnieniem lekarskim oraz incydentów w obszarach objętych naszymi Zasadami Ratującymi Życie, jesteśmy głęboko zasmuceni śmiercią współpracownika w wypadku drogowym w tym roku i jesteśmy zdeterminowani, aby nadal pracować na rzecz ZERO wypadków.

Opieramy się na tym, czego się nauczyliśmy i co osiągnęliśmy dzięki programowi Together Towards ZERO, aby móc pójść dalej. TTZAB wyznacza nam konkretne, mierzalne cele, napędzające rzeczywisty postęp w obszarach, w których możemy mieć największy wpływ. Stojąca za nim wizja będzie nas motywować do opracowywania innowacyjnych odpowiedzi na globalne wyzwania i przyczyni się do silnego poczucia dumy z bycia częścią Grupy Carlsberg.

Realizacja wszystkich tych ambicji będzie wymagała zmian w paradygmatach myślenia w naszej branży i poza nią, dlatego musimy współpracować z innymi, aby dotrzeć tam, gdzie chcemy; konsekwentnie stawiamy na budowanie partnerstw. Zaangażowaliśmy koleżanki i kolegów z całej Grupy w wypracowanie wspomnianych zobowiązań oraz strategii SAIL'27, aby zwiększyć zaangażowanie, którego potrzebujemy, by przyspieszyć realizację naszych planów.

Gdy patrzę w przyszłość, jestem przekonany, że TTZAB przyniesie wymierne korzyści dla społeczeństwa i dla naszej firmy, umacniając akceptację społeczną dla naszej działalności i naszą zdolność do warzenia lepszych piw, teraz i w przyszłości, co będziemy czynić spełniając naszą misję, którą jest warzenie dla lepszego dziś i jutra.

Cees 't Hart
CEO Grupy Carlsberg

LIST CEO CARLSBERG POLSKA

GRI 2-22



Szanowni Państwo,

oddaję w Wasze ręce kolejny roczny raport Carlsberg Polska, stanowiący podsumowanie naszych wysiłków i ich wyników w sferze ESG, czyli odpowiedzialnego zarządzania wpływem na środowisko i społeczeństwo oraz kształtowania odpowiedzialnego ładu korporacyjnego. Jest to publikacja wyjątkowa, z dwóch powodów.

Przede wszystkim szczególnie jest kontekst opisywanych aktywności i rezultatów. Kryzys humanitarny będący skutkiem ataku Rosji na Ukrainę, wzrost cen energii, surowców i pracy, zaostrzenie się kryzysu klimatycznego czy spadek siły nabywczej dużej części społeczeństwa to dodatkowe wyzwania, przed którymi stanęły przedsiębiorstwa działające w Polsce. Choć w ich kontekście realizacja dotychczasowych zobowiązań wobec naszych interesariuszy

stała się odczuwalnie trudniejsza, zrównoważony rozwój nie przestał być ważnym dla nas celem. Pozostajemy wierni koncepcji, zgodnie z którą uwzględnianie czynników ekologicznych i społecznych jest naszym zobowiązaniem i warunkiem osiągnięcia długofalowego rozwoju biznesu. To dlatego w minionym roku nie zmniejszyliśmy zaangażowania w takich obszarach jak edukacja na rzecz odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu czy wspieranie projektów ważnych dla lokalnych społeczności. Przekonacie się Państwo o tym podczas lektury.

Szczególny charakter i znaczenie raportu za 2022 r. wynika także z tego, że był to ostatni rok obowiązywania globalnego programu zrównoważonego rozwoju Grupy Carlsberg, Together Towards ZERO. Prezentujemy wkład Carlsberg Polska w jego realizację, jak również nowe, jeszcze bardziej ambitne zobowiązania, zawarte w programie Together Towards ZERO and Beyond. W publikacji znajdą Państwo informacje o celach, jakie wyznacza nam program w perspektywie 2030 i 2040 r., wpisujących się w Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ, jak również zarys działań, które zamierzamy podejmować, by je osiągnąć.

Jestem dumny, że w 2022 r. niesprzyjające otoczenie zewnętrzne nie zmniejszyło determinacji pracowników naszej firmy, by podążać ścieżką zrównoważonego rozwoju. Dzięki zbiorowemu zaangażowaniu kolejny rok z rządu przybliżyliśmy się do naszych celów strategicznych: ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji, ZERO wypadków, ZERO marnowania wody i ZERO śladu węglowego. Korzystając z okazji chciałbym za to bardzo serdecznie podziękować całemu zespołowi Carlsberg Polska, który nieustannie udowadnia, jak ważny jest dla niego także pozazawodowy wymiar codziennej pracy.

Mamy jasno określone cele, które osiągniemy, zgodnie z ideą naszego nowego programu: Together Towards ZERO and Beyond. Podkreślam znaczenie słowa *together*, czyli razem. Nasze projekty przynoszą dobre owoce nie tylko dzięki zaangażowaniu pracowników, ale także dzięki efektywnej współpracy z dostawcami i klientami. Wierzę, że ten raport potraktujecie Państwo jako zaproszenie do wspólnych działań wynikających z troski o lepsze jutro.

Mieszko Musiał,
Prezes Zarządu Carlsberg Polska

Trzeba to napisać wprost: 2022 r. był dla naszej branży bardzo ciężki, zwłaszcza z powodu rosnących cen energii i surowców oraz przerwanym łańcuchów dostaw. Naszą nadzieją na niezakłócone funkcjonowanie była nadzwyczajna mobilizacja naszego zespołu, który kolejny raz stanął na wysokości zadania, za co jestem mu bardzo wdzięczny. Fantastyczny zespół Carlsberg Polska potraktował kryzys jako dodatkowy impuls do udoskonalania poszczególnych procesów, także w sferach kluczowych z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju. Innowacyjne rozwiązania, np. w zakresie odzysku ciepła i wody, pozwoliły nam zmniejszyć zarówno koszty, jak i wpływ na środowisko, co można uznać za kwintesencję odpowiedzialnej działalności biznesowej. O praktycznym znaczeniu inicjatyw zrealizowanych w ramach celów ZERO marnowania wody i ZERO śladu węglowego świadczą liczby. Emisję CO₂ w przeliczeniu na 1 hl wyprodukowanego piwa obniżyliśmy o 5%, zaś względne zużycie wody o 2%.

Również cel ZERO wypadków realizowaliśmy z pełnym zaangażowaniem. Także w tym obszarze liczby mówią same za siebie. 58% mniej wypadków ze zwolnieniem lekarskim niż w 2021 r. oraz ponad 25 tys. obserwacji zgłoszonych przez pracowników w obszarze BHP to dla nas powód do satysfakcji, ale i motywacja do dalszych wysiłków.



Marek Krzysztoporski,
Wiceprezes ds. zintegrowanego łańcucha dostaw Carlsberg Polska Sp. z o.o.
Prezes Zarządu Carlsberg Supply Company Polska SA

Nietławy rok 2022 to jednocześnie czas znaczących postępów na drodze do osiągnięcia naszego strategicznego celu ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Wprowadziliśmy na rynek cztery kolejne piwa 0,0%, dzięki czemu nasza oferta napojów bezalkoholowych liczy już 12 produktów. Kładziemy szczególny nacisk na uświadamianie konsumentów, że są one pełną smaku i wysokiej jakości alternatywą dla każdego, kto nie może lub nie chce spożywać alkoholu. Efektem naszych działań jest wzrost ilości sprzedanego przez nas piwa bezalkoholowego o 5,5% rok do roku. Miniony okres to także szósta już edycja naszego programu społeczno-edukacyjnego „Trzeźwo Myśle”, z którego przekazem, w szczególności zasadą „nigdy nie jeźdź po alkoholu”, dotarliśmy do ponad 6 mln odbiorców.



Izabela Głodek,
Wiceprezesa ds. marketingu Carlsberg Polska Sp. z o.o.

CARLSBERG POLSKA

GRI 2-1, 2-6

Jesteśmy jednym z trzech największych graczy na polskim rynku piwowarskim. W browarach o wieloletniej tradycji warzymy piwa najwyższej jakości. Stanowimy część duńskiej Grupy Carlsberg, jednego z globalnych liderów branży.

To my wprowadziliśmy na polski rynek m.in. pierwsze piwo w puszcze oraz markę Karmi, która zainicjowała rozwój segmentu piw bezalkoholowych.

Nasze browary



TOGETHER TOWARDS ZERO & BEYOND

Realizujemy misję wspólną dla całej Grupy Carlsberg, która brzmi Warzymy dla lepszego dziś i jutra. Kierunki rozwoju Grupy oraz jej najważniejsze ambicje określa strategia biznesowa SAIL'27, ogłoszona w 2022 r. Jej integralną częścią jest program zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO and Beyond, spójny z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ i wyznaczający nam cele do 2040. Więcej na temat programu Together Towards ZERO and Beyond przeczytasz na str. 8-9.

Carlsberg Polska w 2022 r.

19,2%

udziału w wolumenie sprzedaży piwa w Polsce



26,05%

udziału w wolumenie sprzedaży piwa bezalkoholowego w Polsce



1 319

pracowników



44 kraje

importujące nasze piwa



8 335

aktywnych dostawców zakupowych i niezakupowych



Nasze marki

Nowości 2022

1664 BLANC



Carlsberg

Seth & Riley's
GARAGE



Carlsberg jest polskim
dystrybutorem piwa
Guinness



HARNAŚ
JASNE PEŁNE

karmi



KSIĄŻ
KSIĄŻĘCY SPECJAŁ

18 45
OKOCIM

Piast
WROCŁAWSKI

SOMERSBY

SZCZECIŃSKI
BOSMAN

Żatecky

NASZ WKŁAD W GOSPODARKE

GRI 2-7, 3-3, 203-2

Skala naszej działalności sprawia, że istotnie przyczyniamy się do rozwoju polskiej gospodarki. Wpływamy na niego przede wszystkim:

- **kupując surowce, materiały, energię i usługi** niezbędne do procesów produkcyjnych i funkcjonowania operacyjnego,
- **zatrudniając pracowników** różnych specjalizacji,
- **płacąc podatki** do budżetu państwa i budżetów lokalnych,
- **napędzając handel, gastronomię i turystykę**.

Szczególnie istotny jest nasz wpływ na rynek zatrudnienia, daleko wykraczający poza działalność samych browarów. Wiele miejsc pracy w innych branżach jest utrzymywanych bezpośrednio lub pośrednio dzięki naszej działalności.

Tworzymy miejsca pracy w branżach powiązanych:



POLSKA PIWNĄ POTĘGĄ

Zgodnie z danymi branżowej organizacji The Brewers of Europe, w 2021 r. Polska zajmowała w Europie:

- 3. miejsce** pod względem wolumenu wyprodukowanego piwa
- 4. miejsce** pod względem spożycia piwa
- 3. miejsce** pod względem spożycia piwa per capita
- 6. miejsce** pod względem wielkości eksportu piwa
- 2. miejsce** pod względem wielkości zatrudnienia w sektorze

METODYKA KALKULACJI

Szacunki dotyczące łącznej liczby miejsc pracy, które pośrednio wspieramy w całym łańcuchu wartości, zostały obliczone dla Grupy Carlsberg i Carlsberg Polska przez firmę konsultingową Europe Economics przy użyciu sprawdzonej metodyki.

Wykorzystano m.in. dane dotyczące:



- **zatrudnienia** (liczba osób na każdym rynku);



- **podatków na każdym z rynków** (akcyza, VAT, podatki dochodowe od osób prawnych, środowiskowe, od dochodów pracowniczych, składki na ubezpieczenie społeczne i inne podatki, w walucie krajowej);



- **produkcji, eksportu i importu** (w hektolitrach);



- **wartości zakupów surowców, produktów i usług.**

Dane zostały uzupełnione wskaźnikami produktywności pochodzącymi z krajowych urzędów statystycznych.

ZNACZENIE EKONOMICZNE POLSKIEJ BRANŻY PIWOWARSKIEJ

Polski przemysł piwowarski jest ważną częścią gospodarki narodowej. Całkowita wartość dodana, jaką generuje, wynosi **18,6 mld zł**. W 2020 r. dzięki producentom piwa utrzymywanych było łącznie **114,6 tys. miejsc pracy**, a sumaryczna wartość podatków i składek zapłaconych w związku z produkcją i sprzedażą piwa wyniosła **11,2 mld zł**. Podmioty z branży piwowarskiej kupiły materiały i usługi o wartości prawie **4 mld zł**, a 90% z tej kwoty trafiło do polskich dostawców.

Źródło danych: Deloitte

GRUPA CARLSBERG

GRI 2-6

Firma Carlsberg, założona w 1847 r. w Kopenhadze, jest jednym z największych międzynarodowych przedsiębiorstw piwowarskich. Zatrudnia ponad 31 tys. osób w 96 zakładach w 31 krajach Europy Zachodniej, Europy Środkowo-Wschodniej i Azji. W 2022 r. Grupa Carlsberg sprzedała na całym świecie ponad 140 mln hl piw i napojów.

Koncern nie tylko dostarcza produkty cenione przez konsumentów, ale także wspiera zrównoważony rozwój poszczególnych gospodarek. Co więcej, jego największy udziałowiec, Fundacja Carlsberg, wykorzystuje generowane zyski dla budowania korzyści społecznych. W 2022 r. fundacja otrzymała równowartość 134 mln euro w ramach dywidend na działania statutowe, czyli wsparcie badań naukowych, sztuki, kultury i rozwoju społeczeństwa obywatelskiego.



Fundacja Carlsberg została powołana przez założyciela firmy, J.C. Jacobsena, w 1876 r., co czyni ją jedną z najstarszych fundacji korporacyjnych na świecie. Posiada prawie 30% udziałów w spółce dominującej Grupy Carlsberg, Carlsberg A/S, dających jej 76% głosów na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy. Dywidendy wypłacane fundacji są przez nią przeznaczane na cele pożytku publicznego.

Założyciele firmy Carlsberg powołali jeden z pierwszych w Danii funduszy emerytalnych dla pracowników i wprowadzili ośmiogodzinny dzień pracy.

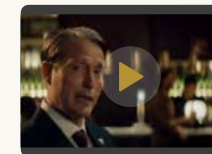
W 2022 r. świętowaliśmy 175. urodziny firmy i marki Carlsberg. To dobra okazja, by przypomnieć, że w laboratorium badawczym przedsiębiorstwa:

- opracowano metodę pozyskiwania czystych kultur drożdży *Saccharomyces carlsbergensis*, umożliwiających warzenie piwa o wysokiej i powtarzalnej jakości (1883),

- stworzono koncepcję skali pH (1909),
- uzyskano enzymy działające w niskich temperaturach, które można wykorzystywać m.in. do produkcji neutralnego pod względem emisji CO₂ bioetanolu (2017).

Naukowcy Carlsberga mieli udział w odkodowaniu genomu jęczmienia (2017). Ponadto, wybitny duński naukowiec i były

wieloletni pracownik Carlsberg Research Laboratory, prof. Morten Meldal, został w 2022 r. laureatem Nagrody Nobla w dziedzinie chemii.



Pozyskiwanie surowców:

Pozyskujemy surowce najwyższej jakości. Nasi dostawcy to nie tylko rolnicy i dostawcy surowców do produkcji piwa, lecz także dostawcy mediów, opakowań i usług.

Warzenie i produkcja:

Warzymy i produkujemy piwo na całym świecie. Działamy na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym.

Dystrybucja:

Dystrybucja odbywa się za pomocą kanałów bezpośrednich i pośrednich. Dążymy do minimalizacji emisji w łańcuchu wartości.

Klienci:

Baza klientów jest bardzo szeroka: od dystrybutorów, przez sklepy typu Cash and Carry, sklepy handlu tradycyjnego i nowoczesnego, aż po branżę HoReCa.

Konsumenty:

Dostarczamy piwa na każdą okazję i każdy gust. Systematycznie zwiększamy dostępność piw beزالkoholowych.



WARTOŚĆ DLA SPOŁECZEŃSTWA

31 tys.

pracowników w 31 krajach

938 tys.

dodatkowych miejsc pracy stworzonych w ramach łańcucha wartości

5 mld euro

kontrybucji podatkowej

13 mld euro

całkowitej wytworzonej wartości ekonomicznej

NASZA STRATEGIA

SAIL'27 zbudowana jest na mocnych stronach dotychczasowej strategii biznesowej. Zakłada jednocześnie przyspieszenie rozwoju w dynamicznie rosnących segmentach i obszarach geograficznych, nowe cele środowiskowe i w sferze odpowiedzialności społecznej, jak również dostosowanie działań firmy do zmieniających się ogólnoswiatowych trendów konsumenckich, klienckich, społeczno-gospodarczych, regulacyjnych, geopolitycznych, a także do naszych zwiększonych ambicji. SAIL'27 określa 15 priorytetów, na których Grupa Carlsberg będzie skupiać swoje działania poczynając od 2023 r. Priorytety pogrupowano w 5 obszarów strategicznych.

NASZE PORTFOLIO PRODUKTÓW

Branża piwna nadal oferuje atrakcyjne możliwości długoterminowego wzrostu wolumenowego i wartościowego, choć z różną dynamiką w poszczególnych

segmentach piw i na różnych rynkach. Portfolio produktów Grupy Carlsberg jest ukierunkowane na te możliwości wzrostu. Ponadto, rozpatrywane są inne, atrakcyjne możliwości wzrostu w wybranych kategoriach poza piwem.

NASZE PRIORYTETY W REGIONACH

Grupa Carlsberg jest obecna na 22 rynkach Europy Zachodniej, Azji i Europy Środkowo-Wschodniej, na których jest w gronie liderów. Chociaż dynamika rynków w tych trzech regionach jest różna, wszystkie one oferują atrakcyjne możliwości długoterminowego wzrostu przychodów i zysków.

NASZE DZIAŁANIE NA RYNKU

Doskonałość w realizacji na poziomie sklepów pozostaje kluczowym priorytetem strategii SAIL'27. Grupa Carlsberg będzie wspierać swoje portfolio i priorytetowe rynki geograficzne, zwiększając i udoskonalając umiejętności egzekucji sprzedaży w rynku.

KULTURA ZWYCIĘŻANIA

Aby zrealizować ambicje Grupy Carlsberg bycia najbardziej skuteczną, profesjonalną i atrakcyjną firmą piwowarską na rynkach, na których działa, kluczowa jest jej kultura organizacyjna. Zorientowana na osiągnięcie sukcesu, koncentruje się na ludziach, odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu i wkładzie w życie lokalnych społeczności.

FINANSOWANIE (FUNDING THE JOURNEY)

Nasz program „Funding the Journey” pozwala na uwalnianie środków w ramach organizacji i przeznaczanie ich na inwestycje w marki, w wybrane rynki oraz na realizację programu Together Towards ZERO and Beyond, przy jednoczesnym równoważeniu presji inflacyjnej.

ZWIĘKSZAMY AMBICJE

Program Together Towards Zero, realizowany w latach 2017-2022, umożliwił Grupie Carlsberg poczynienie znaczących postępów w czterech przyjętych obszarach kluczowych, które stanowiły ZERO śladu węglowego, ZERO marnowania wody, ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu i ZERO wypadków. Osiągnęliśmy większość naszych celów na rok 2022, a pozostałe zostały podtrzymane lub zaktualizowane, abyśmy w nadchodzących latach mogli wywierać jeszcze bardziej znaczące pozytywne wpływy.

Teraz idziemy dalej, z udoskonalonym i rozbudowanym programem celów i ambicji opracowanych dla zapewnienia przełomowych zmian i pozytywnego wpływu na naszą firmę, społeczeństwo oraz planetę.

Together Towards Zero and Beyond zwiększa nasze ambicje, w tym w odniesieniu do celów na 2030 r., wyznacza długoterminowe zobowiązania na 2040 r. oraz poszerza listę naszych priorytetów o kolejne z istotnych dla nas tematów ESG.

Aby skutecznie realizować TTTZAB i osiągać przewidziane w programie



cele powołaliśmy Komitet Sterujący, w skład którego wchodzi liderzy i eksperci z całej naszej organizacji, jak również poszerzyliśmy skład Rady Doradczej Grupy Carlsberg ds. Zrównoważonego Rozwoju (Carlsberg Sustainability Advisory Board, CSAB) o dwóch członków naszej Rady Nadzorczej, którzy dotychczas do niezależnych ekspertów. Ponadto na różnych stanowiskach w naszym przedsiębiorstwie, w tym na stanowiskach kierowniczych wyższego szczebla i w Zarządzie, wynagrodzenie jest powiązane z osiąganymi wynikami dotychczasowymi celów TTZAB.

TTZAB odzwierciedla nasze podejście do globalnych wyzwań. Nadal będziemy podejmować wysiłki, by osiągnąć ZERO śladu węglowego, ZERO marnowania wody, ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu oraz ZERO wypadków. Dodatkowo, będziemy dążyć do nowych celów

i podejmować nowe inicjatywy, aby osiągnąć ZERO śladu rolniczego oraz ZERO odpadów opakowaniowych.

Wyznaczenie pięciu dodatkowych obszarów naszego zainteresowania nadaje bardziej strategiczny charakter nieustannym wysiłkom Grupy Carlsberg na rzecz promowania różnorodności, równości i włączenia (DE&I), przestrzegania etyki w praktyce biznesowej, odpowiedzialnego pozyskiwania surowców, poszanowania praw człowieka oraz angażowania się w życie społeczności lokalnych. Aby przyspieszyć nasze postępy w obszarze DE&I, postawiliśmy przed sobą cele krótkoterminowe, aby zwiększyć reprezentację kobiet na wyższych stanowiskach kierowniczych w Grupie Carlsberg do 30% do 2024 r., do 35% do 2027 r. i do minimum 40% długoterminowo.

Zobacz film o naszym programie ESG:



z jeszcze bardziej ambitnymi celami dla obszarów wysokiego ryzyka

GRI 2-23

Misja

Warzymy dla lepszego dziś i jutra

Priorytety strategii SAIL'27

Nasze portfolio produktów

Nasze priorytety w regionach

Nasze działania na rynku

Kultura zwyciężania

Finansowanie

Tworzenie wartości dla wszystkich naszych interesariuszy

Program ESG

Together Towards ZERO and Beyond

Obszar ESG	Cele
ZERO śladu węglowego	2040 > ZERO emisji dwutlenku węgla netto w łańcuchu wartości 2030 > ZERO emisji dwutlenku węgla w naszych browarach > Redukcja emisji dwutlenku węgla w łańcuchu wartości o 30% > Cała energia elektryczna ze źródeł odnawialnych pochodzi z nowych aktywów wytwórczych (np. dzięki mechanizmowi PPA)
ZERO śladu rolniczego	2040 > 100% wykorzystywanych przez nas surowców pochodzi z rolnictwa regeneratywnego i jest pozyskiwanych w sposób zrównoważony 2030 > 30% wykorzystywanych przez nas surowców pochodzi z rolnictwa regeneratywnego i jest pozyskiwanych w sposób zrównoważony
ZERO odpadów opakowaniowych	2030 > 100% naszych opakowań nadaje się do recyklingu, wielokrotnego użytku lub jest z materiałów odnawialnych > 90% butelek i puszek jest po użyciu zbieranych i poddawanych recyklingowi > Zmniejszenie o 50% wykorzystania tworzyw sztucznych wyprodukowanych z pierwotnych paliw kopalnych > 50% zawartości materiałów pochodzących z recyklingu w naszych butelkach i puszkach
ZERO marnowania wody	2030 > Efektywność zużycia wody na poziomie 2,0 hl/hl piwa średnio globalnie oraz utrzymanie celu 1,7 hl/hl piwa w browarach na obszarach o wysokim ryzyku niedoboru tego surowca > 100% kompensacji zużycia wody przez browary na obszarach wysokiego ryzyka
ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu	2030 > 100% opakowań i komunikacji marek z wykorzystaniem komunikatów poświęconych odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu > 100% naszych rynków z partnerstwami wspierającymi odpowiedzialną konsumpcję > 100% dostępności napojów bezalkoholowych > 35% naszego globalnego portfolio stanowią napoje nisko- i bezalkoholowe
ZERO wypadków	2030 > ZERO wypadków kończących się zwolnieniem lekarskim
Różnorodność, równość i włączenie	W tych obszarach koncentrujemy się na wprowadzaniu w życie i ciągłym ulepszaniu polityk, partnerstw i innych inicjatyw, które dotyczą dodatkowych tematów ESG, mających istotny wpływ na naszych pracowników i działalność, a także na nasz łańcuch wartości i otoczenie społeczne.
Postępowanie zgodnie z kompasem wartości	Chociaż mamy ugruntowaną ambicję i ciągle działamy na rzecz różnorodności, równości i włączenia (DE&I), w 2022 r. wprowadziliśmy dodatkowe, mierzalne cele krótkoterminowe: 30% kobiet na wyższych stanowiskach kierowniczych do 2024 r., 35% do 2027 r. i minimum 40% na dłuższą metę.
Poszanowanie praw człowieka	Nieustannie dążymy do tego, aby postępować zgodnie z kompasem wartości i utrzymywać kulturę wysokiej uczciwości poprzez solidny program compliance, a od dawna mamy ambicję także w zakresie: odpowiedzialnego pozyskiwania surowców, przestrzegania praw człowieka w całym łańcuchu wartości oraz odpowiedzialnego angażowania się w życie społeczności lokalnych.
Odpowiedzialne zakupy	
Aktywne uczestnictwo w życiu społeczności lokalnych	

ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM

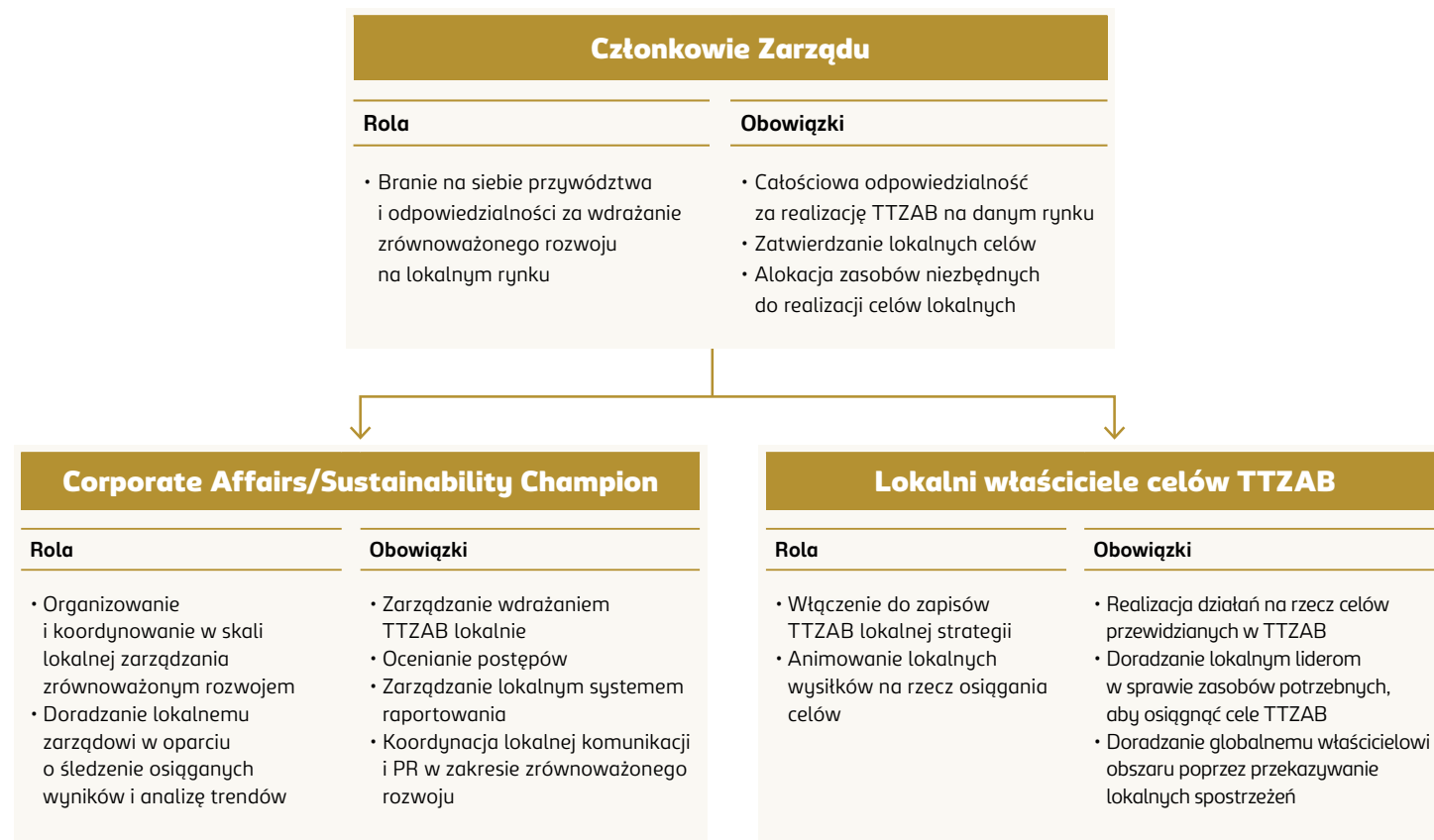
GRI 2-12, 2-13, 2-14, 2-18

Za realizację przez Carlsberg Polska programu Together Towards ZERO and Beyond odpowiada bezpośrednio Zarząd. Delegowanie odpowiedzialności w zakresie zarządzania zrównoważonym rozwojem jest bezpośrednio powiązane z obowiązującym podziałem kompetencji oraz z systemem zarządzania i raportowania ENABLON. Zespół osób raportujących, tzw. contributors, wprowadza dane ze sfery środowiskowej, społecznej i ekonomicznej, a następnie wybrani przedstawiciele wyższego kierownictwa oraz członkowie Zarządu, w ramach swoich obszarów kompetencji, walidują je i nadzorują odpowiednie procesy.

Za koordynację działań związanych z realizacją TTZAB odpowiada Kierowniczka ds. zrównoważonego rozwoju, do której obowiązków należy także m.in. zarządzanie systemem raportowania ESG, monitorowanie i analiza wyników w tej sferze oraz komunikacja w zakresie zrównoważonego rozwoju. Osoba ta raportuje do Dyrektorki ds. korporacyjnych i ESG, a także jest tzw. sustainability championem na Polskę, czyli głównym punktem kontaktu dla Grupy Carlsberg w tym zakresie. Od 1 lipca 2021 r. wspomnianą rolę pełni Teresa Aldea.

Grupowy model zarządzania TTZAB

GRI 2-9, 2-13



Członkowie Zarządu odpowiedzialni za TTZAB



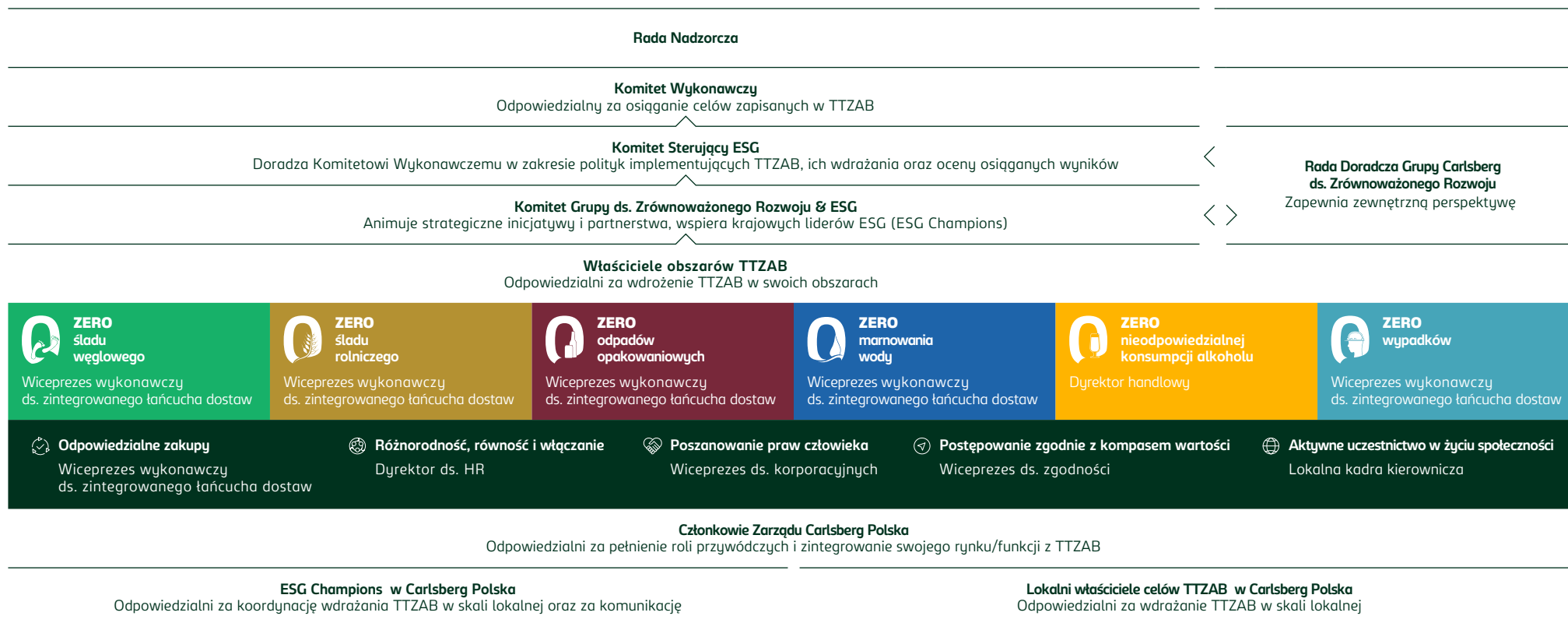
Marek Krzysztoporski



Izabela Głodek



Zarządzanie zrównoważonym rozwojem na poziomie Grupy Carlsberg



GRI 2-18

Rada Nadzorcza na bieżąco kontroluje i ocenia pracę Zarządu, również w zakresie zarządzania ekonomicznym, środowiskowym i społecznym wpływem firmy. Ważnym elementem oceny jest osiągnięcie założonych poziomów kluczowych wskaźników efektywności w sferze zrównoważonego rozwoju,

zapisanych w TTZAB. Aktualne poziomy wskaźników są omawiane na comiesięcznych posiedzeniach Zarządu, dzięki czemu w razie potrzeby możliwe są niezbędne działania korygujące.

GRI 2-17

Tematy z zakresu zrównoważonego rozwoju są stałym elementem spotkań Zarządu i szerszej kadry

zarządzającej, reprezentującej wszystkie lokalizacje i funkcje. Członkowie Zarządu regularnie uczestniczą w prezentacjach poświęconych różnorodnym tematom z tej sfery. W 2022 r. szczególną rolę odegrały spotkania i wykłady związane z programem TTZAB, w tym z nowymi zobowiązaniami firmy, m.in. w dziedzinie wspierania rozwoju zrównoważonego rolnictwa.

Realizację celów z zakresu zrównoważonego rozwoju umożliwiają nam m.in.:

- wdrażanie systemów raportowania i odpowiedzialności,
- regularna weryfikacja naszego wpływu na otoczenie oraz analiza ryzyk,
- badanie potrzeb i oczekiwań interesariuszy.

GRI 2-23, 2-24

Zobowiązania dotyczące odpowiedzialnego prowadzenia biznesu są zawarte we wszystkich kluczowych politykach Grupy Carlsberg. Każdy nowo zatrudniony pracownik jest zapoznawany

z tymi dokumentami, a ponadto w zależności od obejmowanego stanowiska przechodzi dodatkowe szkolenia. Cała kadra ma możliwość uczestnictwa w szkoleniach i webinarach związanych z TTZAB, organizowanych przez Kierowniczkę ds. zrównoważonego rozwoju.



W ramach partnerstwa w Kampanii 17 Celów, mobilizującej biznes do podejmowania działań na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju, Carlsberg Polska jest aktywnie zaangażowany w inicjatywy edukacyjne, m.in. adresowane do pracowników. W grudniu 2022 r. zorganizowaliśmy dla nich spotkanie pt. „Biznes i Agenda 2030: *SDG washing* czy dobre wykorzystanie trendów?”, poprowadzone przez Małgorzatę Gresztę z CSR Consulting.

O efektach naszych wysiłków na rzecz zrównoważonego rozwoju najlepiej świadczą nagrody przyznawane nam przez niezależne gremia, na czele z prestiżowym Srebrnym Listkiem CSR POLITYKI, który w 2022 r. otrzymaliśmy po raz czwarty z rzędu. Stanowi on potwierdzenie, że nasza działalność spełnia międzynarodowe standardy i opiera się o najlepsze globalne i lokalne praktyki zarządcze. Dodatkowo w formie osobnych wyróżnień jury doceniło nasze wyniki w zakresie redukcji śladu węglowego w łańcuchu wartości oraz kompleksową pomoc dla pracowników Carlsberg Ukraina i ich rodzin. To wszystko zasługa naszych pracowników, dzięki którym jesteśmy w stanie prowadzić i rozwijać naszą firmę w sposób odpowiedzialny, w oparciu o wartości Grupy Carlsberg.



Agata Koppa,
Dyrektorka
ds. korporacyjnych
i ESG





ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO

Z okazji 700. rocznicy założenia miasta Sierpc przy Browarze Kasztelan powstały dwa wielkoformatowe murale o właściwościach antysmogowych, tj. namalowane farbami oczyszczającymi powietrze poprzez redukcję znajdujących się w nim tlenków azotu.





PERSPEKTYWA GRUPY CARLSBERG

GRI 3-3

Potrzeba przeciwdziałania kryzysowi klimatycznemu nigdy nie była większa, dlatego zwiększamy nasze ambicje w ramach celu ZERO śladu węglowego.

Apel Sekretarza Generalnego ONZ, by zamienić zobowiązania w konkretne działania nabrał jeszcze większego znaczenia w kontekście najnowszego raportu Międzyrządowego Zespołu ds. Zmian Klimatu, a dowodów na jego słusność dostarczyły susze, powodzie i inne ekstremalne zjawiska pogodowe, powszechne na całej planecie w 2022 r.

W okresie poprzedzającym konferencję klimatyczną COP27 Cees 't Hart, CEO Grupy Carlsberg razem z innymi członkami Sojuszu Liderów Klimatycznych wśród CEO (Alliance of CEO Climate Leaders) wezwał rządy i firmy do ambitnej postawy i realizacji ich zobowiązań klimatycznych.

Grupa Carlsberg była pierwszym producentem piwa – i jedną z trzech pierwszych firm na świecie – którego cele w zakresie redukcji emisji gazów cieplarnianych zostały zweryfikowane przez inicjatywę Science Based Targets (SBTi) jako pozwalające ograniczyć wzrost średnich globalnych temperatur do 1,5°C. Od 2015 r. ograniczyliśmy emisje z naszych browarów już o 57% i będziemy kontynuować

wdrażanie pionierskich niskoemisyjnych technik i technologii warzenia piwa, aby do 2030 r. ślad węglowy naszych zakładów produkcyjnych zaczął wynosić ZERO.

Mamy też jeszcze bardziej dalekosiężny cel, jakim jest osiągnięcie do 2040 r. zerowej emisji netto w całym łańcuchu wartości. Innowacje, współpraca i rzecznictwo będą stanowić podstawy naszych postępów – w tym zachęcanie kluczowych dostawców do pójścia w nasze ślady i wyznaczanie sobie celów opartych o naukę. W ścisłej współpracy z partnerami badamy sposoby ograniczania emisji z produkcji składników i opakowań oraz z transportu i chłodzenia naszego piwa.



CO DLA NAS OZNACZA ZERO ŚŁADU WĘGLOWEGO?

EMISJE Z BROWARÓW

Do 2030 r. zamierzamy wyeliminować emisje gazów cieplarnianych związane z procesem warzenia, aby osiągnąć ZERO (bezwzględne) ton ekwiwalentu CO₂ emisji ze wszystkich naszych browarów na świecie. Wspomniany cel obejmuje emisje w Zakresie 1 (bezpośrednie) i Zakresie 2 (pośrednie, np. związane z wytwarzaniem kupowanej przez nas energii elektrycznej). Emisje związane z naszą wewnętrzną logistyką oraz z procesami dystrybucyjnymi zostały uwzględnione w naszym celu dotyczącym emisji w łańcuchu wartości.

EMISJE W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

Do 2040 r. zamierzamy osiągnąć ZERO emisji dwutlenku węgla netto w naszym łańcuchu wartości. Droga do tego celu będzie odbywać się zgodnie z wytycznymi inicjatywy Science Based Targets (SBTi), z naciskiem na redukcję emisji, a nie ich kompensację poprzez offsetowanie. Celem pośrednim jest zmniejszenie do 2030 r. emisji w naszym łańcuchu wartości, w przeliczeniu na każdy wyprodukowany hektolitr piwa i napojów, o 30% w stosunku do poziomu bazowego z 2015 r. Cele w łańcuchu wartości na 2030 i 2040 r. obejmują emisje ekwiwalentu

CO₂ w zakresach 1, 2 i 3 z: upraw i przetwarzania surowców; warzenia, pakowania, transportu, dystrybucji i chłodzenia naszych produktów, a także z postępowania z zużytymi opakowaniami. Postępy będziemy mierzyć poprzez analizę emisji w naszym łańcuchu wartości – wcześniej określanych jako emisje typu *beer-in-hand* – która będzie przeprowadzana corocznie od 2023 r.

ENERGIA ELEKTRYCZNA ZE ŹRÓDEŁ ODNAWIALNYCH

Niemal 100% energii zużywanej przez nasze browary jest już obecnie pozyskiwane ze źródeł odnawialnych i obecnie kroczymy dalej, dążąc do tego, aby do 2030 r. cała konsumowana przez nas energia elektryczna pochodziła z nowych aktywów. Nowe aktywa definiujemy jako źródła, które zwiększają łączne moce wytwórcze energetyki odnawialnej. Osiągniemy to poprzez montowanie w naszych browarach, w miarę możliwości, instalacji produkujących energię ze źródeł odnawialnych, a także dzięki zawieraniu umów zakupu energii (*power purchase agreements*, PPA) w celu pozyskiwania energii z nowych źródeł wytwórczych poza terenami naszych zakładów.

JAK ZIELONA JEST ZIELONA ENERGIA ELEKTRYCZNA?

Przejęcie na energię ze źródeł odnawialnych ma kluczowe znaczenie dla realizacji naszej ambicji ZERO śladu węglowego i już przyczyniło się do znacznej redukcji emisji z naszych browarów.

Do tej pory większość energii ze źródeł odnawialnych pozyskiwaliśmy poprzez zakup stosownych certyfikatów. Stanowią one potwierdzenie, że każdej MWh zużytej przez nas energii odpowiada taka sama jej ilość dostarczona do sieci elektroenergetycznej z certyfikowanych źródeł odnawialnych, zgodnie z uznanymi standardami ustanowionymi przez RE100.

W ramach naszego nowego programu, Together Towards ZERO and Beyond, chcemy iść dalej. Chcemy zwiększyć ogólną ilość dostępnej energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych, pozyskując więcej energii ze źródeł odnawialnych w ramach umów zakupu energii (*power purchase agreements*, PPA).

PPA to długoterminowe umowy, które umożliwiają inwestowanie w nowe aktywa wytwórcze dzięki gwarancji istnienia nabywcy dla wyprodukowanej energii. PPA realizowane na terenie naszych browarów są jedną z opcji, ale nawet gdyby panele słoneczne zostały zainstalowane na całej dostępnej powierzchni dachów, nie wytworzyłyby wystarczającej ilości energii elektrycznej, aby całkowicie zasilić browar. PPA realizowane poza browarami umożliwiają nam pozyskanie brakujących ilości energii poprzez wspieranie inwestycji w nowe aktywa wytwórcze w innych miejscach.

W 2022 r. podpisaliśmy znaczącą PPA tego drugiego rodzaju i badamy dalsze możliwości. Niestety obecna niestabilność rynku energii i niepewność regulacyjna sprawiają, że zawieranie umów długoterminowych stało się większym wyzwaniem.



WYNIKI CARLSBERG POLSKA W 2022 R.

GRI 305-4

Dążymy do tego, by do 2030 r. o 30% ograniczyć ślad węglowy naszego łańcucha wartości (tzw. ślad *beer-in-hand*), a więc sumę emisji w Zakresie 1, 2 oraz 3. Zerową emisję dwutlenku węgla netto zamierzamy

osiągnąć najpóźniej w 2040 r. Osiągnięcie tego wsparł działaniem w dwóch nowych obszarach naszego programu ESG: ZERO śladu rolniczego i ZERO odpadów opakowaniowych.

Wzrostowi wolumenu produkcji o 2% towarzyszył w 2022 r.:

- spadek łącznej emisji CO₂ o 3,7% do poziomu 20 458 660 kg,
- spadek łącznego zużycia energii cieplnej o 3,7% do poziomu 105 031 MWh,
- wzrost łącznego zużycia energii elektrycznej o 5,7% do poziomu 46 652 MWh.

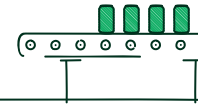
Obserwowany w ostatnim czasie wzrost kosztów energii był dla nas dodatkowym bodźcem do rozwoju inicjatyw pozwalających minimalizować jej zużycie. Jednak oszczędności finansowe nigdy nie są dla nas jedyną motywacją. Nie zapominamy, że warzymy dla lepszego dziś i jutra, dlatego do efektywności energetycznej dążymy także dlatego, by jak najszybciej osiągnąć cel ZERO śladu węglowego.



Jolanta Gieniec-Biegańska,
Wiceprezeska ds. finansów

17%

ograniczenie emisji CO₂ w przeliczeniu na hl gotowego produktu od 2015 r.



10%

spadek emisji CO₂ w przeliczeniu na hl piwa w Browarze Bosman (2021 vs 2022)



100%

energii elektrycznej wykorzystywanej w naszych browarach pochodzi ze źródeł odnawialnych



90%

sprzedanych butelek zwrotnych wróciło do naszych browarów



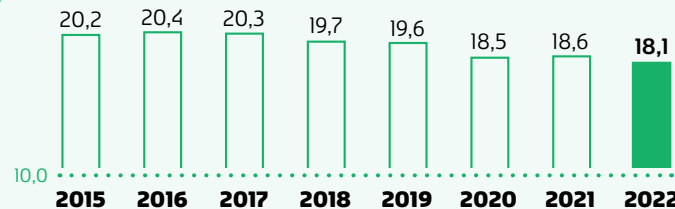
100%

naszyc nowych lodówek spełnia wysokie standardy środowiskowe

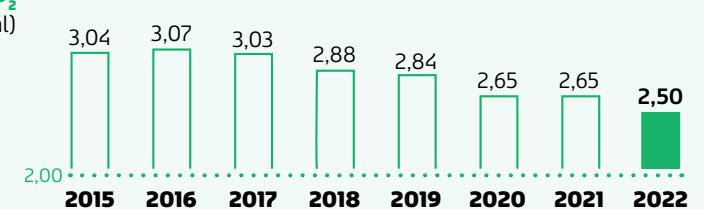


Intensywność zużycia energii oraz emisji CO₂ w browarach Carlsberg Polska

Energia
(kWh/hl)



CO₂
(kg CO₂/hl)



ZAKRES 1

bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych w browarach. Ich źródła to spalanie paliw w urządzeniach i pojazdach należących do firmy, prowadzone przez nią procesy przemysłowe, wyciek gazów z jej systemów chłodniczych itd.

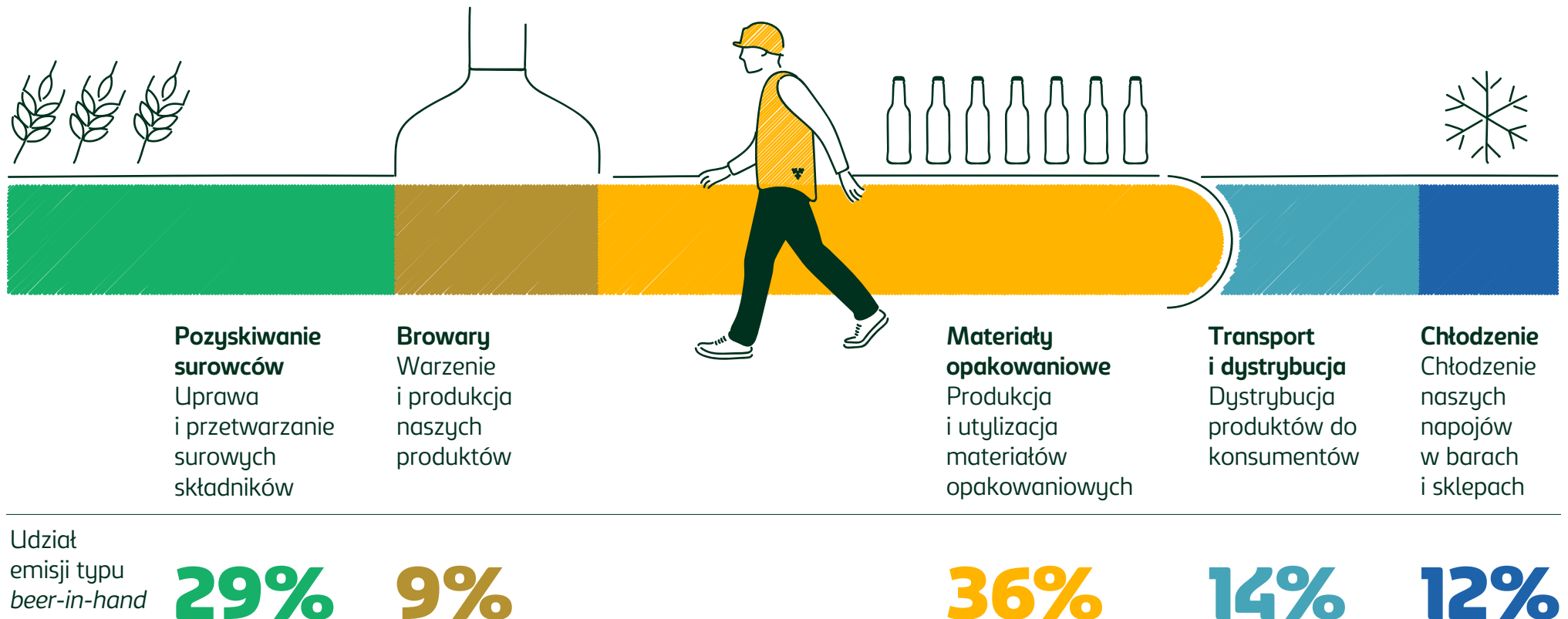
ZAKRES 2

pośrednie energetyczne emisje gazów cieplarnianych. Towarzystwem produkcji energii elektrycznej, ciepła, pary i chłodu, które firma kupuje od zewnętrznych dostawców i wykorzystuje w browarach.

ZAKRES 3

pozostałe pośrednie emisje gazów cieplarnianych w łańcuchu wartości. Dotyczą źródeł, na które firma może wpływać, ale których nie kontroluje, czyli np. emisje z pozyskiwania surowców i opakowań, dystrybucji produktów oraz chłodzenia.

Udział emisji gazów cieplarnianych w Carlsberg Polska na każdym etapie cyklu życia naszych produktów



OGRANICZANIE ZUŻYCIA ENERGII

GRI 3-3 , 302-4

Na potrzeby naszych zakładów kupujemy wyłącznie energię elektryczną posiadającą gwarancję pochodzenia ze źródeł odnawialnych, co oznacza, że jej ślad węglowy jest zerowy. W związku z tym koncentrujemy wysiłki na zmniejszaniu zużycia energii cieplnej, niezbędnej do procesów technologicznych.

Rozwijamy także samodzielną produkcję zeroemisyjnej energii, pozyskiwanej z biogazu z zakładowej oczyszczalni ścieków w Brzesku (więcej na ten temat na str. 32).

Równolegle kontynuujemy nasze wysiłki na rzecz minimalizacji zużycia energii

elektrycznej, w myśl zasady, że minimalizacja energochłonności procesów jest celem nadrzędnym, niezależnym od poziomu emisji związanego z aktualnie kupowaną energią.



BROWAR OKOCIM

W Brzesku w 2022 r. uzyskaliśmy najlepszy wskaźnik zużycia ciepła na hl wyprodukowanego piwa w historii browaru – wyniósł on 13,65 kWh/hl.

WE WSPOMNIANYM ROKU ZREALIZOWALIŚMY NASTĘPUJĄCE PROJEKTY ZMNIEJSZAJĄCE ZUŻYCIE ENERGII CIEPLNEJ:

- odzysk ciepła z rozprężania kondensatu pary na warzelni oraz z oparów odgazowywacza na kotłowni – oszczędność 1000 MWh rocznie,
- wymiana izolacji termicznej armatury parowej – oszczędność 240 MWh rocznie,
- optymalizacja parametrów pracy pasteryzatora puszek P2 – oszczędność 430 MWh rocznie,
- wprowadzenie okresowej kontroli odwadniaczy instalacji parowej, co miało wpływ na zmniejszenie strat ciepła,
- analiza parametrów kondensatu powracającego do kotłowni,

co umożliwiło zmniejszenie strat ciepła na kotłowni na odsalanie i odmulanie,

- ciągła kontrola instalacji parowej i kondensatu pod kątem wycieków, dzięki czemu zwiększono wskaźnik powrotu kondensatu do kotłowni.

Ponadto kontynuowaliśmy samodzielną produkcję energii cieplnej w zakładowej oczyszczalni – pozyskiwaliśmy ją z biogazu (zob. także sekcję *Oczyszczalnia ścieków w Brzesku na drodze do samowystarczalności* na str. 32). W celu minimalizacji zużycia energii elektrycznej w 2022 r. kontynuowaliśmy wymianę oświetlenia na liniach pakujących B4, P1, P2 – z metalohalogenkowego i świetłkowego na nowoczesne oświetlenie LED. Oszczędności energii z tego tytułu szacujemy na 295 MWh rocznie.

W 2023 R. PLANUJEMY:

- rozpocząć odzysk ciepła ze spalin komina na kotłowni, co pozwoli zaoszczędzić kolejne 1000 MWh energii cieplnej rocznie,

- rozpocząć odzysk ciepła z odgazowywacza na kotłowni,
- kontynuować wymianę izolacji cieplochronnej na instalacji pary i kondensatu,
- zamontować izolację zimnochronną na armaturze instalacji chłodzenia,
- poprawić efektywność działania instalacji chłodzenia na syropiarni poprzez wymianę skraplacza amoniakalnego i zmianę sposobu sterowania,
- zmniejszyć zużycie energii elektrycznej poprzez rozpoczęcie analizy szczelności instalacji sprężonego powietrza w całym browarze,
- kontynuować wymianę oświetlenia na LED w działach produkcyjnych,
- zoptymalizować zużycie energii elektrycznej dzięki ciągłemu monitoringowi jej konsumpcji w działach produkcyjnych.

Będziemy także rozwijać produkcję energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych – paneli fotowoltaicznych, umieszczonych m.in. na dachu magazynu KEG oraz na gruncie, oraz ze spalania biogazu.

Podczas gdy nasi piwowarzy dbają o wierność okocimskiej tradycji, a więc o utrzymanie znakomitego smaku i nienagannej jakości produktów browaru w Brzesku, zadaniem inżynierów jest wprowadzanie go w przyszłość. Jednym z obszarów, w których każdego roku wprowadzamy kolejne nowoczesne rozwiązania techniczne, jest ograniczanie zużycia energii oraz jej generowanie ze źródeł odnawialnych.



Marcin Stoch,
Inżynier ds. instalacji energetycznych



BROWAR KASZTELAN

W ZAKŁADZIE W SIERPCU W 2022 R. MIAŁY MIEJSCE:

- wprowadzenie odzysku ciepła z młóta (patrz dalej),
- modernizacja instalacji cieplnej kondensatu, wpływająca na poprawę gospodarki powrotu kondensatu na kotłownię,
- optymalizacja parametrów pracy centralnego ogrzewania oraz rezygnacja z ogrzewania części pomieszczeń.

NA 2023 R. PLANUJEMY:

- szczegółową analizę w zakresie odzysku ciepła ze skraplaczy układu amoniakalnego na pompie ciepła,
- wymianę centrali wentylacyjnej na linii butelkowej, czego skutkiem będzie m.in. mniejsze zużycie ciepła o 254 MWh (ale również energii elektrycznej),
- finalizację opracowywania koncepcji wykonania instalacji fotowoltaicznej.

W CELU MINIMALIZACJI ZUŻYCIA ENERGII ELEKTRYCZNEJ W 2022 R. ZREALIZOWALIŚMY M.IN. NASTĘPUJĄCE DZIAŁANIA:

- kontynuację wymiany części oświetlenia wewnętrznego na LED w budynku produkcyjnym, co przyniesie oszczędność energii szacowaną na 73 MWh rocznie,
- montaż dodatkowego systemu opomiarowania wybranych odbiorników energii elektrycznej w celu optymalizacji ich pracy,

- optymalizację pracy klimatyzacji, obejmującą m.in. rezygnację z chłodzenia części pomieszczeń,
- optymalizację parametrów pracy instalacji sprężonego powietrza, polegającą m.in. na redukcji ciśnienia.

Browar Kasztelan ma najniższy wskaźnik emisyjności w Carlsberg Polska i jeden z niższych w całej Grupie Carlsberg: 1,94 kg CO₂/hl.



BROWAR BOSMAN

W naszym szczecińskim browarze w 2022 r. miała miejsce optymalizacja pracy układu gorącej wody, wykorzystywanej do celów produkcyjnych i socjalnych. Wyeliminowanie zbędnych rurarzy oraz zbiornika pozwoliło zmniejszyć zużycie ciepła, jak również wody.

W 2023 R. ZAMIERZAMY:

- wykonać izolację układów zaworowych na instalacjach tankofermentorów, co znacznie zmniejszy utraty ciepła (a jednocześnie, dzięki wydajniejszej pracy sprężarek

amoniakalnych, pozwoli zredukować zużycie energii elektrycznej),
- rozpocząć odzysk dwutlenku węgla z instalacji znajdujących się na dziale filtracji, co umożliwi obniżenie jego emisji do atmosfery.

WYBRANE DZIAŁANIA MINIMALIZUJĄCE ZUŻYCIE ENERGII ELEKTRYCZNEJ, KTÓRE ZREALIZOWALIŚMY W 2022 R.:

- rozdzielenie układów wentylacji mechanicznej obsługującej linię B1 oraz część linii B2,

- automatyzacja pracy transporterów, eliminująca ich nieefektywną pracę podczas postojów i przerw,
- wymiana źródeł światła na energooszczędne z zastosowaniem możliwości ściemniania oraz czujników ruchu (biura PI, biura planowania, place, drogi i obszary wewnętrzne).

NA 2023 R. PLANUJEMY M.IN.:

- wymianę sprężarki powietrza na nową, o obniżonym zapotrzebowaniu na energię oraz z opcją płynnej regulacji,

pozwalającą ograniczyć liczbę startów i zatrzymań instalacji, niezwykle energochłonnych (szacujemy, że dzięki temu oszczędzimy 190 MWh/rok),

- wymianę oświetlenia linii pakującej puszek PI oraz oświetlenia awaryjnego i bytowego na warzelni na LED, z zastosowaniem możliwości ściemniania oraz czujników ruchu.

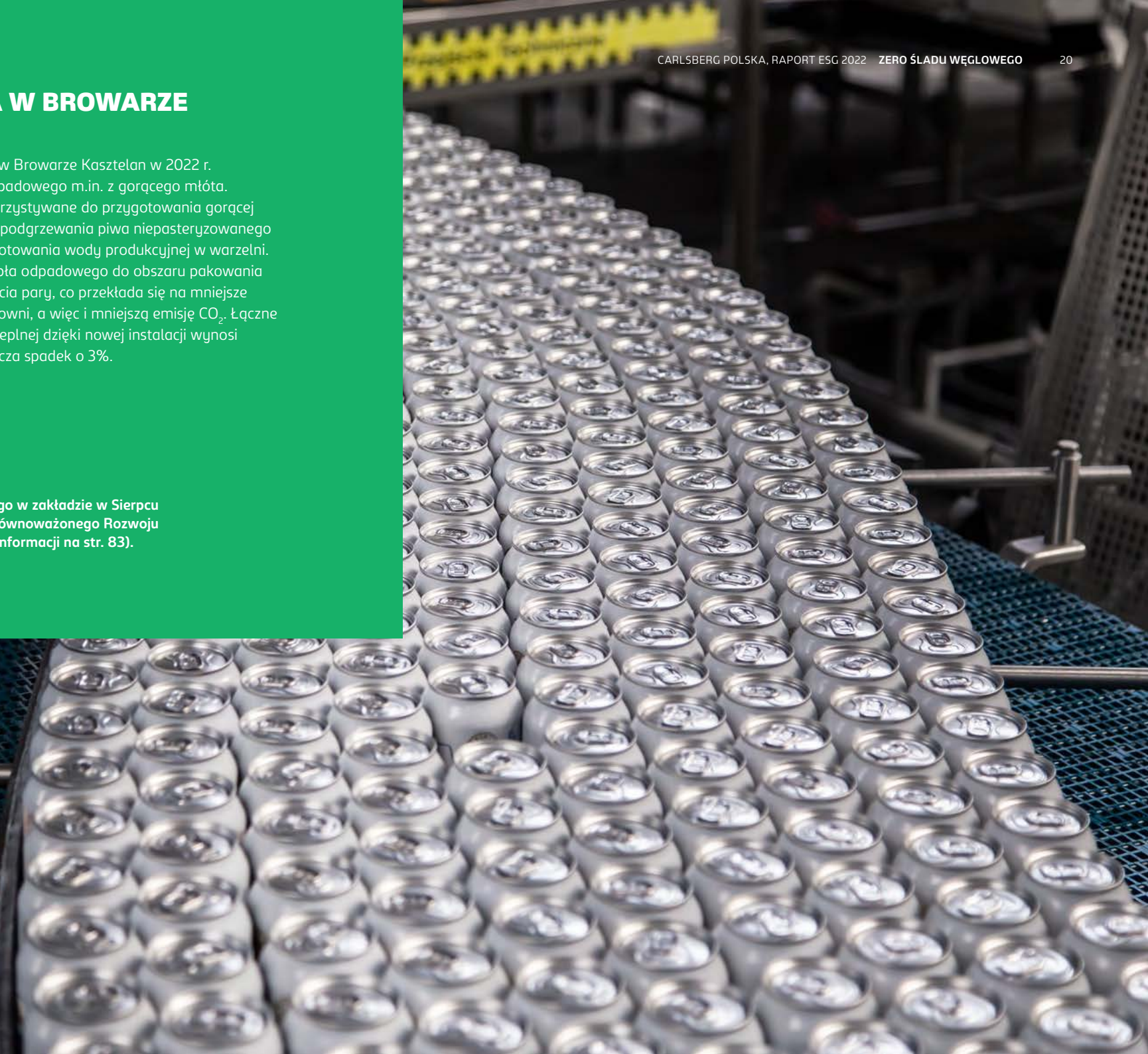
Browar Bosman osiągnął największy spadek emisyjności produkcji hektolitra piwa w Carlsberg Polska: 10% (2021 vs 2022).

ODZYSK CIEPŁA W BROWARZE KASZTELAN

Instalacja pętli energetycznej w Browarze Kasztelan w 2022 r. pozwoliła na odbiór ciepła odpadowego m.in. z gorącego młota. Odzyskiwane ciepło jest wykorzystywane do przygotowania gorącej wody w obszarze pakowania, podgrzewania piwa niepasteryzowanego na linii rozlewniczej i do przygotowania wody produkcyjnej w warzelnii. Przekazywanie zebranego ciepła odpadowego do obszaru pakowania pozwala na zmniejszenie zużycia pary, co przekłada się na mniejsze zużycie gazu ziemnego w kotłowni, a więc i mniejszą emisję CO₂. Łączne ograniczenie zużycia energii cieplnej dzięki nowej instalacji wynosi ok. 674 MWh rocznie, co oznacza spadek o 3%.



Odzyskiwanie ciepła opadowego w zakładzie w Sierpcu wspiera osiągnięcie 7 i 9 Celu Zrównoważonego Rozwoju (zadania 7.3 oraz 9.4 – więcej informacji na str. 83).



DEKARBONIZACJA ŁAŃCUCHA WARTOŚCI

GRI 3-3

Cały czas analizujemy nasz łańcuch wartości pod kątem możliwych redukcji śladu węglowego. Obszary, którym poświęcamy szczególną uwagę, to zrównoważona produkcja surowców rolnych na potrzeby naszych browarów, efektywna gospodarka opakowaniami oraz optymalizacja magazynowania, transportu i dystrybucji.

ZERO ŚLADU ROLNICZEGO

Działania, które podejmiemy, aby zrealizować naszą ambicję ZERO śladu rolniczego, przyniosą również korzyści w postaci zmniejszenia emisji dwutlenku węgla. Rok 2023 r. będzie dla nas czasem analiz i przygotowań do tego, by w kolejnych latach modyfikować naszą współpracę z dostawcami surowców rolnych w taki sposób, by była korzystna nie tylko dla nas i dla konsumentów, ale także dla klimatu.

ZERO ODPADÓW OPAKOWANIOWYCH

Działania optymalizacyjne w obszarze opakowań, których jednym ze skutków jest mniejsza emisja CO₂, to przede wszystkim:

- zwiększanie skali ponownego wykorzystania butelek zwrotnych,
- ograniczanie masy opakowań,
- modyfikacja składu opakowań, w szczególności zwiększanie wykorzystania materiałów z recyklingu,
- rozwój nowych, przyjaznych dla środowiska opakowań.

NAD CZYM PRACUJEMY?

100%
SUROWCÓW
DO 2040

30%
SUROWCÓW
DO 2030

Pozyskiwanie naszych surowców ze zrównoważonych źródeł, by zapewnić, że warunki społeczne i wpływ na środowisko są odpowiedzialnie zarządzane, monitorowane i raportowane w miejscach, z których je pozyskujemy.

Zapewnienie, że nasze surowce są uprawiane przy użyciu regeneratywnych praktyk rolniczych, które pomagają poprawiać żyzność gleby i bioróżnorodność na użytkach rolnych, a także zmniejszyć ślad węglowy naszego łańcucha wartości.

ZERO
Śladu
Rolniczego

CO ROBIMY, BY TO OSIĄGNĄĆ?



Wspieranie rolników i ich społeczności w przejściu na bardziej zrównoważone praktyki i certyfikacje, przy jednoczesnym zapewnieniu im godziwego wynagrodzenia za ich pracę.



Współpraca z naszymi dostawcami i partnerami w celu przyspieszenia osiągnięcia rolnictwa regeneratywnego jako nowego standardu.



Investowanie w badania i rozwój, aby poszerzyć wiedzę na temat wpływu praktyk regeneratywnych na poprawę żyzności gleby, bioróżnorodności i sekwestrację dwutlenku węgla.



Edukowanie klientów i konsumentów w zakresie korzyści płynących z rolnictwa regeneratywnego oraz promowanie ich poprzez nasze marki i piwa.

Carlsberg
Group



Zależy nam, aby 100% naszych butelek i puszek nadawało się do recyklingu, wielokrotnego użytku lub było z materiałów odnawialnych, a 90% z nich było zbieranych i poddawanych recyklingowi po użyciu.

Ponadto dążymy do zmniejszenia o 50% zużycia tworzyw sztucznych opartych na pierwotnych paliwach kopalnych oraz do osiągnięcia 50% zawartości materiałów pochodzących z recyklingu w naszych butelkach i puszkach.

OPAKOWANIA, W KTÓRYCH SPRZEDAWANE SĄ NASZE PIWA

GRI 3-3, 301-2, 305-5

Puszki

Systematycznie ograniczamy wagę puszek, co przekłada się na niższy ślad węglowy z ich produkcji i z transportu naszych produktów. Obecnie puszki lżejsze stanowią już 85% wszystkich kupowanych przez nas puszek.

Butelki

Blisko 1/3 naszych piw sprzedajemy w butelkach zwrotnych. W 2022 r. aż 90% takich butelek wróciło do naszych browarów i zostało ponownie napełnionych. Tzw. zwrotność butelek ma bardzo duży wpływ na ich ślad węglowy, dlatego dokładamy wszelkich starań, aby krążyły w rynku jak najdłużej. Co więcej, konsekwentnie ograniczamy grubość szkła butelek wielorazowych.

W 2022 r. w browarze w Brzesku miała miejsce wymiana parku maszynowego. Nowy monoblok i etykietarka na linii B3 pozwalają zmniejszyć straty na produkcji, w tym straty butelek, etykiet i kleju.

Folia wielopakowa

Minimalizujemy stosowanie folii do wielopaków piw. Inicjujemy rozmowy z dostawcami w sprawie opracowania nowych,

materiałoozczędnych rozwiązań. Przykładem innowacyjnego podejścia do tego zagadnienia jest stworzenie opakowania typu snap pack, w którym sprzedajemy piwo marki Carlsberg. Równolegle zastępujemy folię „tradycyjną” folią pochodzącą w 100% z odzysku.

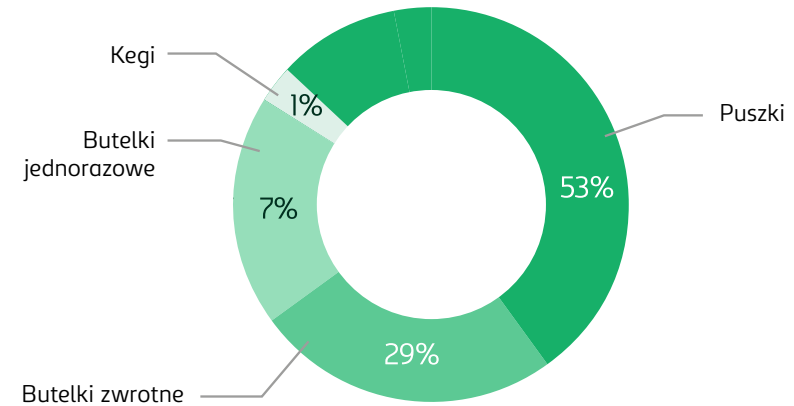
Kartony

Papier wykorzystujemy nie tylko w formie etykiet, ale także kartonów do pakowania butelek oraz tacek do puszek. Systematycznie zwiększamy udział opakowań wyprodukowanych z materiałów posiadających certyfikat FSC. W 2022 r. wyniósł on już 100% dla:

- etykiet butelek,
- kartonów na butelki,
- tacek na puszki.

Systematycznie wprowadzamy również drobne udoskonalenia. Czasem tak niewielkie, że niewidoczne na pierwszy rzut oka, ale dzięki efektowi skali przynoszą wymierne korzyści środowiskowe. Jednym z przykładów takich działań jest zmiana kartonowych tacek na takie o 8% niższym śladzie węglowym, co pozwoliło uniknąć emisji 98 ton CO₂.

Opakowania, w których sprzedawane są nasze piwa



Projekt wdrożenia folii termokurczliwej wyprodukowanej w 100% z surowców wtórnych, rozpoczęty w maju 2021 r., został w 95% sfinalizowany w drugiej połowie 2022 r.

Wyniki prób w każdym z zakładów Carlsberg Polska zostały ocenione pozytywnie, co zaowocowało pierwszymi dostawami produkcyjnymi folii EKO w maju 2022 r. We wspomnianym roku do zakładów Carlsberg Polska firma Bogucki dostarczyła 982 355 kg folii do wielopaków, z czego w wersji EKO 327 953 kg.

Warto zaznaczyć, że Carlsberg Polska był pierwszym odbiorcą, z którym firma Bogucki rozpoczęła projekt związany z wdrożeniem folii w całości pochodzącej z recyklingu, a zarazem pierwszym odbiorcą, z którym projekt został praktycznie sfinalizowany.



Karol Mucha,
Technolog serwisant,
Bogucki Folie

FIBRE BOTTLE

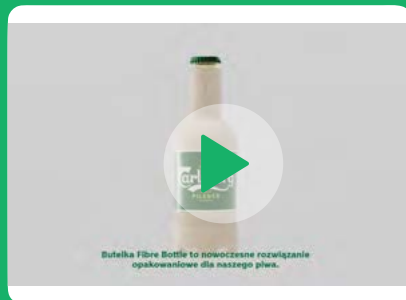
Latem 2022 r. przekazaliśmy konsumentom do przetestowania 1200 innowacyjnych butelek Fibre Bottle generacji 2.0 z piwem Carlsberg (można było m.in. wygrać je w konkursach organizowanych za pośrednictwem naszych mediów społecznościowych). Wspomniana butelka to pionierskie rozwiązanie opakowaniowe, składające się z wyściółki z roślinnego polimeru PEF (ok. 45%) i zewnętrznej powłoki z włókna drzewnego (ok. 55%). Oba materiały są pochodzenia naturalnego, a jednocześnie są w pełni kompatybilne z systemami recyklingu tworzyw sztucznych. Co więcej, włókna drzewne do produkcji Fibre Bottle pozyskiwane są z lasów z certyfikatem FSC, gwarantującym odpowiedzialność wobec klimatu. Nowe opakowanie w ocenach cyklu życia osiąga aż o 80% lepsze

wyniki pod względem emisji CO₂ niż jednorazowa szklana butelka. Celem Grupy Carlsberg jest dalszy rozwój tego rozwiązania, tak aby uzyskać butelkę o równie niskim śladzie węglowym jak szklana butelka zwrotna.

Warto podkreślić, że zalety Fibre Bottle nie kończą się na przyjazności dla środowiska. Chroni ona smak i nagazowanie piwa lepiej niż opakowania PET, a ponadto jest ono dłużej zimne niż jego odpowiedniki w puszkach i szklanych butelkach.



Prace nad Fibre Bottle wspierają realizację 12 Celu Zrównoważonego Rozwoju (zadania 12.2 oraz 12.5 – więcej informacji na str. 83).





TRANSPORT I MAGAZYNOWANIE

GRI 305-5

Konsekwentnie pracujemy nad doskonaleniem procesów logistycznych, czego efektem jest również redukcja emisji CO₂. Przykładem jest optymalizacja wypełnienia ciężarówek, pozwalająca m.in. ograniczać liczbę kilometrów pokonywanych w celu dostarczenia tej samej ilości produktów oraz eliminować konieczność relokacji pustych skrzynek i butelek. Innym działaniem optymalizacyjnym jest rozszerzanie współpracy z klientami w zakresie odbiorów własnych na kolejnych kierunkach transportowych, co umożliwi redukcję liczby „pustych kilometrów” zarówno po stronie naszych partnerów, jak i w ramach naszej dystrybucji.

MAGAZYNOWANIE

Konsekwentnie wymieniamy naszą flotę wózków widłowych na elektryczne. Aktualnie już 100% z nich zostało zastąpionych, za wyjątkiem 1 wózka spalinowego w Browarze Okocim, który nie może być wymieniony ze względu na specyfikę pracy i infrastrukturę. W Browarze Bosman wymieniamy natomiast flotę samochodów – dzięki zastosowaniu nowych ciągników o lepszych parametrach spalania oraz zmianie typu naczep zwiększającej pojemność załadunkową emisja CO₂ zostanie zredukowana o 22,4 tony rocznie.

CHŁODZENIE

Wszystkie kupowane przez nas lodówki muszą spełniać określone, wysokie standardy środowiskowe. Sukcesywnie wycofujemy z rynku stare lodówki, zastępując je nowoczesnymi. W 2022 r. oddaliśmy do utylizacji 4022 urządzenia.

Również kupowane przez nas schładzarki muszą być przyjazne środowisku. Od 2018 r. kupujemy tylko urządzenia, w których czynnikiem chłodniczym jest propan butan.

ADAPTACJA DO RYZYK ZWIĄZANYCH Z KLIMATEM

Zmiany klimatu już dziś wpływają na działalność Carlsberg Polska. Obserwujemy je choćby jako coraz częstsze i długotrwałe fale upałów, które znacząco zwiększają zużycie energii elektrycznej i wody w procesach chłodzenia, będących niezbędnym elementem procesów warzenia i pakowania piwa. Ekstremalne warunki pogodowe, wydłużające się okresy susz, ale i nawalne deszcze bardzo negatywnie wpływają także na dostępne zasoby wody. W trosce o nie Browar Okocim rozpoczął współpracę z Europejskim

Regionalnym Centrum Ekohydrologii Państwowej Akademii Nauk, działającym pod auspicjami UNESCO. W jej wyniku powstała koncepcja zwiększenia odporności ekosystemu na lokalne czynniki społeczne i środowiskowe oraz zwiększenia potencjału środowiskowego poprzez poprawę lokalnych warunków rozwoju różnorodności biologicznej. Projekt będzie realizowany w latach 2023-2024.



Program realizowany w Brzesku wspiera realizację 13 Celu Zrównoważonego Rozwoju (zadanie 13.1 – więcej informacji na str. 83).

Kryzys klimatyczny, wpływający na jakość i dostępność wody, zmusza producentów do podejmowania niezwłocznych działań, aby zagwarantować ciągłość produkcji. Browar Okocim, korzystający z lokalnej wody od 178 lat, jest doskonałym przykładem tego, jak łączyć tradycje piwowarskie z innowacyjnymi rozwiązaniami z zakresu ekohydrologii, bazującymi na naturalnych procesach występujących w przyrodzie, oraz nowoczesnymi rozwiązaniami hydrotechnicznymi.



Dr Paweł Jarosiewicz,
Europejskie Regionalne
Centrum Ekohydrologii
Polskiej Akademii Nauk



ZERO MARNOWANIA WODY

Zbiornik wodny na terenie Stacji Uzdatniania
Wody w Browarze Okocim w Brzesku.



PERSPEKTYWA GRUPY CARLSBERG

GRI 3-3 , 303-1

Bez wody nie ma piwa. Ochrona jej zasobów ma zasadnicze znaczenie dla naszej działalności i dla społeczności, w których działamy.

Woda jest nie tylko kluczowym składnikiem samym w sobie, ale jest również wykorzystywana do czyszczenia i procesów technologicznych w naszych browarach oraz do uprawy chmielu i zbóż, których używamy do warzenia naszych piw.

Potrzebujemy wystarczającej ilości wody, aby nasze browary mogły działać, a jednocześnie mamy obowiązek wykorzystywać ten kluczowy zasób naturalny w sposób, który nie ogranicza dostępu do niego otaczającym nas społecznościom – zwłaszcza w regionach o wysokim ryzyku jego niedoboru. Najlepszym na to sposobem jest zwiększanie wydajności naszych browarów tak bardzo, jak to tylko możliwe, poprzez zapobieganie marnotrawstwu wody i jej ponowne wykorzystywanie. Od 2015 r. w skali całej naszej światowej działalności zmniejszyliśmy ilość zużywanej wody z 3,6 do 2,5 hektolitra na każdy uwarzony hl piwa. Oznacza to 31% spadku, a więc przekroczenie naszego celu na 2022 r., wyznaczonego na poziomie 25%, oraz czyni z nas jednego z najbardziej wydajnych producentów piwa. Do 2030 r. zamierzamy

obniżyć ten wskaźnik do wiodącego dla branży poziomu 2,0 hl/hl w skali świata.

Idziemy dalej, dążąc do osiągnięcia współczynnika 1,7 hl/hl w naszych browarach na obszarach wysokiego ryzyka, na które zużywanie przez nas wody ma największy wpływ, i od 2015 r. osiągnęliśmy w tych zakładach już 43-procentową redukcję. Ponadto zabezpieczamy dostępność wody dla lokalnych społeczności na obszarach wysokiego ryzyka poprzez lokalne partnerstwa i wyznaczaliśmy nowy, ambitny cel pełnego odbudowania do 2030 r. zasobów wody, które zużywamy w takich regionach.



CO ROZUMIEMY PRZEZ ZERO MARNOWANIA WODY

BROWARY

Naszym celem jest zmniejszenie ilości wody zużywanej do produkcji każdego hektolitra (stu litrów) naszego piwa i napojów do średnio 2,0 hl/hl na całym świecie. Cel ten obejmuje wszystkie browary z większościowym udziałem Grupy Carlsberg, a także napoje bezalkoholowe i zakłady wodne. Uwzględnione są w nim wszystkie procesy mające miejsce w zakładach, w tym działalność biurowa, procesy produkcyjne, magazynowanie i kogeneracja.

Idziemy również dalej, celując w zmniejszenie ilości zużywanej wody do 1,7 hl/hl w browarach na obszarach wysokiego ryzyka, zidentyfikowanych na drodze analizy ryzyka wodnego z wykorzystaniem narzędzia WWF Water Risk Filter. Owa analiza zidentyfikowała 17 naszych zakładów na obszarach wysokiego ryzyka, wszystkie zlokalizowane w Azji. Spośród nich 16 jest objętych zakresem naszego celu 1,7 hl/hl, a jeden jest z niego wyłączony, jako prowadzony przez spółkę partnerską.

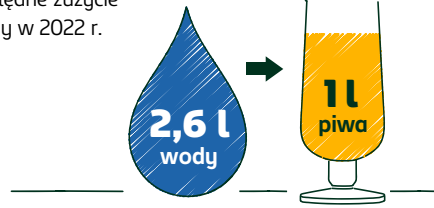
SPOŁECZNOŚCI

Do 2030 r. zamierzamy w pełni odbudować zasoby wody, którą zużywamy w naszych browarach na obszarach wysokiego ryzyka. Osiągniemy to poprzez partnerstwa, które chronią i przywracają współdzielone zasoby wodne społecznościom w dorzeczach, w których działamy, a które zostały uznane za dotknięte wysokim ryzykiem. Odbudowa zasobów wody zużywanej przez dany browar musi odbywać się na poziomie dorzecza, w którym jest on zlokalizowany. Od 2023 r. zaczniemy oceniać i mierzyć ilość zasobów wody uzupełnianych w ramach naszych partnerstw wodnych, zgodnie ze standardem Volumetric Water Benefit Accounting opracowanym przez Światowy Instytut Zasobów (WRI).

WYNIKI CARLSBERG POLSKA

2,60 hl/hl

względne zużycie wody w 2022 r.



2%

spadek względnego zużycia wody (2022/2021)



15%

spadek względnego zużycia wody od 2015 r.



400 m³ tygodniowo

możliwa redukcja zużycia świeżej wody w Browarze Kasztelan dzięki nowej instalacji do odzysku

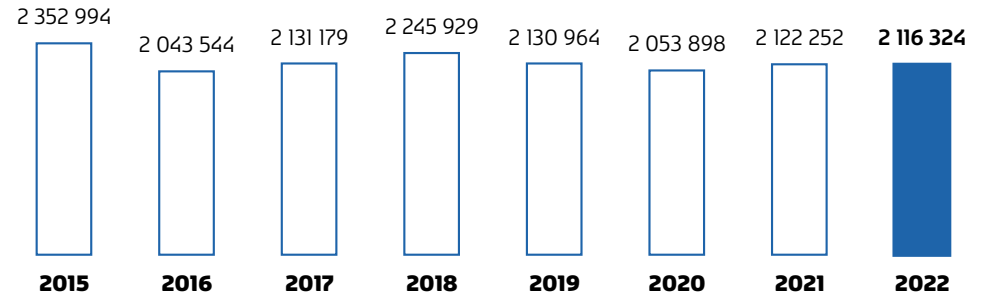


Cel ZERO marnowania wody jest nieodłącznym elementem naszego myślenia o warzeniu piwa i rozwoju browarów. Każdego roku zwiększamy efektywność gospodarowania wodą. Nawet gdy wydaje się nam, że nie ma już przestrzeni na dalsze usprawnienia, okazuje się, że nasze crossfunkcyjne zespoły składające się z fantastycznych ekspertów przychodzą z kolejną propozycją rozwiązania poprawiającego wyniki w tym zakresie.



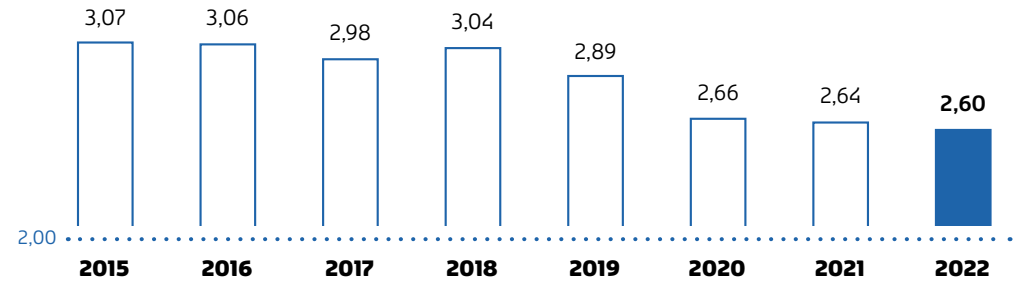
Marek Krzysztoporski,
Wiceprezes ds. zintegrowanego łańcucha dostaw Carlsberg Polska Sp. z o.o.
Prezes Zarządu Carlsberg Supply Company Polska SA

Objętość wody zużytej przez Carlsberg Polska (hl)



GRI 303-5

Względne zużycie wody przez Carlsberg Polska (hl wody/hl piwa)



W 2022 R. POPRAWIE ULEGŁY WSZYSTKIE GŁÓWNE WSKAŹNIKI EFEKTYWNOŚCI W OBSZARZE GOSPODARKI WODNEJ I ŚCIEKOWEJ:

- spadł łączny pobór wody,
- kolejny rok z rzędu wzrosła efektywność wykorzystania wody w procesach produkcyjnych (tj. spadła ilość wody niezbędnej do wytworzenia hl piwa),
- spadła łączna objętość odprowadzonych ścieków.

Dobre wyniki w zakresie gospodarki wodnej udało się nam osiągnąć mimo wydłużających się z roku na rok okresów wysokich temperatur, szczególnie w miesiącach letnich. Zmiany te zwiększają bowiem zużycie wody na potrzeby procesu chłodzenia.

Stała poprawa efektywności wykorzystywania wody jest tym większym sukcesem, że nieustannie powiększa się nasze portfolio produktów, bardzo różnorodnych, co oznacza m.in. konieczność dodatkowego mycia instalacji pomiędzy kolejnymi cyklami produkcyjnymi.

GOSPODAROWANIE WODĄ I ŚCIEKAMI

GRI 3-3 , 303-2

Wodę do produkcji naszych piw czerpiemy z własnych:

- zbiorników retencyjnych zasilanych wodą z rzeki Uszwicy w browarze w Brzesku,
- studni głębinowych w browarze w Sierpcu,
- studni głębinowych uzupełnianych wodą miejską (ok. 4%) w browarze w Szczecinie.

W 2022 r., podobnie jak w latach ubiegłych, zwiększaliśmy efektywność wykorzystania tego surowca we wszystkich naszych zakładach na drodze:

- optymalizacji procesów,
- modernizacji,
- inwestycji w nowe urządzenia.

W rezultacie byliśmy w stanie zwiększać wydajność istniejących instalacji oraz skalę odzysku i ponownego wykorzystania wody używanej w procesach technologicznych. Co więcej, udało nam się zwiększyć dokładność

monitoringu użycia wody, m.in. wprowadzając dzienny i godzinowy monitoring zużycia wody na pasteryzatorach. Dzięki temu mamy możliwość natychmiastowej reakcji na wszelkie awarie czy nieszczelności, jak również jeszcze skuteczniejszej identyfikacji kolejnych obszarów, w których można zmniejszyć zużycie.

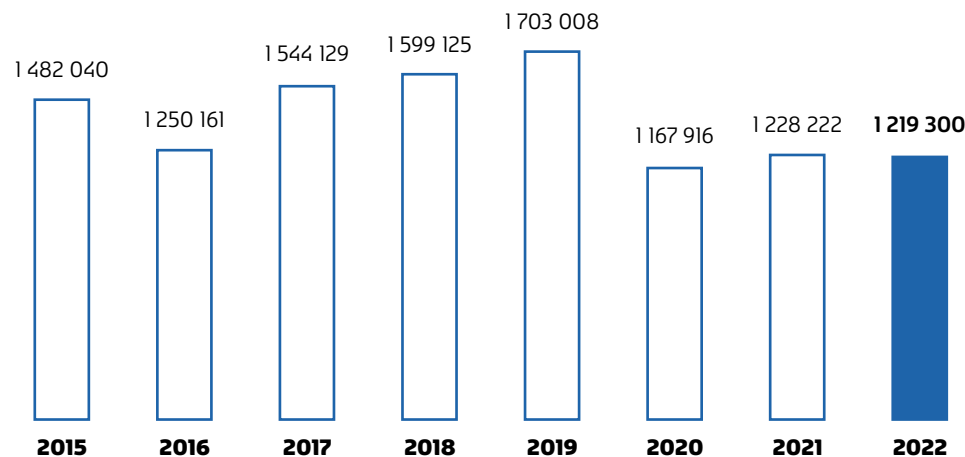
Nasze wyniki w zakresie ograniczania zużycia wody są codziennie omawiane na poziomie zakładów, podczas spotkań z udziałem ich dyrektorów, oraz co miesiąc na poziomie całej spółki, podczas spotkań wyższej kadry zarządzającej z udziałem Prezesa. Dane wprowadzane do systemu przez pracowników są weryfikowane na dwóch szczeblach: najpierw przez przełożonego lub walidatora na poziomie zakładu, a następnie przez walidatora grupowego. W 2022 r. nasz system raportowania zużycia wody pomyślnie przeszedł niezależny audyt zewnętrzny.

Od 2023 r. gospodarka wodna w naszych browarach zostanie jeszcze bardziej udoskonalona dzięki wprowadzeniu dodatkowych narzędzi, takich jak analiza przyczyn źródłowych (Root Cause Analysis, RCA).

Kompleksowo i zgodnie z najwyższymi standardami zarządzamy także gospodarką ściekową. W przypadku browarów Okocim i Bosman ścieki oczyszczone w zakładowych oczyszczalniach są odprowadzane, odpowiednio, do rzeki Uszwicy i kanału rzeki Odry, zgodnie z treścią odpowiednich pozwoleń. Co istotne, ścieki,

które po oczyszczeniu wracają do ekosystemu, nie tylko spełniają obowiązujące normy środowiskowe – bywa i tak, że mają lepsze parametry od parametrów wody płynącej w rzece po ulewnych opadach i roztopach. Ścieki z Browaru Kasztelan trafiają bezpośrednio do kanalizacji miejskiej.

Objętość ścieków [m³]



INICJATYWY ZREALIZOWANE W 2022 R.

W 2022 R. ZREALIZOWANO NASTĘPUJĄCE INICJATYWY NA RZECZ ZWIĘKSZENIA EFEKTYWNOŚCI WYKORZYSTANIA WODY:

Browar Okocim



1. Optymalizacja/modernizacja pasteryzatora linii puszkowej P2.
2. Modernizacja płuczki puszek na linii P2. Zastosowanie nowych dyszy płuczących umożliwiło zmniejszenie zużycia wody na wspomnianej linii o 50%.
3. Montaż nowego systemu chłodzenia pomp próżniowych na rozlewacze butelek linii B3. Zastąpienie chłodzenia wodą chłodzeniem glikolowym przyniosło oszczędności wody szacowane na 7000 m³/rok.
4. Wykonanie instalacji umożliwiającej zasilanie myjki skrzynek linii B4 wodą odzyskaną z płuczek puszek linii P1 i P2, co daje oszczędności wody wynoszące ok. 3000 m³/rok.

Browar Kasztelan



1. Wprowadzenie nowego systemu odzysku wody, pozwalającego oszczędzić do 4000 hl świeżej wody tygodniowo (więcej w sekcji *Nowy system odzysku wody w Browarze Kasztelan* na str. 31).
2. Wymiana taśm transporterów na linii puszkowej na niewymagające lubrykacji, co pozwoli oszczędzić 1000 m³ wody rocznie.
3. Zmiany technologiczne na filtracji redukujące zużycie wody DAW na odtlenianie.
4. Przygotowanie instalacji do odzysku wody z chłodzenia pompy na pasteryzatorze linii puszkowej.
5. Przygotowanie instalacji do wykorzystywania wody z płuczki puszek na linii butelkowej do spłukiwania butelek za monoblokiem i ich zraszania.
6. Redukcja zużycia wody poprzez mycie jednofazowe zbiorników CCT i BBT.

Browar Bosman



1. Uruchomienie instalacji odzysku wody szarej na oczyszczalni ścieków. Oczyszczone ścieki są używane na cele technologiczne oczyszczalni (płukanie sit, wirówki i filtru odorów). Docelowo planuje się odzyskiwać do 800 m³ wody miesięcznie.
2. Rozpoczęcie odzysku czystej wody z odtleniania instalacji filtra KGF, która jest ponownie wykorzystywana do natrysku na skraplacze amoniaku. Szacowany odzysk: 1500 m³/rok.
3. Optymalizacja pracy pasteryzatora, będącego największym odbiornikiem wody na linii puszkowej.

Co więcej, dodatkowym efektem optymalizacji procesów produkcyjnych mających na celu ograniczenie zużycia sody był spadek zużycia wody wykorzystywanej w zakładowej oczyszczalni ścieków.

NA 2023 R. ZAPLANOWANO M.IN. ROZPOCZĘCIE:

1. Wykorzystywania wody odzyskanej z chłodzenia wirówek piwa do odpieniaczy piwa na tankach fermentacyjnych, co da oszczędności rzędu 600 m³/rok.
2. Odzysku wody z instalacji zmiękczenia wody na syropiarni, co ma przynieść oszczędności wynoszące ok. 2000 m³/rok.
3. Odzysku wody z procesu odtleniania instalacji do rozlewu piwa, co pozwoli oszczędzić ok. 2000 m³/rok.

1. Finalizacji wymiany dysz lubrykacji transporterów na całej linii butelkowej – szacowane oszczędności wody 800-1000 m³/rok.
2. Przeprowadzenia analizy zużycia wody na linii KEG pod kątem eliminacji strat i optymalnego wykorzystania.
3. Przeprowadzenia analizy możliwości powtórnego wykorzystania wody z CIP.
4. Uruchomienia instalacji wykonanych w 2022 r., tj. wykorzystanie wody odzyskowej do myjki skrzynek, odzysk wody z pompy pasteryzatora puszeki.

1. Wykonania automatycznych układów pomiarowych, zbierających dane na temat bieżącego zużycia wody, co umożliwi szybką reakcję na nieprawidłową pracę instalacji lub jej awarię.
2. Zwiększenia pojemności zbiornika odzysku wody, w celu zapobiegania utracie wody gorącej trafiającej do kanalizacji w wyniku przelania.
3. Ograniczenia lubrykacji transporterów linii P1 dzięki zastosowaniu pasów w technologii suchej lub półsuchoj.

NOWY SYSTEM ODZYSKU WODY W BROWARZE KASZTELAN

Celem nowego systemu odzysku wody w naszym zakładzie w Sierpcu jest odbiór wysokiej jakości zrzutów wód wypychowych (wody, która służy do odtlenienia instalacji) w celu wykorzystania jej zamiast zimnej wody podawanej w obszarze warzelni, a także do procesów produkcyjnych. Odbiory są dokonywane z kilku źródeł, m.in. linii butelkowej i puszkowej, zbiornika wody odtlenionej oraz obszaru filtracji piwa. Odzyskana woda jest gromadzona w dawnym obszarze filtracyjnym, a następnie trafia do warzelni.

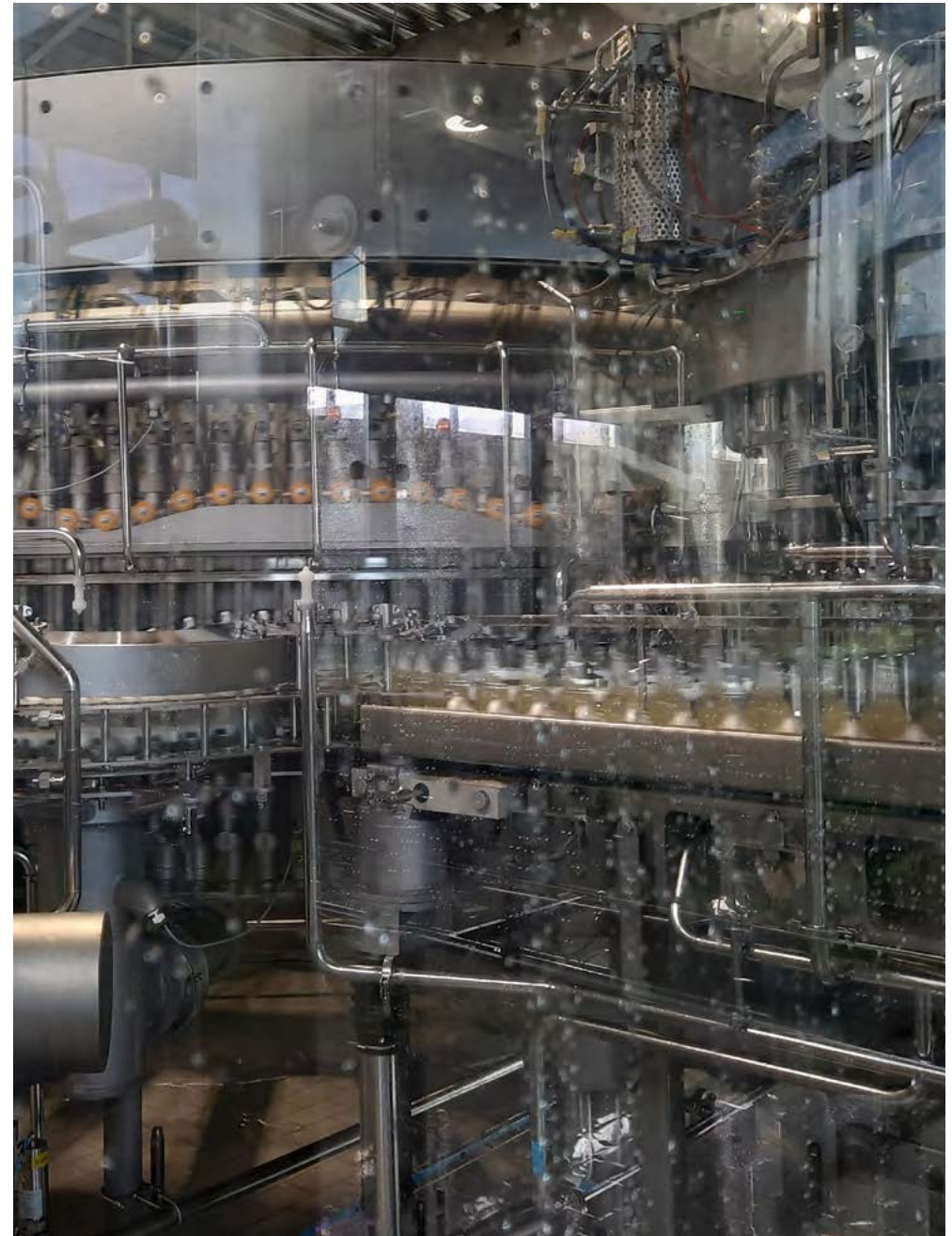
Nowa instalacja pomoże nam zmniejszyć względne zużycie wody nawet o 0,08 hl/hl w skali roku. Doprowadzenie do jej uruchomienia było dla nas wielkim wyzwaniem. Wymagało dużo ciężkiej pracy i wiele determinacji ze strony crossfunkcyjnego zespołu, ale teraz czujemy ogromną satysfakcję. ZERO marnowania wody to dla nas bowiem więcej niż cel przyświecający naszej firmie – to także nasza osobista ambicja.



Jacek Turowski,
Kierownik infrastruktury
i ochrony środowiska
w Carlsberg Polska



Realizowane w Sierpcu działania na rzecz odzysku wody wspierają realizację 6, 9 oraz 12 Celu Zrównoważonego Rozwoju ONZ (zadania 6.4, 9.4, 12.2, 12.5) – więcej informacji na str. 83.





Szacujemy, że całkowite wykorzystanie naszego biogazu pokryje 36% zapotrzebowania oczyszczalni na energię elektryczną i 73% zapotrzebowania na energię cieplną. Oprócz kogeneracji mamy zaplanowane jeszcze inne bardzo ambitne projekty, które przybliżą nas do samowystarczalności.



Michał Turlej,
Kierownik oczyszczalni ścieków

OCZYSZCZALNIA ŚCIEKÓW W BRZESKU NA DRODZE DO SAMOWYSTARCZALNOŚCI

W wyniku procesów mechanicznych i biologicznych realizowanych w zakładowej oczyszczalni w Browarze Okocim powstają nie tylko ścieki oczyszczone, ale także osady ściekowe oraz biogaz.

Osady ściekowe poddawane są obróbce termicznej w zamkniętych komorach, w których zachodzi proces fermentacji metanowej, w wyniku którego m.in. zwiększa się zawartość substancji mineralnych. W ten sposób rocznie powstaje 5400 ton tzw. ustabilizowanego osadu ściekowego, który po dodatkowym przetworzeniu na poletkach osadowych, zmodernizowanych przez nas w

2022 r., staje się wartościowym nawozem wykorzystywanym w rolnictwie. Wspomniana modernizacja pozwoliła nam ponadto retencjonować wodę opadającą z dachów poletek, którą wykorzystujemy np. do zraszania poletek w okresie pylenia czy mycia dróg dojazdowych i ciągów komunikacyjnych.

Dzięki fermentacji metanowej w oczyszczalni w Brzesku powstaje także biogaz – ponad 600 tys. m³ rocznie. Jest on wykorzystywany jako źródło ciepła dla oczyszczalni, a od 2023 r. będzie także źródłem energii elektrycznej. Dzięki

zabudowaniu silnika, w którym spalany jest biogaz, stanie się możliwe generowanie w tym samym czasie obu rodzajów energii.



Projekt realizowany w Brzesku wpisuje się w realizację 6, 7, 9 oraz 12 Celu Zrównoważonego Rozwoju ONZ (zadania 6.3, 6.4, 7.2, 9.4, 12.2, 12.5) – więcej informacji na str. 83.



ZERO NIEODPO- WIEDZIALNEJ KONSUMPCJI



Zdjęcie promujące program społeczno-edukacyjny
„Trzeźwo Myśle”.



PERSPEKTYWA GRUPY CARLSBERG

GRI 3-3

Pracujemy nad poszerzeniem wyboru dla konsumentów, wspieramy umiar i zachęcamy do odpowiedzialnego spożywania alkoholu.

Konsumenci na całym świecie opowiadają się za zdrowym, zrównoważonym stylem życia, co w coraz większym stopniu znajduje odzwierciedlenie w ich wyborach dotyczących napojów.

Piwo i cydr już teraz mają stosunkowo niską zawartość alkoholu w porównaniu z winem i alkoholami mocnymi, a my zwiększamy atrakcyjność, różnorodność i dostępność naszych napojów bez- i niskoalkoholowych. Poszerzając wybór dla konsumentów, będziemy jeszcze bardziej wyróżniać nasze produkty na sposoby korzystne społecznie, a zarazem opłacalne biznesowo.

Nasz program Together Towards ZERO and Beyond uwzględnia nowy ambitny cel, aby do 2030 r. 35% wszystkich sprzedawanych przez nas napojów zawierało nie więcej niż 3,5% alkoholu (objętościowo).

Kontynuujemy zachęcanie konsumentów do odpowiedzialnego cieszenia się naszymi produktami. Nieodpowiedzialna konsumpcja alkoholu – w tym picie go przez nieletnich,

łączenie go z jazdą samochodem lub nadużywanie – pozostaje globalnym problemem zdrowotnym. Stawiamy czoła temu wyzwaniu poprzez własne działania i partnerstwa, dostosowując nasze podejście do różnych kultur spożywania i postaw wobec alkoholu na poszczególnych rynkach.

Jako odpowiedzialny producent piwa, chcemy budować zdrową kulturę spożywania piwa na każdym z rynków, na których jesteśmy obecni, oferując konsumentom zdrowsze opcje oraz informacje umożliwiające dokonywanie odpowiedzialnych wyborów. Przeciwdziałanie picia alkoholu przez osoby poniżej wieku umożliwiającego jego legalny zakup jest globalnym priorytetem, dlatego kontynuujemy umieszczanie na wszystkich naszych produktach symboli dotyczących ograniczeń wiekowych.

Dążenie do urzeczywistnienia naszej ambicji ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu wspiera osiągnięcie celu ONZ i Światowej Organizacji Zdrowia, którym jest ograniczenie szkodliwych zachowań w tej sferze. Pomaga również chronić naszą reputację i podtrzymać społeczną akceptację dla naszej działalności, jak również napędza rozwój naszego biznesu, gdy odpowiadamy na rosnący popyt na piwa bez- i niskoalkoholowe.



CO ROZUMIEMY PRZEZ ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI

NAPOJE BEZALKOHOLOWE I O NISKIEJ ZAWARTOŚCI ALKOHOLU

Nasze cele na rok 2030 zakładają jeszcze większy nacisk na poszerzenie oferty dla klientów chcących podejmować odpowiedzialne wybory. Podtrzymujemy zobowiązanie, by oferować napoje bezalkoholowe na wszystkich rynkach, na których sprzedajemy piwa. Wyzaczyliśmy sobie ponadto nowy cel: do 2030 r. 35% wszystkich naszych napojów (piwo, cydr, kwas chlebowy i napoje na bazie siodu) będzie niskoalkoholowych (0,6-3,5% alkoholu) lub bezalkoholowych (0,0-0,5% alkoholu).

INFORMACJE NA OPAKOWANIACH

Wraz z innymi przedstawicielami branży zobowiązaliśmy się do końca 2024 r. umieścić komunikaty na temat odpowiedzialnego spożywania alkoholu związane z ograniczeniami wiekowymi na 100% opakowań wszystkich naszych produktów alkoholowych i ich bezalkoholowych wariantów. Nasz cel na 2030 r., zapisany w programie Together Towards ZERO and Beyond, stanowi gwarancję, że odsetek ten zostanie utrzymany wraz z rozwojem naszego globalnego portfolio produktów.

LOKALNE PARTNERSTWA

Ze względu na opóźnienia w realizacji, częściowo spowodowane pandemią COVID-19, do 2030 r. wydłużyliśmy czas na osiągnięcie celu na 2022 r., dotyczącego animowania na wszystkich rynkach, na których jesteśmy obecni, partnerstw na rzecz odpowiedzialnej konsumpcji. Przerwaliśmy realizację celu na 2030 r., by na każdym rynku z roku na rok zwiększać skalę odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu, ponieważ realizacja naszych innych celów na ów rok zapewni postęp w tej dziedzinie, przez co odrębny cel stał się zbędny.

DLACZEGO TO TAKIE WAŻNE?

Statystyki potwierdzają, że edukacja w zakresie odpowiedzialnego spożywania alkoholu jest w naszym kraju nadal bardzo potrzebna. Najbardziej wymownym przykładem jest tutaj nadal duży odsetek Polaków, którzy bagatelizują zagrożenia dla bezpieczeństwa ruchu drogowego, jakie stwarza każdy, kto wsiada za kierownicę nie w pełni trzeźwy.

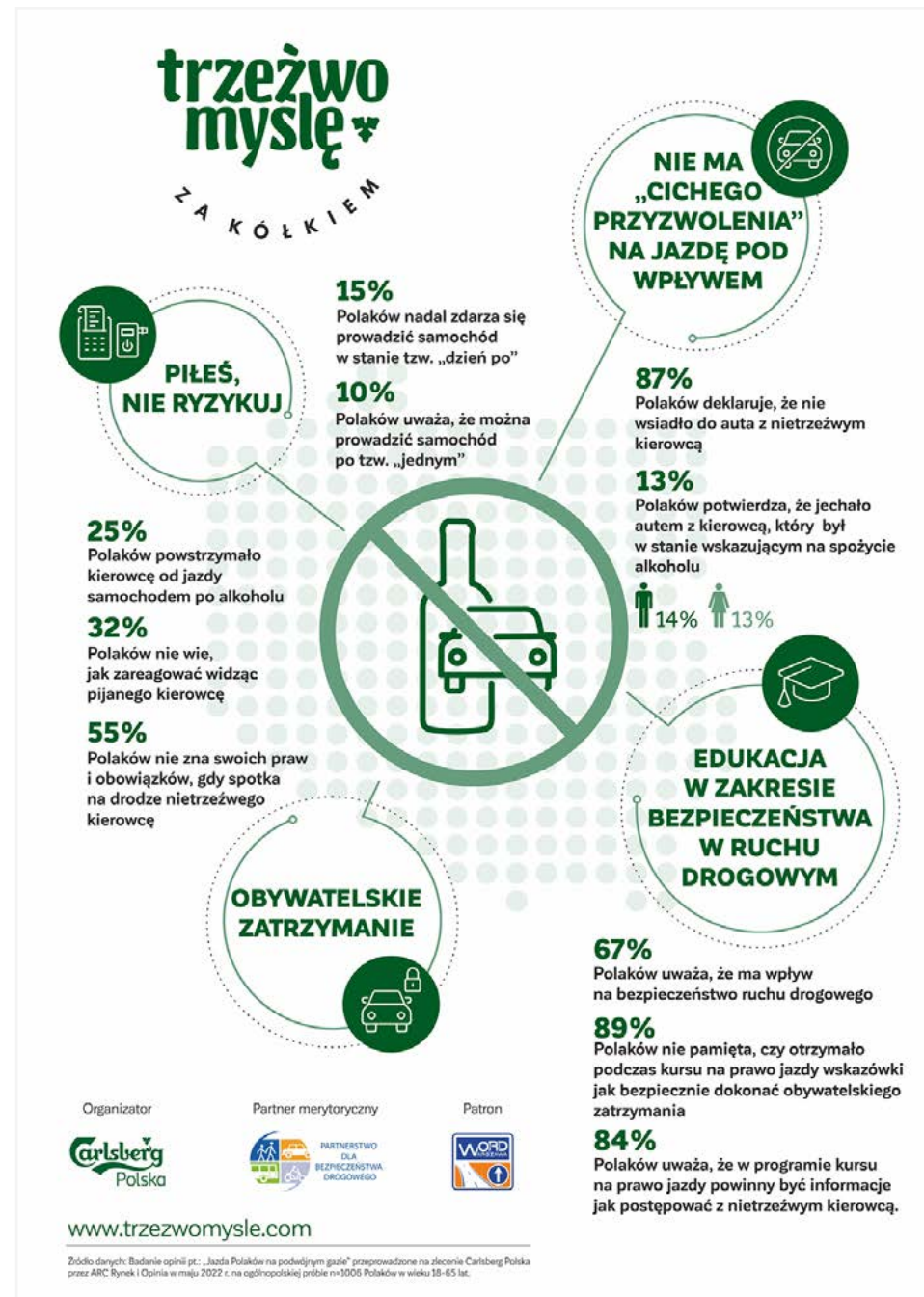
Czujemy się zobowiązani do wspierania konsumentów w podejmowaniu mądrych

wyborów, dlatego od 2017 r. realizujemy program „Trzeźwo Myśle”. Jest on adresowany głównie do osób w wieku 25-50 lat, którym przedstawia pozytywne wzorce zachowań w kontekście spożywania alkoholu oraz przypomina o możliwych konsekwencjach lekkomyślności w tej sferze. W ramach programu co roku realizujemy badania postaw. W 2022 r. były one skoncentrowane na kierowcach i pasażerach.

Chcemy, by świat piwa towarzyszył radosnym chwilom w życiu każdego z nas i by konsumenci cieszyli się piwem odpowiedzialnie. Zgodnie z naszą ambicją „ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu” zabiegamy, by w każdym punkcie sprzedaży konsument miał wybór pomiędzy piwem alkoholowym i bezalkoholowym. Jednocześnie już dziś na wszystkich opakowaniach naszych produktów umieszczamy znaczki odpowiedzialnościowe jako klarowne informacje na temat tego, komu dedykowany jest dany produkt.



Izabela Głodek,
Wiceprezesa ds. marketingu



WYNIKI CARLSBERG POLSKA W 2022 R.

GRI 3-3, Własny 4

W 2022 r. nasze działania na rzecz catkowitzkiej eliminacji zjawiska nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu, wpisujące się w nowy program zrównoważonego rozwoju Grupy Carlsberg, koncentrowały się na trzech głównych obszarach:

- poszerzaniu oferty piw bezalkoholowych,
- zachęcaniu konsumentów do świadomych wyborów w ramach programu „Trzeźwo Myśle” oraz współpracy w ramach Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie,
- zapewnianiu konsumentom, w szczególności za pośrednictwem opakowań i stron WWW, kompletu kluczowych informacji na temat naszych produktów oraz postępowania z nimi.

OSIĄGNIĘCIA 2022

Realizacja 6. edycji programu „Trzeźwo Myśle” we współpracy z nowym ogólnopolskim partnerem – Stowarzyszeniem Partnerstwo dla Bezpieczeństwa Drogowego

Wprowadzenie na opakowania marki Garage hasła „Ciesz się piwem odpowiedzialnie”

Rozpoczęcie wprowadzania, w ramach samoregulacji branżowej, znaku 18+ na wszystkie opakowania

PLANY 2023

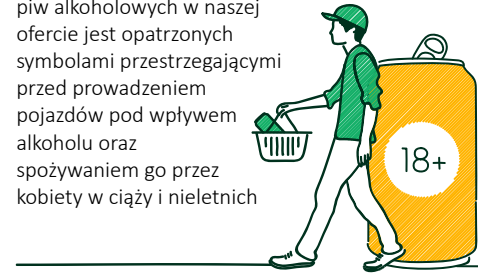
Rozwój programu we współpracy z jedną z naszych marek, z naciskiem na bezpieczeństwo na drogach

Wprowadzenie na opakowania marki Carlsberg hasła „Ciesz się piwem odpowiedzialnie”

100% opakowań ze znakiem 18+ (produkty alkoholowe i bezalkoholowe)

100%

piw alkoholowych w naszej ofercie jest opatrzonych symbolami przestrzegającymi przed prowadzeniem pojazdów pod wpływem alkoholu oraz spożywaniem go przez kobiety w ciąży i nieletnich



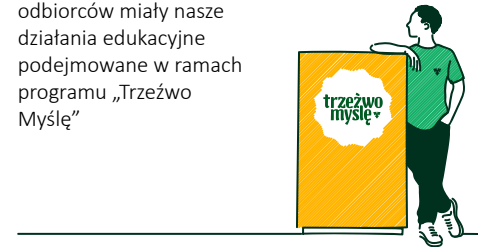
2,5 mln

piw bezalkoholowych rozdanych w ramach akcji „Uwolnij orzeźwienie”



ponad 6 mln

odbiorców miały nasze działania edukacyjne podejmowane w ramach programu „Trzeźwo Myśle”



5,5%

wyniósł wzrost ilości sprzedanego przez nas piwa bezalkoholowego w stosunku do 2021 r.

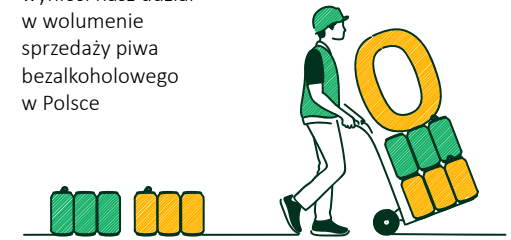


4 nowe piwa 0,0% wprowadziliśmy na rynek



26%

wyniósł nasz udział w wolumenie sprzedaży piwa bezalkoholowego w Polsce



ROZWÓJ NASZEGO PORTFOLIO NAPOJÓW BEZ- I NISKOALKOHOLOWYCH (NOLO)

Stale rośnie udział segmentu piw bezalkoholowych zarówno w łącznej ilości sprzedawanego w Polsce piwa, jak i w wartości sprzedaży – w 2022 r. stanowiły one odpowiednio 5,1% i 6,2%, podczas gdy w 2021 r. było to 4,9% i 6,2% (dane wewnętrzne Carlsberg Polska). Wynika to zarówno ze zmieniających się potrzeb konsumentów, jak i z rosnącej oferty atrakcyjnych produktów.

Jesteśmy zdecydowanym liderem polskiego rynku smakowych piw bezalkoholowych. Potwierdza to nie tylko nasz rosnący udział w łącznej wartości sprzedaży tych produktów, ale także kolejne nagrody i wyróżnienia, w tym przyznawane przez samych konsumentów. W Konkursie Piv „Chmielaki Krasnostawskie 2022” zdominowaliśmy kategorię aromatyzowanych piw bezalkoholowych:

O naszej roli w „bezalkoholowej rewolucji” świadczą także to, że każdego roku wprowadzamy na rynek nowe produkty 0,0%. W 2022 r. były to:

- **Okocim Limonka z miętą 0,0%**
- **Somersby Passion Fruit & Orange 0,0%*** – pierwsze na polskim rynku smakowe piwo bezalkoholowe, które powstało na bazie popularnej wersji alkoholowej
- **Somersby Blueberry 0,0%****
- **Somersby Mandarine 0,0%**

*Dostępne jedynie w sieci **Żabka**

Dostępne jedynie w sieci **Biedronka

1. MIEJSCE



**Karmi Mrożona
Kawa 0,0%**

2. MIEJSCE



**Okocim Limonka
i Mięta 0,0%**

3. MIEJSCE



**Okocim Mango
Marakuja 0,0%**

Dwie nasze marki znalazły się także wśród zwycięzców kategorii piw bezalkoholowych w stylu pils/lager:

ZŁOTY MEDAL



Okocim 0,0%

BRAZOWY MEDAL



Żatecký 0,0%

FREE FEELS GOOD

Łącznie rozdaliśmy 2,5 mln piw bezalkoholowych – była to największa tego typu akcja w historii Polski.

W sezonie letnim 2022 r. przeprowadziliśmy wielką ogólnopolską akcję zapoznawania potencjalnych konsumentów z naszą ofertą piw bezalkoholowych wszystkich marek, której hasłem było „Uwolnij orzeźwienie 0,0%”. Bezpłatne próbki naszych produktów były dostępne m.in. w paczkomatach InPost, kinach Cinema City, na stacjach benzynowych, a także w pasie nadmorskim na Półwyspie Helskim.





6. EDYCJA PROGRAMU „TRZEŹWO MYŚLĘ”

Aby zmniejszyć liczbę wypadków na drogach, w 2022 r. głównymi adresatami programu społeczno-edukacyjnego „Trzeźwo Myślę” uczyniliśmy kierowców i pasażerów. Komunikację z tymi grupami oparliśmy na trzech filmach nakręconych w samochodzie z udziałem ambasadorów akcji: aktorki teatralnej i filmowej Dominiki Gwit-Dunaszewskiej, eksperta w zakresie ruchu drogowego Marka Konkolewskiego, ratownika

medycznego Marcina „Borkosia” Borkowskiego oraz instruktorki nauki jazdy Edyty Bartosiak. Opowiadali oni o odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu i pokazywali pozytywne wzorce do naśladowania, bez moralizowania i z humorem. Patronat nad programem objął Wojewódzki Ośrodek Ruchu Drogowego w Warszawie, a partnerem merytorycznym zostało Stowarzyszenie Partnerstwo dla Bezpieczeństwa Drogowego.

Konieczna jest konsekwentna promocja właściwych zachowań i zasad w celu zapewnienia Polakom bezpieczeństwa w ruchu drogowym. Właśnie dzięki takim programom jak „Trzeźwo Myślę” możemy budować świadomość na temat zagrożeń wynikających z jazdy pod wpływem alkoholu zarówno wśród kierowców, jak również pozostałych uczestników ruchu drogowego. Dlatego cieszymy się, że wspólnie z Carlsberg Polska podjęliśmy działania na rzecz zmniejszenia liczby wypadków drogowych z udziałem nietrzeźwych kierowców.



Dorota Olszewska,
Prezeska Zarządu Partnerstwa dla Bezpieczeństwa Drogowego,
partnera merytorycznego programu

Film z Marcinem „Borkosiem” Borkowskim pt. „O tym, że lepiej nie łażować, czyli obalamy mity o piciu i jeżdżeniu”



Film z Markiem Konkolewskim pt. „O superbohaterach, »kapusiach« i zdrowym rozsądku...”



Film z Dominiką Gwit-Dunaszewską pt. „O tym, że pasażer nie gapa i powinien trzeźwo myśleć na drodze”



Całkowity zasięg programu wyniósł w 2022 r. ponad 6 mln osób, w tym:

- do niemal **1,2 mln** dotarliśmy z przekazami akcji dzięki 1461 publikacjom w mediach (ogólnopolskie, kobiece/lifestyle, męskie, zdrowotne, okolicznościowe, marketingowe),
- prawie **4 mln** osób miało z nimi kontakt za pośrednictwem monitorów warszawskiego metra



Program „Trzeźwo Myślę” wspiera realizację 3 Celu Zrównoważonego Rozwoju ONZ (zadania 3.5 oraz 3.6) – więcej informacji na str. 83.

ODPOWIEDZIALNA KOMUNIKACJA PRODUKTOWA

GRI 3-3, 417-1, 417-2, 417-3

Nasza Polityka Komunikacji Marketingowej szczegółowo określa, co i w jaki sposób komunikujemy, aby mieć pewność, że docieramy z odpowiednimi przekazami oraz wyłącznie do osób pełnoletnich. Zasady dotyczą wszystkich pracowników i kontrahentów reprezentujących nasze marki.

W ramach Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, którego jesteśmy członkiem wspierającym, funkcjonuje Komisja Etyki Reklamy, której jednym z arbitrow jest przedstawiciel Carlsberg Polska. Wspólnie z innymi arbitrami rozpatruje on skargi na przekazy reklamowe zgłaszane przez konsumentów

i przedsiębiorców. Sprawdzają oni, czy dany przekaz nie narusza standardów Kodeksu Etyki Reklamy. Skargi można zgłaszać poprzez formularz na stronie radareklamy.pl. W 2022 r. nie odnotowano żadnych skarg na przekazy reklamowe Carlsberg Polska.

Komunikacja produktowa

100% NASZYCH PIW

ma informacje o pełnym składzie i kaloryczności na 100 ml produktu umieszczone na etykiecie

100% NASZYCH PIW

ma informacje o wartościach odżywczych na stronie korporacyjnej i stronach marek

100% NASZYCH PIW ALKOHOLOWYCH

posiada na etykietach symbole odpowiedzialnościowe

Na powyższej stronie dla każdego z naszych piw znajdziesz dane na temat:

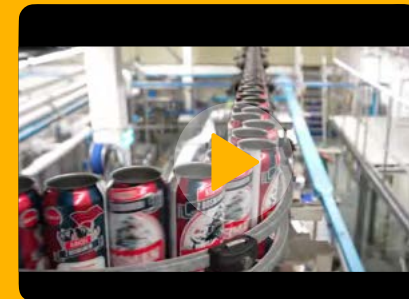
- wartości energetycznej
- zawartości węglowodanów, w tym cukrów
- zawartości tłuszczów, w tym kwasów tłuszczowych nasyconych
- zawartości białka
- zawartości soli

0 PRZYPADKÓW niezgodności z regulacjami dotyczącymi komunikacji marketingowej

0 PRZYPADKÓW niezgodności z Kodeksem Etyki Reklamy

0 PRZYPADKÓW niezgodności z regulacjami i dobrowolnie stosowanymi zasadami dotyczącymi informowania o produktach i usługach oraz ich znakowania

Aktywnie uczestniczymy w życiu lokalnej społeczności, a kibice są nieodłączną jej częścią. Dlatego Bosman współpracuje ze Stowarzyszenie Kibiców Pogoni Szczecin „Portowcy”.



SAMOREGULACJA BRANŻY

W ramach samoregulacji branżowej, podjętej przez członków Związku Przedsiębiorców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie, stosujemy na etykietach naszych piw znaki graficzne przypominające konsumentom o odpowiedzialnej konsumpcji. W ramach współpracy ze Związkiem w 2021 r. opracowano

nowe znaczki odpowiedzialnościowe. Nowa grafika informuje o zakazie spożywania alkoholu przez kierowców, kobiety w ciąży i osoby niepełnoletnie. Dodatkowo, zgodnie z samoregulacją IARD (International Alliance for Responsible Drinking, Międzynarodowy Sojusz na rzecz Odpowiedzialnej Konsumpcji), wraz z największymi producentami piwa

zobowiązaliśmy się do umieszczania oznakowania „18+” także na produktach bezalkoholowych. Nowe znaki są wprowadzane stopniowo od roku 2022 w ramach zamawiania nowych konfekcji. Wszystkie produkty powinny mieć znaczek „18+” na swoich etykietach do 1 stycznia 2024 r.



Nowe opakowania Somersby 0,0% bardzo wyraźnie odróżniają się od wariantów alkoholowych. Niebieskie elementy etykiet – w tym drzewka Somersby – w wersji charakterystycznej dla piw bezalkoholowych zapewniają spójność komunikacji w tej kategorii i ułatwiają konsumentom wybór należących do niej produktów.



Na opakowaniach marki Garage w 2022 r. pojawiło się hasło edukacyjne: „Ciesz się piwem odpowiedzialnie”.

ZASADY KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ

- 1. DOSTOSOWANIE** - zaprojektuj komunikaty, które będą atrakcyjne dla dorosłych odbiorców
- 2. OGRANICZENIE** - aktywnie ograniczaj dostęp osób małoletnich do naszych komunikatów
- 3. UMIARKOWANIE** - promuj odpowiedzialną konsumpcję i korzystanie z produktów alkoholowych z umiarem
- 4. BEZPIECZEŃSTWO** - nigdy nie kojarz spożywania naszych produktów z jazdą pod wpływem alkoholu, potencjalnie niebezpiecznymi czynnościami lub zachowaniem antyspołecznym
- 5. EFEKTY** - nigdy nie sugeruj, że alkohol może przyczynić się do czyjegoś sukcesu, poprawiać zdolności lub korzystnie wpływać na zdrowie
- 6. PRZEJRZYSTOŚĆ** - zapewnij przejrzyste informacje o naszych produktach
- 7. POSTĘP** - komunikuj się zgodnie z prawem, z prawdą i z szacunkiem, wspierając integrację społeczną i zrównoważony rozwój
- 8. BEZ ALKOHOLU** - oferuj wybór udostępniając piwa bezalkoholowe i sprzedawaj je w sposób odpowiedzialny



ZERO WYPADKÓW



Zdjęcie z Dnia Bezpieczeństwa, organizowanego w 2022 r. we wszystkich browarach Carlsberg Polska.



PERSPEKTYWA GRUPY CARLSBERG

GRI 3-3

Bezpieczeństwo jest zawsze naszym najwyższym priorytetem. Każdy uraz to o jeden za dużo, ponieważ naszym celem jest ZERO wypadków.

Zapewnienie bezpieczeństwa naszym pracownikom — i wszystkim, którzy z nami współpracują — jest warunkiem podstawowym prowadzenia przez nas działalności biznesowej. Świadomość, że priorytetowo traktujemy zdrowie i bezpieczeństwo pomaga naszej kadrze poczuć się cenną częścią zwycięskiego zespołu. W całej naszej działalności obowiązują surowe standardy bezpieczeństwa. Wzmacnia je 5 Złotych Zasad Ratujących Życie, które określają praktyki bezpiecznej pracy w browarach, magazynach, biurach oraz na drogach.

Bezpieczne zachowania mają kluczowe znaczenie dla budowania kultury ZERO wypadków. Od kadry zarządzającej, pracowników etatowych i tymczasowych oraz wykonawców oczekujemy dbania o bezpieczeństwo własne oraz osób w ich otoczeniu. Zapewniamy jasne wytyczne i szkolenia, aby wyposażać personel w kompetencje niezbędne do bezpiecznego

wykonywania pracy oraz zapobiegania niebezpiecznym zachowaniom i zgłaszania ich.

Ciężko pracujemy, aby tworzyć bezpieczne środowisko pracy, każdego roku wprowadzając ulepszenia na statym kursie w kierunku ZERO wypadków. Od 2015 r. o 37% zmniejszyliśmy liczbę wypadków skutkujących zwolnieniem lekarskim. Jednak zmiana zachowań wymaga czasu i nadal konieczne są wysiłki, aby zakorzenić kulturę ZERO wypadków w browarach, które nabyliśmy w 2020 r.

Nasze globalne wyniki w zakresie bezpieczeństwa poprawiły się w 2022 r. w stosunku do roku poprzedniego, m.in. osiągnęliśmy znaczną redukcję liczby wypadków związanych z działaniami wysokiego ryzyka, objętymi naszymi Zasadami Ratującymi Życie.

Aby jeszcze bardziej wzmocnić nadzór nad omawianym obszarem na poziomie Komitetu Wykonawczego Grupy Carlsberg, w 2022 r. jej Wiceprezes ds. zintegrowanego łańcucha dostaw przejął nad nim całościową odpowiedzialność zostając przewodniczącym Rady ds. Zdrowia i Bezpieczeństwa.



CO ROZUMIEMY PRZEZ KULTURĘ ZERO WYPADKÓW

WYPADKI

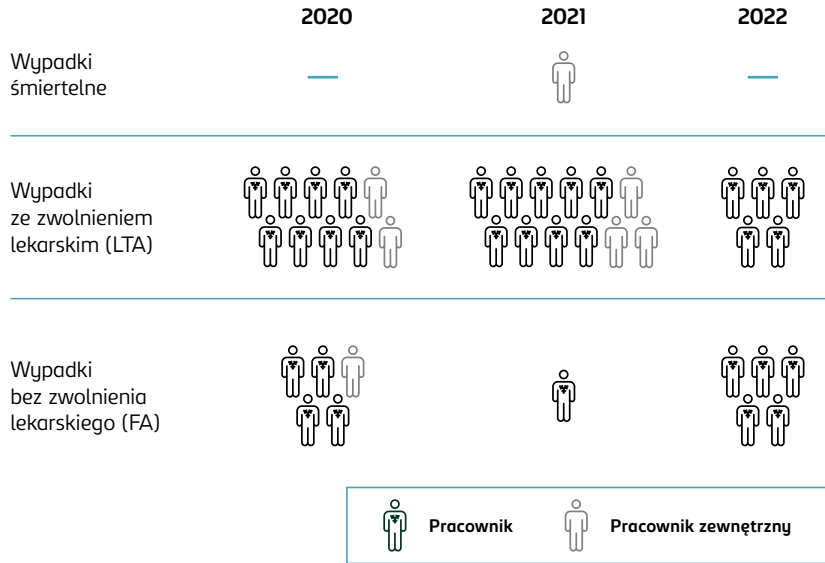
Definiujemy je jako wypadki przy pracy, w wyniku których osoba poszkodowana lub chora zostaje w toku oceny medycznej uznana za niezdolną do pracy przez co najmniej jeden dzień, począwszy od następnego dnia po incydencie, a kończąc na dniu przed powrotem do pracy, wliczając w to czas nieobecności w pracy w celu odpoczynku, powrotu do zdrowia lub leczenia. Raportujemy wszystkie wypadki, którym ulegli pracownicy i zleceniobiorcy. Naszym celem jest ZERO wypadków skutkujących zwolnieniem lekarskim do 2030 r.

WSKAŹNIK WYPADKÓW

Jest on obliczany poprzez pomnożenie liczby wypadków skutkujących zwolnieniem lekarskim przez 1000, a następnie podzielenie przez liczbę etatów w Grupie Carlsberg. Naszym celem jest obniżanie poziomu tego wskaźnika każdego roku, aż osiągniemy ZERO wypadków do 2030 r.

WYNIKI CARLSBERG POLSKA W 2022 R.

GRI 403-9



Najważniejszym obowiązkiem każdego z naszych pracowników jest zachowanie bezpieczeństwa w codziennej pracy i bezpieczny powrót do domu po jej zakończeniu. Powtarzam to jak mantrę przy różnych okazjach, przypominając, że życie i zdrowie mamy tylko jedno. Razem z Zarządem nie ustajemy w wysiłkach, aby każdemu pracownikowi Carlsberg Polska zagwarantować bezpieczne miejsce pracy.



Mieszko Musiał,
Prezes Zarządu Carlsberg Polska

58%

mniej wypadków kończących się zwolnieniem lekarskim niż w 2021 r.



25 949

obserwacji behawioralnych i technicznych



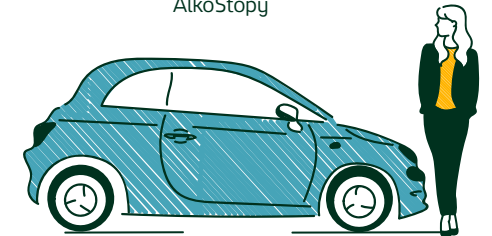
6 677

naszych pracowników i pracowników podwykonawców przeszkolonych w zakresie BHP



100%

samochodów służbowych w firmie posiada aktywne AlkoStopy



3 196

spacerów bezpieczeństwa, tzw. safety walks





ZARZĄDZANIE SFERĄ BHP

GRI 403-1, 403-4, 403-8

W sposób kompleksowy zarządzamy zagadnieniem bezpieczeństwa i higieny pracy w naszych zakładach. System zarządzania BHP, zgodny z wymaganiami normy ISO 45001, co potwierdza stosowny certyfikat, oraz standardami obowiązującymi wszystkie spółki Grupy Carlsberg, stanowi część naszego Zintegrowanego Systemu Zarządzania. W 2022 r. odbył się audyt ISO 45001, który tak jak prowadzone kontrole Państwowej Inspekcji Sanitarnej nie wykazał żadnych nieprawidłowości, a także potwierdził, że zarządzanie BHP w Carlsberg Polska znajduje się na bardzo wysokim poziomie.

Z wymaganymi przez nas standardami bezpieczeństwa i higieny pracy zapoznawani są nie tylko nasi pracownicy, m.in. w ramach szkoleń wstępnych, ale także pracownicy naszych podwykonawców. Współpracujemy wyłącznie z firmami, które na etapie tzw. prekwalfikacji wykazały, że gwarantują odpowiednio wysoki poziom BHP, następnie kontrolowany przez nas w ramach kontroli bieżących i rocznych.

Co istotne, właściwe sposoby wykonywania poszczególnych prac są ustalane wspólnie z wykonawcami.

Również badanie incydentów ze sfery BHP jest w Grupie Carlsberg ustandaryzowane. Standard badania incydentów (COM) jest stosowany w odniesieniu do wszystkich wypadków na terenie browarów, magazynów oraz w administracji i sprzedaży.

Nasi pracownicy mają zapewniony realny współudział w decyzjach dotyczących opracowywania, wdrażania i oceny procesów zarządzania BHP. Służą temu m.in. konsultowanie z nimi projektów procedur oraz instrukcji, a także kanały zgłaszania sytuacji potencjalnie wypadkowych. Co więcej, raz na kwartał odbywają się posiedzenia komisji BHP, w skład której wchodzi przedstawiciele zatrudnionych.

OCENA RYZYKA

GRI 403-2

Ocena ryzyka dla danego stanowiska pracy lub zadania jest weryfikowana po każdym wypadku, a standardowo raz w roku; dotyczy to także prac wykonywanych

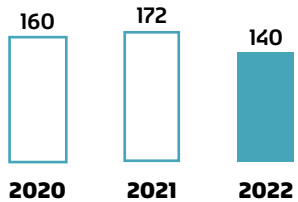
przez firmy zewnętrzne. Ponadto, ryzyko oceniamy zawsze przed wprowadzeniem istotnej zmiany w procesach czy technologii. Pracownicy dokonują oceny ryzyka *ad hoc* przed przystąpieniem do prac niestandardowych, wykonywanych po raz pierwszy, rzadko lub w nieznannej lokalizacji. Jej podstawą jest procedura zwana Szybka Ocena Ryzyka (SOR, Quick Risk Assessment), obowiązująca w całej Grupie Carlsberg i opierająca się na tzw. 5 Złoty Zasadach. Wszyscy nasi pracownicy poznają ją już podczas szkoleń wstępnych BHP. Podczas wszelkich szkoleń informujemy ponadto o wynikającym z Kodeksu pracy obowiązku wstrzymania pracy, jeżeli jej kontynuowanie może być źródłem zagrożenia życia czy zdrowia pracowników lub podwykonawców. Jego dopełnienie skutkuje pochwałą lub nagrodą dla osoby wstrzymującej pracę. Formą oceny ryzyka są także tzw. spacerki bezpieczeństwa, organizowane zarówno w trybie cyklicznym, jak i *ad hoc*. Polegają one na wspólnym obchodzie zakładu przez zespół składający się z osób, które wykonują pracę o różnym charakterze, w tym biurową, a następnie wymianie spostrzeżeń.

BUDOWA KULTURY BEZPIECZEŃSTWA I WIEDZY O BHP

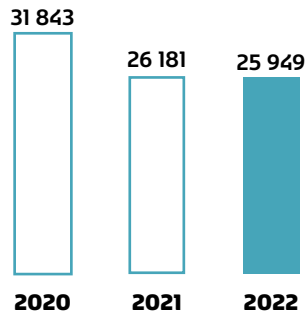
GRI 403-7

Kluczem do osiągnięcia naszego celu, jakim jest całkowite wyeliminowanie wypadków przy pracy, jest codzienna czujność i zaangażowanie wszystkich naszych pracowników, a także budowa odpowiednich wzorców postępowania. W tym celu zachęcamy do prowadzenia obserwacji zachowań oraz aspektów technicznych i innych okoliczności, które w określonych warunkach mogą doprowadzić do urazu czy choroby. Od 2021 r. zatrudnieni w Carlsberg Polska lub u podwykonawców pracujących na naszą rzecz mogą zgłaszać obserwacje behawioralne i techniczne oraz sytuacje, które groziły wypadkiem, za pośrednictwem specjalnej aplikacji. W 2022 r. została ona uzupełniona o dodatkowe funkcjonalności, m.in. o zapewnianie osobie zgłaszającej informacji zwrotnej o działaniach podjętych w reakcji na jej obserwację.

Zgłoszone sytuacje potencjalnie niebezpieczne (*near-miss*)



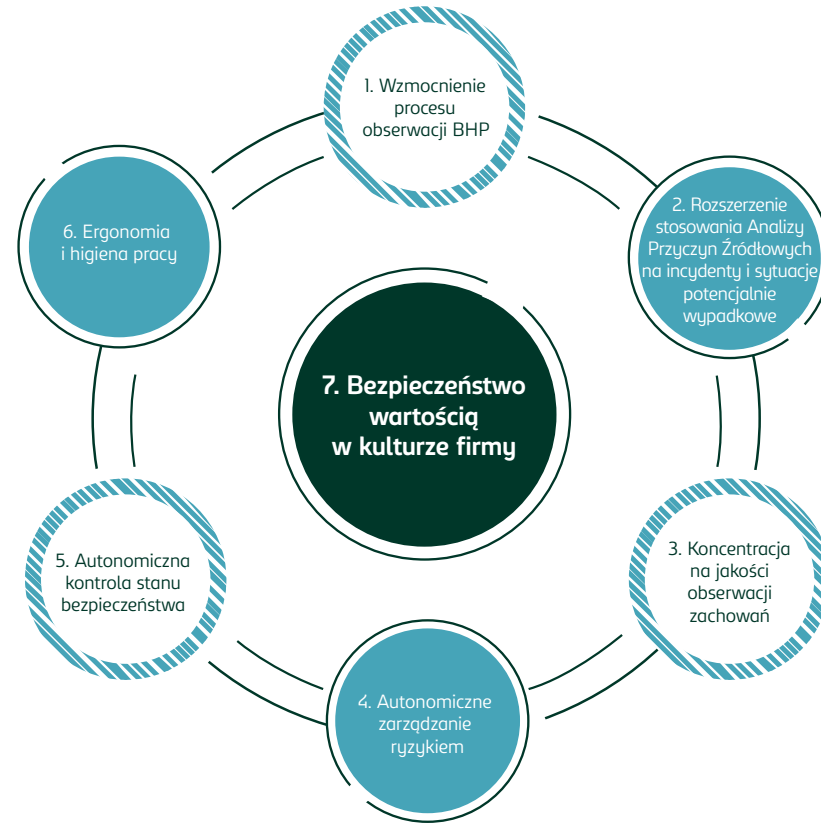
Obserwacje behawioralne/techniczne



Regularnie przypominamy o zasadach bezpieczeństwa w browarach poprzez stosowne oznaczenia, plakaty i newslettery. Stworzyliśmy ponadto filmy edukacyjne, które są przewodnikiem bezpiecznego poruszania się po terenie browarów.

GRI 403-2

Budowie kultury bezpieczeństwa służy także zachęcanie pracowników do zgłaszania pomysłów na usprawnienia w zakresie organizacji bezpieczeństwa pracy.



Przy każdej okazji przypominamy naszym pracownikom o obowiązkowych regulacjach dotyczących pracy w warunkach, w których należy się liczyć z wystąpieniem poważnego zagrożenia dla życia. 5 Żółtych Zasad zostało stworzonych na podstawie poważnych wypadków w historii Grupy Carlsberg oraz na podstawie ogólnych doświadczeń branżowych.

DZIAŁANIA NA RZECZ BHP W 2022 R.

GRI 403-5

W 2022 r. skupiliśmy się na komunikacji 5 Złotych Zasad, przywództwie, czyli angażowaniu przełożonych w krzewienie kultury bezpieczeństwa, oraz na zarządzaniu pracami wysokiego ryzyka wykonywanymi przez pracowników firm zewnętrznych. Jak co roku realizowane były także szkolenia, działania organizacyjne i techniczne oraz inwestycje zwiększające bezpieczeństwo i higienę pracy.

W 2022 r. we wszystkich naszych zakładach odbyły się m.in.:

- szkolenia z 5 Złotych Zasad dla pracowników i podwykonawców
- szkolenia dla liderów BHP
- szkolenia z ergonomii za kierownicą
- przegląd planu zarządzania ruchem i montaż dodatkowych znaków drogowych
- zakup wyposażenia, w tym fantomów i defibrylatorów ćwiczebnych

Wybrane działania na poziomie poszczególnych browarów:



OKOCIM

- szkolenia związane z inwestycjami realizowanymi na terenie zakładu
- zakup i montaż urządzeń zabezpieczających przed upadkiem z wysokości
- wymiana syreny alarmowej, przez którą można wydawać komunikaty dla pracowników i mieszkańców Brzeska
- rozbudowa systemu sygnalizacji przeciwpożarowej
- ćwiczenia z zakresu ewakuacji dla pracowników i podwykonawców
- szkolenie z pierwszej pomocy przedmedycznej dla pracowników
- szkolenia ze znajomości systemu sygnalizacji przeciwpożarowej dla pracowników i podwykonawców



KASZTELAN

- zakup i montaż urządzeń zabezpieczających przed upadkiem z wysokości
- montaż nowych platform roboczych na pakowaniu
- dostosowanie budynków do wymogów ochrony przeciwpożarowej
- szkolenia z zasad wypełniania poleceń na pracę oraz rodzajów prac szczególnie niebezpiecznych wymagających poleceń



BOSMAN

- montaż punktów kotwiących na pakowaniu
- doposażanie drabin zewnętrznych w systemy szynowe
- zabezpieczenie barierami dachu nad filtracją
- wymiana oświetlenia na linii P1
- wymiana nierównej nawierzchni na placu przy warzelni i w jego okolicach

DZIEŃ BEZPIECZEŃSTWA W NASZYCH ZAKŁADACH

W 2022 r. zainicjowaliśmy program Dzień Bezpieczeństwa. W jego ramach w naszych browarach odbyły się 8-godzinne szkolenia BHP dla pracowników. Byli oni podzieleni na 35-40-osobowe grupy (uczestnicy z różnych działów wymieszani w sposób losowy) i brali udział w zorganizowanych aktywnościach, tzw. stacjach, prowadzonych przez specjalistów z browaru lub ekspertów firm zewnętrznych.

Podczas Dnia Bezpieczeństwa w naszych browarach odbyły się m.in.:

- ogólne szkolenia BHP wraz z podsumowaniem roku w tej sferze,
- ćwiczenia teoretyczne i praktyczne z zakresu pierwszej pomocy przedmedycznej,
- pokazy zagrożeń związanych z poruszaniem się samochodami ciężarowymi i wózkami widłowymi,
- gry i zabawy dla operatorów pakowania, podczas których identyfikowali oni zagrożenia związane z ich pracą,
- symulacje ratowania osoby uwięzionej w szelkach do pracy na wysokości oraz osoby, która wpadła do kadzi zaciernej,
- szkolenia z postępowania w przypadku wycieku amoniaku,
- ćwiczenia z ewakuacji,
- pokazy jednostek ratownictwa chemicznego.



LICZBA UCZESTNIKÓW:

18 45
OKOCIM
Browar Okocim:
281
PRACOWNIKÓW

KASZTELAN
DUMA BROWARU SIĘCIE
Browar Kasztelan:
141
PRACOWNIKÓW

SZCZECIŃSKI
BOSMAN
Browar Bosman:
138
PRACOWNIKÓW
+
3 podwykonawców



Organizacja Dnia Bezpieczeństwa jest jednym z naszych wkładów w realizację 8 Celu Zrównoważonego Rozwoju ONZ (zadania 8.8) – więcej informacji na na str. 83.

Podczas Dnia Bezpieczeństwa nie tylko poszerzamy praktyczną wiedzę na temat eliminowania zagrożeń dla naszego zdrowia i życia, między innymi wymieniając się doświadczeniami. To także okazja do wspólnej rozmowy o tym, czym jest kultura bezpieczeństwa i w jaki sposób każdy pracownik, w toku wykonywania codziennych obowiązków, może się przyczynić do jej wzmocnienia.



Monika Nerć-Pankowska,
Specjalistka ds. BHP

BEZPIECZEŃSTWO NA DROGACH

Wszystkie nasze nowe samochody wyposażamy w blokady alkoholowe, w związku z czym już niemal cała nasza flota posiada takie urządzenia. Wypadkom komunikacyjnym zapobiegamy także organizując szkolenia dla naszych kierowców, organizowane na autodromach oraz online i ukierunkowane nie tylko na budowanie świadomości zagrożeń, ale także na praktyczną naukę zachowań w sytuacjach niebezpiecznych, która pozwala unikać ich na co dzień. Dodatkowym modułem szkolenia jest moduł pierwszej pomocy przedmedycznej, w ramach którego ćwiczymy pożądaną zachowania świadka wypadku, z uwzględnieniem zabezpieczenia miejsca, komunikacji ze służbami oraz czynności ratujących życie poszkodowanym. Uczestnicy otrzymują profesjonalnie wyposażone apteczki.

W 2022 r. w szkoleniach online z bezpiecznej jazdy dla użytkowników samochodów służbowych Carlsberg Polska wzięło udział:

- Carlsberg Driver Training
514 osób
- Onboard Technology Distractions
652 osoby

W ramach programu Bezpieczne Auto Carlsberga zorganizowaliśmy w zeszłym roku 9 szkoleń, w których wzięło udział 95 pracowników. Całodniowe szkolenie prowadzone jest na autodromie, gdzie symulujemy sytuacje niebezpieczne oraz ćwiczymy udzielanie pierwszej pomocy przedmedycznej.



DLA PRACOWNIKÓW I Z PRACOWNI- KAMI



Akcja sadzenia lasu zorganizowana w Szczecinie dla pracowników Browaru Bosman i ich rodzin.

DLA PRACOWNIKÓW I Z PRACOWNIKAMI

GRI 3-3

W 2022 r. nasze działania w sferze pracowniczej koncentrowały się na 5 obszarach:

- budowanie różnorodnej i włączającej kultury organizacyjnej (DE&I),
- rozwój kompetencji liderских,
- zarządzanie talentami,
- budowanie wizerunku pracodawcy,
- rozwój kluczowych umiejętności biznesowych.

Wiele aktywności rozpoczętych w 2022 r. i wcześniej będzie kontynuowanych w kolejnych miesiącach i latach.

Jako odpowiedzialny pracodawca chcemy tworzyć jak najwięcej okazji do rozmowy o zdrowym miejscu pracy, również w wymiarze zdrowia psychicznego, które w naszej kulturze w dalszym ciągu jest tematem wstydlivym lub wręcz tabu. Chcemy także wspierać naszych pracowników w dziedzinie psychoedukacji, aby zyskali większą świadomość swoich reakcji i emocji, jakie za nimi stoją, oraz wiedzę, gdzie zasięgnąć profesjonalnej pomocy.

TWORZENIE ATRAKCYJNEGO MIEJSCA PRACY

Nasi pracownicy mogą liczyć nie tylko na atrakcyjne wynagrodzenia, ale także na liczne świadczenia pozapłacowe, wspierające ich szeroko rozumiany dobrostan. Za ich pośrednictwem m.in. wspieramy zatrudnionych w rozwoju pozazawodowym oraz pomagamy w dbaniu o zdrowie fizyczne i psychiczne.

Na atrakcyjność naszej firmy jako pracodawcy składa się także tworzenie przestrzeni dla rozwoju zainteresowań zatrudnionych, ich

integracji oraz zaangażowania społecznego.

W 2022 r., tak jak w latach poprzednich, organizowaliśmy letnią i zimową rywalizację sportową, przez którą zachęcaliśmy pracowników do aktywności w dowolnej dyscyplinie i wspieraliśmy integrację zespołową. Najbardziej aktywni sportowcy otrzymują nagrody w postaci kart podarunkowych i specjalnych sportowych koszulek. W 2022 r. odbyły się dwie edycje: indywidualna i drużynowa. 73 uczestników, w wybranych przez siebie dyscyplinach, pokonało łączny dystans ponad 40 tys. km.

KURS NA DOBROSTAN – PROGRAM WSPARCIA PSYCHOLOGICZNEGO I ROZWOJOWEGO DLA PRACOWNIKÓW

Wiosną 2022 r. uruchomiliśmy program wspierający naszą kadrę w czterech obszarach:

- zawodowym (m.in. w walce ze stresem i wypaleniem zawodowym, poprawie produktywności),
- fizycznym (m.in. w nabywaniu nawyków z zakresu zdrowego stylu życia),
- psychologicznym (m.in. w rozumieniu i zarządzaniu emocjami oraz budowie odporności psychicznej),
- społecznym (m.in. w empatycznej komunikacji i wzmacnianiu więzi z innymi).

Jego zasadniczym elementem było zapewnienie zatrudnionym dostępu do platformy, która zawiera liczne webinary, podcasty i szkolenia, jak również umożliwia skorzystanie z konsultacji online z psychologiem, psychodietetykiem czy mentorem biznesu. Każdy pracownik samodzielnie decyduje, z których elementów oferty skorzysta.



Michał Pertkiewicz,
Wiceprezes ds. personalnych
i administracji



W zeszłym roku w Wieliczce odbył się XVIII Carlsberg Cup, w ramach którego rywalizowało osiem drużyn ze wszystkich trzech naszych lokalizacji. Z inicjatywy jednego z uczestników turnieju odbyła się także zbiórka pod hasłem „Gramy dla Ukrainy”. Środki zebrane przez kapitanów drużyn zostały przekazane najbardziej potrzebującym rodzinom pracowników Carlsberg Ukraina przebywającym w Polsce.

Kontynuowaliśmy także wspieranie oddolnych inicjatyw społecznych. W 2022 r. odbyła się już 7. edycja akcji Carlsbergowa Święteczna Paczka, w ramach której pracownicy koordynowani przez Komitet Społeczny zbierają środki dla swoich koleżanek i kolegów w trudnej sytuacji, a Zarząd podwaja zebraną

kwotę. W 2022 r. łączna suma wsparcia wyniosła rekordowe 47 350 zł.

Pracownicy Browaru Bosman mieli okazję zintegrować się m.in. podczas akcji rodzinnego sadzenia drzew w środku starego lasu, którą zorganizowaliśmy wspólnie z Nadleśnictwem Trzebież. Z kolei w Brzesku po 2 latach pandemicznej przerwy odbył się tradycyjny EkoPiknik, w ramach którego wspólne grillowanie zostało poprzedzone uporządkowaniem terenów zielonych w kompleksie parkowym niegdyś należącym do rodziny Goetzów, założycieli Browaru Okocim, a dziś otaczającym Stację Uzdatniania Wody funkcjonującą przy browarze.

Nasi pracownicy są częścią Carlsbergowej rodziny. Gdy ktoś z jej członków jest w potrzebie, nie możemy pozostać obojętni. Pomagamy sobie nawzajem, co widać po rosnącym zaangażowaniu w Carlsbergową Święteczną Paczkę. Wiemy, że możemy na siebie liczyć.



Marta Konupek,
Specjalistka ds. administracji
personalnej i reprezentantka
Komitetu Społecznego

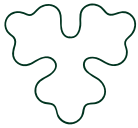
POLAND'S BEST EMPLOYERS 2022

Potwierdzeniem efektów naszych wysiłków na rzecz satysfakcji pracowników jest uzyskanie przez nas, drugi rok z rzędu, 3. miejsca w kategorii producentów dóbr konsumpcyjnych nietrwałych w rankingu magazynu „Forbes” najlepszych pracodawców w Polsce. Co więcej, zajęliśmy 34. miejsce w rankingu ogólnym, uwzględniającym ok. 1800 podmiotów zatrudniających na terenie Polski co najmniej 250 pracowników. Ranking odzwierciedla rzeczywistą jakość oferowanych miejsc pracy, gdyż powstał na podstawie anonimowych ankiet wysyłanych do pracowników. Ankietowani ocenili swoich pracodawców m.in. pod kątem wynagrodzeń i warunków pracy, zarządzania, relacji między zatrudnionymi oraz zrównoważonego rozwoju.

WSPIERANIE RÓŻNORODNOŚCI I WŁĄCZANIE

GRI 3-3

Szanujemy różnorodność, m.in. ze względu na płeć, wiek, kulturę, pochodzenie etniczne, zdolności fizyczne, przekonania polityczne i religijne czy orientację seksualną. Gwarantujemy włączające przywództwo i równe szanse dla wszystkich. Tworzymy atmosferę, która sprzyja integracji i zapewnia, że każdy może u nas być sobą. Budowanie takiej kultury organizacyjnej opiera się na Polityce Różnorodności i Włączania Grupy Carlsberg, która posiada cztery filary:



KOMPLEKSOWE PODEJŚCIE DO ROLI LIDERA

Integracja różnych grup jest źródłem naszej kreatywności i wspiera kulturę zwyciężania. Poprzez promowanie profesjonalnego przywództwa chcemy zapewnić możliwość osiągnięcia najlepszych wyników i rozwoju w organizacji.



RÓWNE SZANSE

W Grupie Carlsberg każdy, bez względu na tożsamość społeczną, ma te same możliwości. To właśnie poszanowanie różnych perspektyw i bogate doświadczenia pozwalają na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej i wzrost naszego biznesu. Takie podejście wymaga od nas zapewnienia równych szans w całej organizacji.



ZRÓŻNICOWANA PUŁA TALENTÓW

Chcemy przyciągać, rozwijać i utrzymać właściwych ludzi, których zróżnicowanie, kompetencje i doświadczenia pomogą nam w realizacji naszych celów. Poszanowanie różnorodności jest dla nas kluczowe, albowiem to dzięki niemu mamy tak szeroką i zróżnicowaną pulę talentów.



GLOBALNE PODEJŚCIE

W Grupie Carlsberg stawiamy na rozwój globalny, uwzględniając różnorodność kulturową i międzynarodowe doświadczenie naszych ludzi. Dzięki temu nasza organizacja cały czas rośnie. Zapewniamy wyjątkowe możliwości rozwoju zawodowego zarówno dla stażystów, jak i dla pracowników.

DE&I LEŻY W SERCU NASZEGO CELU DZIAŁANIA

Kamieniem węgielnym kultury jest zaangażowanie na rzecz różnorodności, równości i włączania (*diversity, equity and inclusion, DE&I*). Jest to podstawa naszego celu działania i spuścizna naszych założycieli.

DE&I POMAGA BUDOWAĆ WYSOCE EFEKTYWNA ORGANIZACJĘ

Chcemy budować kulturę włączania, u której podstaw jest szczere zrozumienie dla innych, bycie *fair* i odwaga wobec różnic. Także taką, która czerpie z różnych środowisk, doświadczeń i perspektyw, które wnoszą innowacje i pomysły niezbędne dla realizacji naszych celów.

RÓWNOŚĆ JEST FUNDAMENTEM DLA RÓŻNORODNOŚCI I WŁĄCZANIA

Wiemy, że nasi pracownicy mają różnorodne potrzeby, możliwości oraz doświadczenia. Podejmujemy działania, by usunąć bariery stojące im na drodze. Równość oznacza dla nas uczciwość i bycie *fair*, a nie identyczność.

RÓŻNORODNOŚĆ JEST W NASZYM DNA

Naszych 140 marek jest tak różnych jak nasi ludzie, rynki, konsumenci i klienci. Różnorodność jest częścią tego, kim jesteśmy!

WŁĄCZAJĄCA KULTURA BUDUJE W NASZYCH PRACOWNIKACH POCZUCIE PRZYNALEŻNOŚCI

Chcemy, aby nasi ludzie mogli być w pracy najlepszą wersją siebie. W końcu jesteśmy firmą, która „w radosnych momentach łączy ludzi dla lepszego dziś i jutra”.

W 2022 r. najważniejszymi inicjatywami naszej firmy na rzecz DE&I były:

- przeprowadzenie z partnerem zewnętrznym kompleksowego badania kultury organizacji pod kątem wspomnianego aspektu,
- wypracowanie w zespole interdyscyplinarnym i na podstawie wniosków z badania planu działań DE&I na lata 2023-2024,
- rozpoczęcie monitorowania wskaźników różnorodności w obszarze rekrutacji, wprowadzenie feminatywów (żeńskich końcówek) w ogłoszeniach o pracę oraz wybranych ogłoszeń o pracę w języku ukraińskim,
- realizacja cyklu webinarów rozwojowych dla kobiet.

Od 2014 r. jesteśmy sygnatariuszem Karty Różnorodności. Jest to, koordynowana w Polsce przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, międzynarodowa inicjatywa na rzecz promocji i rozpowszechniania idei równego traktowania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy.

RÓŻNORODNOŚĆ W REKRUTACJI

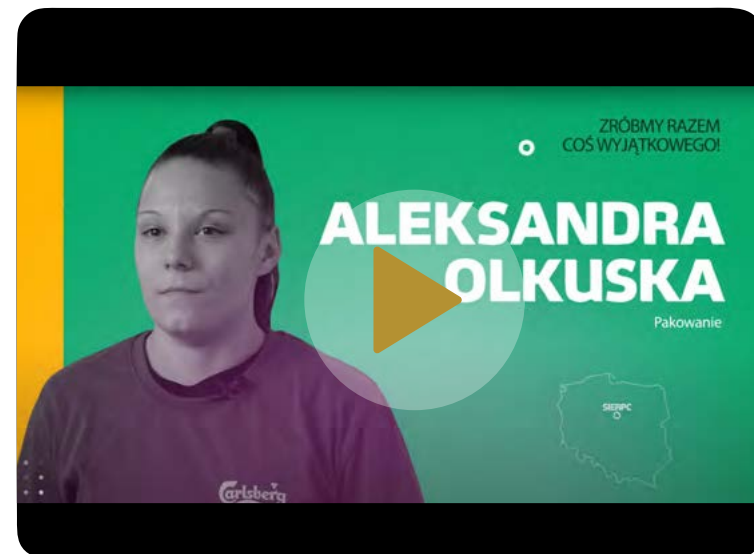
Jednym z kluczowych obszarów naszych działań na rzecz różnorodności i włączania był w 2022 r. proces rekrutacji:

- rozpoczęliśmy monitoring rekrutacji pod kątem płci osób aplikujących na poszczególne stanowiska, zapraszanych na rozmowy rekrutacyjne itd.,
- rozpoczęliśmy uwzględnianie żeńskich nazw stanowisk oraz wykorzystywanie filmu z naszą operatorką pakowania w komunikacji do potencjalnych pracowników i pracownic (w tym w spocie radiowym),
- część naszych ogłoszeń (przedstawicielka handlowa/

przedstawiciel handlowy, merchandiser/merchandiserka, operatorka/operator) została przetłumaczona na język ukraiński,

- rozpoczęliśmy umieszczanie ogłoszeń o pracę na portalu Flexi.pl, poświęconym pracownikom 50+.

Na 2023 r. planujemy m.in. dostosowanie ogłoszeń o pracę do osób 50+, m.in. pod względem stosowanego języka i wizualnym, oraz przeszkolenie rekruterów i menedżerów w zakresie tego, jak rozmawiać z osobami z niepełnosprawnościami.



WSPARCIE KOBIET W ROZWOJU ZAWODOWYM

Zainicjowany w 2022 r. program „Kobiece Szlaki” ma na celu wsparcie naszych pracownic w rozwoju zawodowym w oparciu o wzajemną pomoc i wymianę doświadczeń w formie spotkań w biurze i online, ale także uświadomienie obu płciom wzajemnych punktów widzenia i aspiracji zawodowych. Pierwszymi gościami spotkań kobiet

sukcesu były w Carlsberg Polska Joanna Glonek, Wiceprezesa ds. sprzedaży i Izabela Głodek, Wiceprezesa ds. marketingu. Podzieliły się one z uczestniczkami historią swoich karier, wyzwaniem, jakie przed nimi stoją, umiejętnościami radzenia sobie ze stresem, a także radami, jak się rozwijać zawodowo i jak dbać o równowagę między życiem zawodowym i prywatnym, a także odpowiedziały na liczne pytania uczestniczek.

W pierwszych dwóch spotkaniach uczestniczyło ponad 200 osób. W 2023 r. program będzie kontynuowany, uwzględniając kolejne kobiety sukcesu z Carlsberg Polska, m.in. Jolantę Gieniec-Biegańską, Wiceprezeskę ds. finansowych, a także inne osoby, które swoim doświadczeniem i autorytetem będą inspiracją dla zarówno kobiet, jak i mężczyzn pracujących w naszej firmie.

Realizując „Kobiece Szlaki” wspieramy osiągnięcie 5, 8 i 10 Celu Zrównoważonego Rozwoju (zadania 5,1, 5.5, 8.5, 10.2, 10.3 – więcej informacji na str. 83).



Idea programu „Kobiece Szlaki” polega na wzajemnym wsparciu i wymianie doświadczeń. Rosnąca liczba uczestniczek jest potwierdzeniem, że tego typu inicjatywy rozwojowe są potrzebne. Dodatkowo, cieszy nas obecność naszych kolegów podczas spotkań. Przychodzą na nie z chęcią lepszemu zrozumieniu kobiecej perspektywy, a wychodzą z ogromną dawką wiedzy i inspiracji.



Teresa Aldea,
Kierowniczka
ds. zrównoważonego
rozwoju

NIEDYSKRIMINUJĄCE ZASADY WYNAGRADZANIA

GRI 3-3 , 405-2, 406-1

Żelazną zasadą w Grupie Carlsberg jest to, że na zróżnicowanie płac na porównywalnych stanowiskach wpływają jedynie długoterminowe indywidualne wyniki, doświadczenie (które jest źródłem zwiększonego wkładu) i unikalne zdolności. Na wysokość wynagrodzenia nie wpływają natomiast cechy demograficzne, takie jak płeć czy wiek.

W 2022 r. w całej Grupie Carlsberg, w tym także w Carlsberg Polska, przeprowadziliśmy bardzo szczegółową analizę zróżnicowania płac kobiet i mężczyzn (Gender Pay Gap). Analizie poddano każdy poziom zaszerogowania (Hay Grade), w którym jest więcej niż 10 mężczyzn i 10 kobiet, a ocenie podlegała procentowa różnica między średnim wynagrodzeniem mężczyzn a średnim wynagrodzeniem kobiet. Zgodnie z metodologią badania, każda różnica poniżej 5% jest nieistotna. Badanie zidentyfikowało dwie istotne różnice:

- różnica na poziomie I1 wynika z faktu, że większość mężczyzn w tej grupie to starsi piwowarzy, których pensje są wyższe ze względu na doświadczenie;
- różnica na poziomie I2 wynika z faktu, że większość pracowników w tej grupie to mężczyźni będący automatykami, inżynierami czy mechanikami.

W obu tych przypadkach na rynku brakuje kandydatek z wymaganymi kwalifikacjami czy doświadczeniem.



0

**POTWIERDZONYCH
PRZYPADKÓW
DYSKRIMINACJI
W NASZEJ FIRMIE
W 2022 R.**

ROZWÓJ TALENTÓW I KOMPETENCJI LIDERSKICH

GRI 3-3, 404-1, 404-2, 404-3

Praca w Carlsberg Polska oznacza możliwość wszechstronnego rozwoju. Służą temu m.in. szkolenia otwarte i dostęp do zdalnej platformy szkoleniowej, program rozwoju liderów i programy rozwoju konkretnych kompetencji, adresowane do określonych grup stanowisk.

Wśród szkoleń zrealizowanych w 2022 r. znalazła się m.in. pierwsza, pilotażowa edycja programu Akademia e-commerce, w ramach której w 4 warsztatach wzięło udział 16 uczestników i uczestniczek.

Ponadto w sferze rozwoju talentów:

- zaprojektowaliśmy pilotażowy program mentoringowy dla zespołu Top 60, czyli ambitnych reprezentantów wszystkich obszarów w firmie, którym powierzono dodatkowe crossfunkcyjne projekty,
- zaprojektowaliśmy z partnerem zewnętrznym kompleksowe rozwiązanie w zakresie planowania sukcesji na kluczowych stanowiskach.

Kategorie pracowników	Średnia liczba godzin szkoleniowych 2022	Łączna liczba godzin szkoleniowych 2022
Sprzedaż i Marketing	7	3 514
Produkcja	19	11 024
Logistyka	6	1 032
Administracja (HR, Finanse, PR)	29	2 222
Łącznie	13	17 792

ZDALNA NAUKA JĘZYKÓW

W celu umożliwienia pracownikom rozwoju kompetencji językowych, w 2022 r. zapewniliśmy im dostęp do platformy edukacyjnej online. W jej ramach mogą oni szlifować języki: angielski, niemiecki oraz hiszpański. Nauka w formie krótkich lekcji (gier, quizów) spotkała się z dużym zainteresowaniem zatrudnionych, którzy w ub. roku łącznie spędzili na niej blisko 50 tys. minut.

BLISKO 100%
PRACOWNIKÓW OTRZYMAŁO
W 2022 R. OCENĘ ROCZNĄ
ZA 2021 R.

Uzyskało ją:

99%
PRACOWNIKÓW
OPERACYJNYCH

100%
PRACOWNIKÓW
ADMINISTRACYJNYCH

PROGRAM PODNOSZENIA KWALIFIKACJI OPERATORÓW MASZYN

Od 2021 r. realizujemy, kompleksowy program podnoszenia kwalifikacji operatorów maszyn, który będzie projektem długofalowym, służącym edukacji, rozwojowi i utrzymaniu kadry pracowników, która jest niezbędna do funkcjonowania browarów. Każdy uczestnik przechodzi kwalifikację i jest przypisywany do danej grupy (różne poziomy) z celami, jakie ma osiągnąć po jego ukończeniu. Program jest wdrażany kaskadowo: liderzy linii, liderzy techniczni i inżynierowie procesu z każdej linii zapoznają się z jego założeniami i zawartością merytoryczną, a następnie wdrażają go u operatorów na swoich liniach. W 2022 r. w jego ramach przeszkoliliśmy 168 osób.

GRI 404-3

Ważnym aspektem indywidualnego rozwoju jest uzyskiwanie informacji zwrotnej od przełożonych, obejmującej w szczególności ocenę poziomu realizacji indywidualnych celów oraz ocenę zachowań pracownika w kontekście Kultury 3A. Budujemy kulturę udzielania informacji zwrotnej, w ramach której przełożony powinien raz w miesiącu spotykać się w tym celu z pracownikiem. Oprócz tego w naszej firmie mają miejsce oceny roczne.

W 2022 r. rozwijaliśmy kompetencje przywódcze w organizacji przede wszystkim w formie:

- pilotażowych warsztatów rozwojowych dla liderów,
- zaprojektowania i uruchomienie strony intranetowej Strefa Lidera z materiałami edukacyjnymi i inspiracyjnymi.

BUDOWANIE WIZERUNKU ATRAKCYJNEGO PRACODAWCY

W 2022 r. nasze najważniejsze działania z zakresu budowania marki pracodawcy (*employer branding*) stanowiły:

- udział w licznych targach pracy w kluczowych lokalizacjach w Polsce;
- dogłębna analiza naszych działań w poprzednich latach i wykreowanie jasnej strategii *employer branding* dla Carlsberg Polska;
- nawiązanie współpracy z kluczowymi uczelniami i wdrożenie na nich programu Ambasador Carlsberga, którego celem jest rozpropagowanie Carlsberg Polska jako pracodawcy umożliwiającego rozpoczęcie kariery zawodowej w różnych obszarach, nie tylko produkcyjnych. Rolą ambasadorów jest bycie łącznikiem pomiędzy naszym biznesem a społecznością akademicką, co pozwala szybciej reagować na zmieniające się oczekiwania nowego pokolenia, a także przez dogłębną analizę tych oczekiwań w przyszłości stworzyć program stażowy sztytu na miarę potrzeb osób dopiero wchodzących na rynek pracy;
- pokazywanie studentom browaru jako bezpiecznego, nowoczesnego i atrakcyjnego miejsca pracy;
- rozpoczęcie projektu odświeżenia sekcji naszej strony WWW poświęconej możliwościom rozwoju kariery w Carlsberg Polska;
- uruchomienie na Instagramie profilu CarlsbergPolskaToMy.

Chcąc pokazać, jakim pracodawcą jesteśmy na co dzień, uruchomiliśmy profil CarlsbergPolskaToMy na Instagramie. Zdjęcia wykonane przez naszych pracowników z różnych lokalizacji najautentyczniej obrazują naszą kulturę pracy, zadania i aktywności.



Małgorzata Wąsik,
Młodsza kierowniczka
ds. komunikacji

ŁAD ZARZĄDCZY I KULTURA ORGANIZACYJNA

Widok na Browar Bosman w Szczecinie. Zdjęcie zrobione podczas Dnia Bezpieczeństwa w 2022 r.

ŁAD ZARZĄDCZY I KULTURA ORGANIZACYJNA

GRI 405-1

W okresie objętym raportem skład Zarządu nie zmienił się, w związku z czym na dzień 31 grudnia 2022 r. tworzyli go:



Mieszko Musiał

PREZES ZARZĄDU
CARLSBERG POLSKA SP. Z O.O.



**Jolanta
Gieniec-Bieganska**

WICEPREZESKA ZARZĄDU
DS. FINANSOWYCH
CARLSBERG POLSKA
SP. Z O.O.



Izabela Głodek

WICEPREZESKA
DS. MARKETINGU
CARLSBERG POLSKA
SP. Z O.O.



Michał Pertkiewicz

WICEPREZES
DS. PERSONALNYCH
I ADMINISTRACJI
CARLSBERG POLSKA
SP. Z O.O.



Joanna Głonek

WICEPREZESKA
DS. SPRZEDAŻY
CARLSBERG POLSKA
SP. Z O.O.



Marek Krzysztoporski

WICEPREZES
DS. ZINTEGROWANEGO
ŁAŃCUCHA DOSTAW
CARLSBERG POLSKA SP. Z O.O.

PREZES ZARZĄDU
CARLSBERG SUPPLY
COMPANY POLSKA SA



Michał Napieracz

CZŁONEK ZARZĄDU
CARLSBERG SUPPLY
COMPANY POLSKA SA
I DYREKTOR BROWARU
KOCIM

WYBÓR CZŁONKÓW ZARZĄDU ODBYWA SIĘ ZGODNIE Z PRZEPISAMI PRAWA. DOKONUJE GO RADA NADZORCZA NA DRODZE UCHWAŁ.

MODEL ZARZĄDZANIA

GRI 2-9, 2-10

Kluczem do osiągnięcia naszych ambicji w zakresie Together Towards ZERO and Beyond jest silne przywództwo i zaangażowanie najwyższego kierownictwa.

Za bieżące zarządzanie naszą firmą odpowiada Zarząd, stale współpracujący zarówno z 12-osobową grupą kierowników, jak i z 70-osobowym zespołem kluczowych

pracowników z różnych szczebli organizacji. Zaangażowanie osób reprezentujących różnorodne kompetencje, doświadczenia i punkty widzenia umożliwia podejmowanie lepszych decyzji, wyznaczanie nowych kierunków rozwoju firmy oraz wdrażanie innowacyjnych rozwiązań. Pracę Zarządu nadzoruje Rada Nadzorcza.

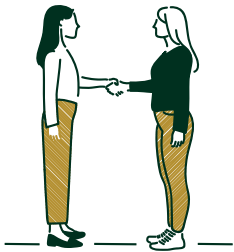
WARTOŚCI GRUPY CARLSBERG

GRI 3-3

Trzy wartości określają to, jak chcemy działać. Nazywamy je Kulturą 3A, od pierwszej litery angielskich słów *alignment* (uzgodnienie), *accountability*

(odpowiedzialność) oraz *action* (działanie). Każda z tych wartości została opisana za pomocą 3 atrybutów. Towarzyszą nam one każdego dnia, podczas wykonywania

wszystkich naszych zadań. Zgodnie z nimi m.in. rekrutujemy, rozwijamy i nagradzamy pracowników.



ALIGNMENT (Uzgodnienie)

- Otwarty i konstruktywny dialog oraz udzielanie jasnej informacji zwrotnej.
- Jasne precyzowanie ustaleń, a nie kreowanie założeń.
- Myślenie jak jeden zespół.



ACCOUNTABILITY (Odpowiedzialność)

- Zaangażowanie w podejmowanie decyzji i przewidywanie nieoczekiwane.
- Branie odpowiedzialności za swoje działania.
- Informowanie o podjętych decyzjach wszystkich zainteresowanych.



ACTION (Działanie)

- Koncentracja na tym, co jest niezbędne do zrealizowania celów oraz konsekwentne prowadzenie kolejnych działań i monitorowanie postępów.
- Przewidywanie potrzeb konsumentów i klientów.
- Poszukiwanie i dzielenie się najlepszymi praktykami, mogącymi zwiększyć efektywność.

Jako osobie odpowiedzialnej za warszawskie biuro zależy mi, żeby wszyscy dobrze się w nim czuli. Dbam o atmosferę w pracy współorganizując liczne okazje do nieformalnych spotkań i zachęcając do integracji. W zeszłym roku mieliśmy m.in. spotkanie świąteczne ze wspólnym robieniem łańcucha na choinkę czy Dynia Party w ramach naszego Open Baru. Wspólnie spędzony czas sprzyja budowaniu relacji, a czasem nawet przyjaźni na całe życie.



Gracja Biłska,
Koordynatorka biura
Carlsberg Polska
i ambasadorka Kultury 3A

AMBASADORZY KULTURY 3A

Promocji wartości Grupy Carlsberg służy program Ambasadorzy Kultury 3A. W jego ramach nasi pracownicy mają możliwość doceniania koleżanek i kolegów, zgłaszając ich wyróżniające się działania zgodne z kulturą organizacyjną firmy. W 2022 r. otrzymaliśmy 212 zgłoszeń w 6 kategoriach:

- **praca zespołowa (62),**
umiejętność dostarczania rezultatów w zespołach, współpraca x-funkcyjna,
- **profesjonalizm (57),**
wysoki (vs rynek) poziom umiejętności i wykonywanej pracy,
- **pasja (33),**
zaangażowanie w pracę, sprawy firmy, optymizm w działaniu,
- **samosterowność (27),**
samodzielne działanie, wewnętrzna motywacja,
- **przedsiębiorczość (19),**
szukanie szans i wyzwań, doprowadzanie spraw do końca,
- **pokora (14),**
czerpanie z doświadczeń innych w pracy i na rynku, szacunek dla innych, umiejętność słuchania.

Spośród wszystkich zgłoszeń jury wyróżniło 29 osób i 1 zespół mogący być przykładem dla nas wszystkich. Oprócz tytułu Ambasadora Kultury 3A zwycięzcy otrzymali nagrody pieniężne.

ZASADY POSTĘPOWANIA

GRI 3-3

Podstawowe zasady naszej kultury organizacyjnej definiuje Kodeks Etyki i Postępowania Grupy Carlsberg. Wspiera on naszą strategię i pomaga chronić naszych ludzi oraz reputację odpowiedzialnego browarnika.

Nasze zasady to:

- **uczciwość** – mówimy prawdę sobie i innym,
- **zgodność z obowiązującymi regulami** – przestrzegamy prawa i naszych zasad,
- **poczucie odpowiedzialności** – zdajemy sobie sprawę, że właściwe postępowanie nie zawsze jest łatwe,
- **szacunek wobec innego człowieka** – jesteśmy tolerancyjni, empatyczni i doceniamy różnice.

Kodeks zawiera m.in.:

- podstawowe wymagania dotyczące przestrzegania wartości etycznych i przepisów prawa wobec naszych pracowników i osób, z którymi współpracujemy,
- odniesienia do właściwych polityk wewnętrznych,
- dane kontaktowe osób odpowiedzialnych za poszczególne obszary,
- przewodnik rekomendowanych i zakazanych praktyk, uwzględniający wnioski z dotychczas stwierdzonych niezgodności,

- przewodnik dotyczący etycznego podejmowania decyzji, pomagający w sytuacjach, w których właściwe postępowanie może być niejasne.

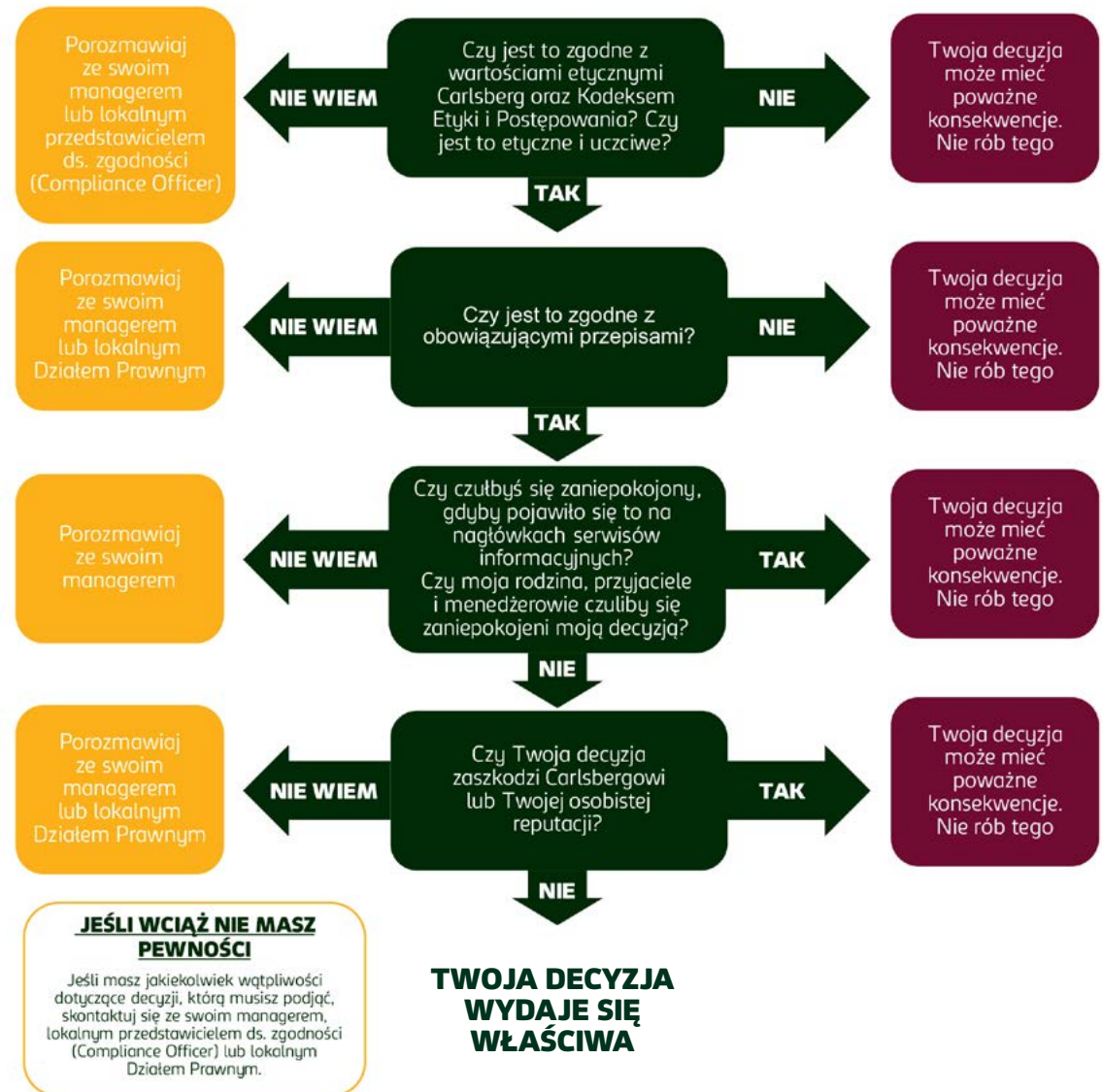
Aby zagwarantować powszechną znajomość i zrozumienie obowiązujących zasad:

- część szkolenia wprowadzającego dla nowo zatrudnionych poświęcamy kwestii etyki biznesu i zgodności z przepisami prawa,
- wymagamy od pracowników podpisania oświadczenia o zapoznaniu się z Kodeksem,
- organizujemy szkolenia w formie e-learningu poświęcone m.in. treści Kodeksu, prawu konkurencji, przeciwdziałaniu korupcji i łapownictwu, ochronie danych osobowych oraz cyberbezpieczeństwu,
- prowadzimy cykliczne działania przypominające i podnoszące świadomość (newslettery, plakaty, komunikacja w intranecie).

Integralną częścią wszystkich umów zawieranych przez nas z dostawcami jest Kodeks Postępowania Dostawców i Licencjobiorców. Określa on podstawowe wymagania wobec naszych partnerów w zakresie etyki biznesu.

ZASADY POSTĘPOWANIA

Możesz znaleźć się w sytuacjach, w których nie będziesz mieć pewności, jak się zachować, lub dla których Carlsberg nie ma jasnej polityki lub standardu. Jeśli tak, ZADAJ SOBIE te pytania, które pomogą Ci dokonać wyboru właściwego postępowania.



CIĄGŁE DOSKONALENIE

GRI Własny I

Ważnym elementem naszej kultury organizacyjnej jest ambicja ciągłego doskonalenia się. Realizujemy ją m.in. w oparciu o proces Kaizen, co po japońsku oznacza zmianę na lepsze. Polega on na zgłaszaniu przez pracowników, w oparciu o ich wiedzę, praktyczne doświadczenia i kreatywność, pomysłów (tzw. inicjatyw) na usprawnienia w poszczególnych obszarach (jakość, bezpieczeństwo, zużycie mediów itd.). Do zgłaszania usprawnień służy specjalna aplikacja, a najlepsze pomysły są wdrażane i wyróżniane nagrodą oraz tytułem kaizena kwartału i roku.

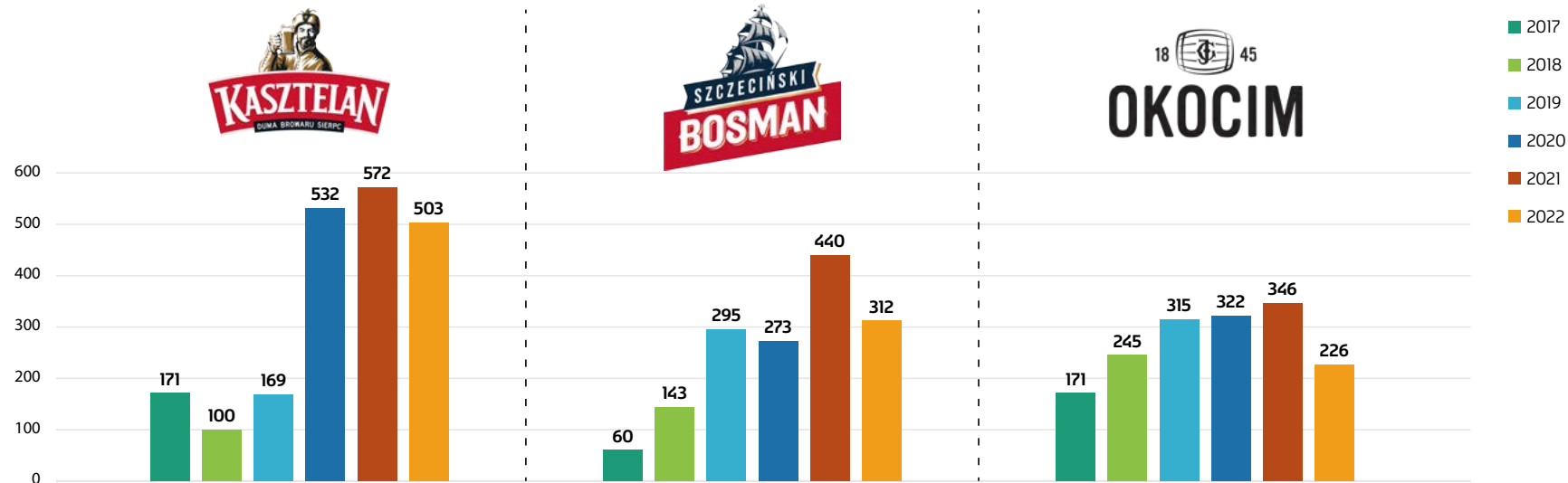
W 2022 r. wprowadzono także dodatkowe nagrody:

- w pierwszym półroczu promowane były kaizeny dotyczące bezpieczeństwa (LSR) oraz optymalizacji zużycia mediów,
- w drugim półroczu promowane były kaizeny z zakresu ograniczania zużycia sody kaustycznej oraz redukcji emisji CO₂.

Sześcioro pracowników, autorów najlepszych projektów, zostało wyróżnionych nagrodą Kaizen Roku 2022.



Łączna liczba kaizenów w Browarach Carlsberg Polska 2017-2022



ZARZĄDZANIE RYZYKIEM

W Carlsberg Polska obowiązują jasno określone zasady zarządzania ryzykiem, spójne dla całej Grupy Carlsberg. Kompleksowość i jednolitość polityki zarządzania ryzykiem w Grupie ułatwia identyfikowanie potencjalnych negatywnych zdarzeń wewnętrznych i niekorzystnych zmian w otoczeniu firmy, jak również planowanie i działania zapobiegające pojawieniu się ich lub ograniczające ich skutki. Efektem całego procesu jest zapewnienie bezpieczeństwa działalności firmy oraz skuteczności realizacji strategii. Identyfikacja ryzyka jest integralnym

elementem kluczowych procesów biznesowych – od 3-letniego planowania finansowego po operacyjne zarządzanie ciągłością działania.

Identyfikacja ryzyk jest procesem oddolnym, realizowanym podczas warsztatów funkcyjnych w poszczególnych obszarach naszej działalności. W 2022 r. odbyło się 7 takich warsztatów oraz 1 ogólna sesja „Zarządzanie ryzykami – dlaczego, co i jak”.

Analiza, ocena i wycena ryzyk odbywają się dwuetapowo. Pierwszy etap odbywa się na warsztatach identyfikacji ryzyk i jego celem jest ustalenie ich właścicieli. Drugim etapem jest międzyzespołowa

praca, której efektem jest określenie czynników ryzyka, jego wycena (tj. oszacowanie kosztów w przypadku urzeczywistnienia) oraz przygotowanie planów działań, których celem jest minimalizacja ryzyka lub jego skutków, gdyby zagrożenie się zmaterializowało.

Kluczowym elementem procesu jest określenie właściciela odpowiedzialnego za przygotowanie i realizację planu działań minimalizujących ryzyko oraz monitorowanie czynników ryzyka, których zmiany przekładają się na wielkość ryzyka. Lista ryzyk istotnych z punktu widzenia realizacji strategii spółki, mająca postać mapy odzwierciedlającej aktualną wycenę, podlega przeglądom kwartalnym.

Zarządzanie ryzykiem jest realizowane w pełnej zgodności z Kulturą 3A i składa się z 6 etapów, które stanowią:



ZGODNOŚĆ Z PRAWEM I REGULACJAMI WEWNĘTRZNYMI

Na wspólnej dla całej Grupy Carlsberg platformie Live by Our Compass nasi pracownicy mogą znaleźć obowiązujące w niej polityki, podręczniki i wytyczne, w najbardziej aktualnych wersjach.

Najważniejsze z nich, poza Kodeksem Etyki i Postępowania, to:

- Polityka przeciwdziałania korupcji i łapownictwu,

- Polityka zgodności z przepisami ochrony konkurencji,
- Polityka prywatności i ochrony danych osobowych,
- Polityka sankcji handlowych.

Ponadto w poszczególnych spółkach, a więc także w Carlsberg Polska, obowiązują procedury lokalne.

Najważniejszą zmianą w 2022 r. była aktualizacja Polityki sankcji handlowych, a także wdrożenie nowej procedury weryfikacji kontrahentów pod względem sankcji handlowych i przeciwdziałania korupcji i łapownictwu (Third Party Screening Procedure (ABC & Trade Sanctions)). W Carlsberg Polska realizowane są kontrole

wewnętrzne, mające na celu zapewnienie zgodności z postanowieniami Kodeksu oraz regulacjami w sferze przeciwdziałania korupcji i łapownictwu, ochrony danych osobowych, ochrony konkurencji i sankcji handlowych. Zasady ich przeprowadzania są określone w dokumencie Legal & Compliance Control Framework, a ich efekty raportowane na koniec kwartału i roku do grupowej jednostki Legal & Compliance. Za ich wykonanie, monitorowanie i raportowanie jest odpowiedzialny Business Ethics & Compliance Officer. Najważniejszymi obszarami podlegającymi kontroli jest przeprowadzenie analizy ryzyka i wdrożenie na jej podstawie planu compliance.

Zgodnie z Polityką i Podręcznikiem Zarządzania Kryzysowego, niezgodności o krytycznym znaczeniu zgłaszane są do Zespołu Zarządzania Kryzysowego, któremu przewodniczy Kierownik działu audytu wewnętrznego i rozwoju procesów, a w jego skład wchodzi ponadto Dyrektor ds. korporacyjnych i ESG.

Wszyscy nowi pracownicy pisemnie zobowiązują się do przestrzegania Kodeksu Etyki i Postępowania oraz polityk i procedur obowiązujących w Grupie Carlsberg.

Najważniejsze działania podjęte przez firmę w sferze compliance w 2022 r.:

1. Dostosowanie Speak Up, czyli funkcjonującego systemu zgłaszania potencjalnych nieprawidłowości przez pracowników i partnerów biznesowych, do wymagań wynikających z dyrektywy o sygnalistach.
2. Przeprowadzenie globalnej kampanii promującej i budującej świadomość w zakresie Speak Up (zob. sekcja *Zgłaszanie nieprawidłowości*).
3. Lokalny audyt, tzw. *spot check*, złożonych oświadczeń o niewystępowaniu konfliktu interesów, przeprowadzony w oparciu o wytyczne przygotowane przez zespół Legal & Compliance Grupy Carlsberg. Miało on na celu przede wszystkim weryfikację, czy uzgodnione akcje mitygujące są realizowane oraz czy są wystarczające.

4. Audyt bezpieczeństwa IT aplikacji i systemów wykorzystywanych przez Dział Sprzedaży.
5. Wdrożenie aplikacji OneTrust, wspierającej proces zapewniania zgodności z przepisami w zakresie ochrony danych osobowych, w szczególności w zakresie mapowania procesów.
6. Wdrożenie nowych wymagań dotyczących współpracy z organizacjami branżowymi w celu zapewnienia zgodności z przepisami prawa konkurencji (analiza ryzyka, weryfikacja dokumentów, wdrożenie centralnego rejestru agend i protokołów spotkań).
7. „Strong tone from the top” – seria komunikatów zwracających uwagę na najważniejsze zagadnienia z obszaru compliance, wysyłanych przez Prezesa Zarządu Carlsberg Polska.
8. Liczne szkolenia stacjonarne i online w obszarze compliance oraz egzekwowanie obowiązków w zakresie e-learningów (tematy: Kodeks Etyki i Postępowania, przeciwdziałanie korupcji, prawo konkurencji). Pracownicy, którzy zostali zatrudnieni ponad 2 lata temu, mieli obowiązek ponownego odbycia e-learningu poświęconego przeciwdziałaniu korupcji i łapownictwu.

O STWIERDZONYCH PRZEZ ODPOWIEDNIE INSTYTUCJE, ISTOTNYCH PRZYPADKÓW NIEZGODNOŚCI DZIAŁAŃ CARLSBERG POLSKA Z PRAWEM I REGULACJAMI W 2022 R.

PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI I ŁAPOWNICTWU ORAZ KONFLIKTOM INTERESÓW

GRI 2-15, 3-3

Polityka przeciwdziałania korupcji i łapownictwu, obowiązująca na poziomie Grupy Carlsberg, stanowczo podkreśla nie tylko bezwzględny zakaz przyjmowania i wręczania łapówek przez pracowników, ale także zakazuje dokonywania płatności przyspieszających bieg spraw (*facilitation payments*), nawet jeśli nie zabraniają ich przepisy, a ponadto zawiera wytyczne dotyczące otrzymywania i wręczania prezentów, zapewniania rozrywki, darowizn i sponsoringu. Kierownicy i menedżerowie od określonego poziomu mają obowiązek składania oświadczeń o niewystępowaniu konfliktu interesów.

Przeprowadzenie analizy ryzyka jest jedną z kontroli compliance wymaganych przez Group Legal & Compliance, jak również jest elementem procesu zarządzania ryzykiem zgodnie z Polityką zarządzania ryzykiem Grupy Carlsberg. W tym celu są przeprowadzane warsztaty z udziałem przedstawicieli działu prawnego, compliance, audytu i funkcji biznesowych. Dla zagwarantowania, że polityka antykorupcyjna jest przestrzegana, zostały wdrożone procesy kontroli wewnętrznej określone w Legal &

Compliance Control Framework, bazujące na podejściu opartym na ryzyku (*risk based approach*). Dodatkowo, weryfikujemy każdego kontrahenta pod względem ryzyka naruszenia zasad etyki i przepisów prawa (zob. także sekcję *Weryfikacja kontrahentów*). W związku z wdrożeniem nowego procesu sprawdzania kontrahentów pod tym kątem, w październiku 2022 r. zaktualizowano obowiązujący w całej Grupie Carlsberg podręcznik przeciwdziałania łapownictwu i korupcji.



ODNOTOWANYCH PRZYPADKÓW KORUPCJI W 2022 R.

GRI 205-3

Wszyscy nowo zatrudnieni muszą przejść szkolenia antykorupcyjne w formie e-learningu (obowiązek ten dotyczy osób posiadających dostęp do służbowej poczty elektronicznej, tj. zwolnieni są z niego kierowcy, operatorzy produkcji czy magazynierzy). Początek pracy w naszej firmie to także konieczność podpisania oświadczenia o niewystępowaniu konfliktu interesów. Wybrane grupy pracowników muszą je wypełniać co roku.

O naszej polityce i procedurach antykorupcyjnych informowani są wszyscy nasi partnerzy biznesowi.



Nasze wysiłki w sferze przeciwdziałania zachowaniom korupcyjnym wspierają realizację 16 Celu Zrównoważonego Rozwoju ONZ – patrz str. 83.

ZGŁASZANIE NIEPRAWIDŁOWOŚCI

GRI 2-25, 2-26, Własny 2

Pracownicy, jak również każda osoba bądź podmiot, z którymi współpracujemy lub współpracujemy (tj. partnerzy biznesowi, dostawcy, akcjonariusze, udziałowcy, agenci, dystrybutorzy, przedstawiciele i klienci), mogą zgłaszać wszelkie naruszenia lub podejrzenia w tym zakresie za pomocą systemu Speak Up, obsługiwanego przez niezależną firmę zewnętrzną. Dodatkowo w zależności od okoliczności pracownik może zwrócić się do przełożonego, przedstawiciela działu HR, działu prawnego oraz do lokalnego przedstawiciela ds. zgodności (Business Ethics & Compliance Officer). Każda

osoba, która otrzyma zgłoszenie o naruszeniu Kodeksu, musi natychmiast poinformować Business Ethics & Compliance Officera i nie może samodzielnie rozpoczynać postępowania wyjaśniającego w tej sprawie. Każde zgłoszenie jest wnikliwie analizowane, osoba zgłaszająca podlega ochronie oraz otrzymuje potwierdzenie zgłoszenia wraz z informacją o dalszych krokach (o ile zgłoszenie było dokonane w sposób nieanonimowy lub anonimowy za pośrednictwem platformy Speak Up). Sposób postępowania ze zgłoszeniem reguluje Podręcznik badania naruszeń.

W 2022 r. w całej Grupie Carlsberg odbyła się kampania przypominająca o platformie do zgłaszania nieprawidłowości. We wszystkich lokalizacjach pojawiły się plakaty informujące, jakie zdarzenia można zgłaszać i w jaki sposób.

W ub.r. odnotowano 1 zgłoszenie z wykorzystaniem Speak Up. Po przeprowadzeniu postępowania wyjaśniającego przez grupową jednostkę audytu wewnętrznego zostało ono uznane za niezasadne.



Nowy proces weryfikacji kontrahentów jest taki sam dla całej Grupy Carlsberg, co znacznie usprawnia współpracę z partnerami biznesowymi. Zaletą wdrożonego narzędzia Compliance Catalyst² jest to, że raz zweryfikowany kontrahent jest objęty ciągłym monitoringiem i w przypadku pojawienia się nowych ryzyk dotyczących współpracy z nim, nasza firma jest o tym niezwłocznie informowana.



Krzysztof Zagrajek,
Business Ethics &
Compliance Officer

WERYFIKACJA KONTRAHENTÓW

W trosce o najwyższą jakość oferowanych przez nas produktów oraz prowadzonych działań operacyjnych, w 2022 r. w Grupie Carlsberg wdrożono nową procedurę weryfikacji kontrahentów (Third Party Screening Procedure). Do weryfikacji służy narzędzie Compliance Catalyst², które automatycznie sprawdza wszelkie informacje na temat potencjalnego kontrahenta oraz jego pracowników w oparciu o zasoby dostępne w Internecie, publicznych rejestrach, bazach orzeczniczych i listach sankcyjnych. Pracownik uzupełnia prosty wniosek zawierający informacje o kontrahencie i rodzaju planowanej współpracy. Jeżeli Compliance Catalyst² zidentyfikuje ryzyko dotyczące danego kontrahenta, sprawa zostaje przekazana do analizy przez zespół prawny i compliance.

ROZWIJANIE NASZYCH PRODUKTÓW I ZAPEWNIANIE ICH JAKOŚCI



NOWA
WYTWÓRNIA
TU WARZY OKOCIM

W Krakowie powstało wyjątkowe dla marki Okocim miejsce, które działa w ramach konceptu „Nowa Wytwórnia. Tu Warzy Okocim”. To innowacyjny browar restauracyjny, w którym piwowarskie know-how spotyka się ze znakomitą kuchnią. Możecie tu spróbować wyjątkowych – warzonych na miejscu – pów Okocim.

ROZWIJANIE NASZYCH PRODUKTÓW I ZAPEWNIANIE ICH JAKOŚCI

JAK TWORZYMY PIWNE INNOWACJE WYSOKIEJ JAKOŚCI

GRI 3-3

W 2022 r. na sklepowych półkach zadebiutowało aż 21 naszych produktów, co czyni nas liderem innowacji na polskim rynku piwa. Nasze udziały w wolumenie i wartości sprzedaży piwnych nowości stanowią dwukrotność naszego udziału w całym polskim rynku piwa, co pokazuje znaczenie nowych produktów dla budowania relacji z naszymi klientami.

Udane innowacje to w naszej firmie wynik doskonałego latami, złożonego procesu ich tworzenia, zwanego Growth Story. Trwa on ok. półtora roku i kładzie ogromny nacisk na jakość. Rozwój produktu rozpoczyna się od zdobywania i analizowania przez nas wiedzy

pochodzącej z różnych źródeł, a dotyczącej m.in. trendów konsumenckich. Projektowane piwa najpierw przechodzą bardzo dokładne testy wewnętrzne, prowadzone przez zespół ds. nowych produktów funkcjonujący w browarze w Brzesku aż do momentu uzyskania najlepszego smaku. Kolejnym etapem są niezwykle wymagające testy eksperckie. Nowa propozycja musi ponadto zostać zaopiniowana przez przynajmniej 100 konsumentów w formie wystandaryzowanego ślepego testu oceny produktu. Ocena, prowadzona techniką Central Location Test, obejmuje dwanaście wymiarów, od zapachu po smak i posmak.

W 2022 r. wprowadziliśmy na polski rynek następujące piwa:

NOWOŚCI W NASZYM PORTFOLIO



Carlsberg Export



Okocim Limonka z Miętą 0,0%



Okocim Mocna Pomarańcza



Okocim Malina z Borówką Amerykańską



Okocim Mocna Wiśnia



Okocim Grejfrut z Limonką



Żatecký Letký Pils 3,8%



Somersby Strawberry & Kiwi 4,5%



Somersby Mandarine 0,0%



Somersby Blueberry 0,0%



Somersby Passion Fruit & Orange 0,0%



Somersby Light Bubble 4,0% Lime



Somersby Light Bubble 4,0% Mango & Passion Fruit



Garage Red Pirate Punch



Garage S** on the beach



Harnaś LodoHerbata Brzoskwinia 4,6%



1664 Blanc



1664 Blanc Rose



Brooklyn Pilsner



Nasze piwa zostały docenione przez organizatorów konkursu Złote Innowacje FMCG & Retail 2022:



Złota innowacja (1 miejsce)
w kategorii piwo alkoholowe
i bezalkoholowe dla **Somersby
Strawberry & Kiwi**



**Wyróżnienie dla Harnasia
LodoHerbata Brzoskwinia**
w kategorii odpowiedź na potrzeby
– piwo alkoholowe i bezalkoholowe

Zgodnie z naszą misją „warzenia dla lepszego dziś i jutra”, na rozwój Carlsberg Polska patrzymy w wieloletniej perspektywie. Budujemy trwałe relacje z naszymi klientami oparte na zaufaniu, bliskiej współpracy i rozwoju biznesu. Nieodłącznym elementem takiej współpracy jest zapewnianie produktów wysokiej i stabilnej jakości, a także wprowadzanie na rynek nowości, które odpowiadają na nowe trendy i oczekiwania konsumentów, a także dobudowują wartość kategorii piwo na polskim rynku.



Joanna Glonek,
Wiceprezeska ds. sprzedaży

6 AUDYTÓW STRATEGICZNYCH DOSTAWCÓW:



**jęczmienia
(2 stodownie)**



**szkła
(2 huty)**



**wieczek i puszek
(po 1 producencie)**

JAK ZAPEWNIAMY NAJWYŻSZĄ JAKOŚĆ SUROWCÓW I SKŁADNIKÓW?

GRI 3-3, 416-1

Za wybór dostawców odpowiada Grupa Carlsberg, która przygotowuje szczegółowe wytyczne odnośnie do surowców, składników czy opakowań. Określają one dokładne parametry produktów, które kupujemy, ale także sposób ich produkcji, obróbki czy przechowywania. Stosowanie przez naszych dostawców odpowiednich wewnętrznych systemów zapewniania jakości, metod utrzymywania należytej higieny itd. gwarantuje jakość, integralność i bezpieczeństwo dostarczanych nam materiałów, a docelowo naszych produktów. Z powyższego

powodu wszyscy nasi dostawcy przechodzą proces kwalifikacji.

Pracownik chcący dokonać zakupów od nowego dostawcy uzupełnia wniosek o jego weryfikację z wykorzystaniem narzędzia Compliance Catalyst² (więcej na jego temat znajdziesz na str. 65). Jeśli nie wykaże ona istotnych ryzyk związanych ze współpracą, kolejnym etapem weryfikacji jest wypełnienie przez podmiot zainteresowany współpracą listy kontrolnej za pośrednictwem naszego narzędzia do współpracy z dostawcami, SF360, w którym

znajdują się nasze specyfikacje produktowe, dokumentacja kontrahentów, a także wszystkie raporty z audytów. Jeden z audytorów na podstawie przekazanych informacji sprawdza, czy dostawca spełnia nasze wymagania. Dalsze kroki zależą od przedmiotu współpracy. Podmioty z grupy wysokiego i średniego ryzyka, takie jak dostawcy słoju, szkła, puszek, wieczek i kapsli, przechodzą audyt zatwierdzający. Po podpisaniu umowy ma miejsce ocena ryzyka, uwzględniająca m.in. ryzyko bezpieczeństwa żywności,

od której wyników uzależniona jest częstotliwość kolejnych audytów (na początku współpracy i później raz na 3 lata lub rzadziej niż raz na trzy lata).

Za zarządzanie relacjami z dostawcami odpowiadają lokalnie osoby z działu zakupów, które regularnie spotykają się z nimi, rozmawiają o wynikach, ustalają plany i wspólnie szukają najlepszych rozwiązań. W przypadku poważnych problemów organizowane są dodatkowe audyty.

JAK DBAMY O JAKOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO NA ETAPIE PRODUKCJI

GRI 3-3, 416-1

Elementy budowy kultury bezpieczeństwa żywności



BUDOWA KULTURY BEZPIECZEŃSTWA ŻYWNOCI

Uważamy, że jedynie kompleksowe podejście jest w stanie zagwarantować jakość i bezpieczeństwo produktów, a w konsekwencji zadowolenie klientów i konsumentów. Kulturę bezpieczeństwa żywności definiujemy zgodnie z normą FSSC 22000:2018 jako *wspólne wartości, przekonania i normy, które wpływają na sposób myślenia i zachowania w zakresie bezpieczeństwa żywności w całej organizacji.*

PRZYWÓDZTWO

Zaangażowanie kierownictwa wyższego szczebla w ustanowienie, wdrożenie, utrzymanie i ciągłe doskonalenie systemu zarządzania bezpieczeństwem żywności.

SYSTEM

Zintegrowany System Zarządzania zgodny z normami ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001, FSSC 22000 (Food Safety System Certification) oraz HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points System).

ZAANGAŻOWANIE

Bieżące reagowanie, zgłaszanie pomysłów na usprawnienia, jak również określanie celów (KPI) i dążenie do ich osiągnięcia, a także konsekwentne stosowanie standardów i wdrażanie wymagań.

OTOCZENIE

Dobra Praktyka Produkcyjna (Good Manufacturing Practice, GMP) – system określający procedury produkcyjne i kontrolne oraz Dobra Praktyka Higieniczna (Good Hygienic Practice, GHP) – zestaw działań i warunków higienicznych do spełnienia i kontroli na wszystkich etapach produkcji lub obrotu, aby zapewnić bezpieczeństwo żywności.

KOMUNIKACJA

Komunikacja i szkolenia, obserwacje oraz budowa kultury uważności i proaktywnego działania w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa żywności.

KONTROLA JAKOŚCI

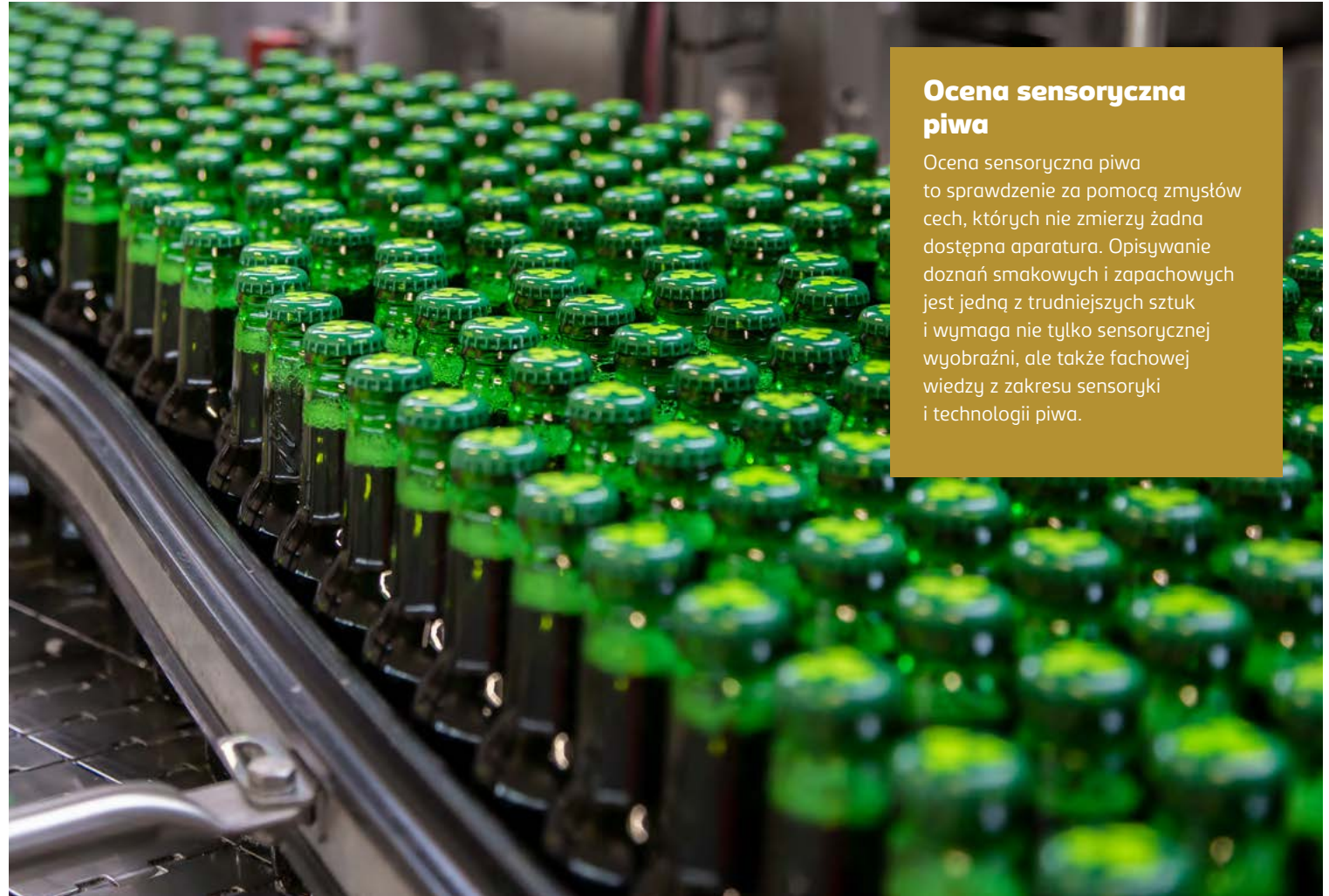
GRI 416-1

Na wszystkich etapach produkcji, od pozyskania surowców, przez warzelnię, fermentację, filtrację i rozlew, a kończąc na pakowaniu i gotowym produkcie, piwo przechodzi szereg analiz mikrobiologicznych, fizykochemicznych i sensorycznych.

Każda partia butelek, puszek i kegow przechodzi ok. 200 analiz zanim trafi do konsumenta. Sprawdzamy m.in. cechy smakowo-zapachowe, czystość mikrobiologiczną, parametry fizyczne i chemiczne (np. kaloryczność czy zawartość alkoholu), zgodność opakowania ze wzornikiem oraz parametry procesów pakowania i magazynowania.



Katarzyna Kiernożycka,
Pełnomocniczka
ds. zapewnienia jakości



Ocena sensoryczna piwa

Ocena sensoryczna piwa to sprawdzenie za pomocą zmysłów cech, których nie zmierzy żadna dostępna aparatura. Opisywanie doznań smakowych i zapachowych jest jedną z trudniejszych sztuk i wymaga nie tylko sensorycznej wyobraźni, ale także fachowej wiedzy z zakresu sensoryki i technologii piwa.

O PRZYPADKÓW NIEZGODNOŚCI Z PRZEPISAMI I DOBROWOLNIE STOSOWANYMI KODEKSAMI DOTYCZĄCYMI WPŁYWU PRODUKTÓW I USŁUG NASZEJ FIRMY NA ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO KLIENTÓW W 2022 R.

NIEMAL 60%

SPADKU LICZBY REKLAMACJI DZIĘKI KULTURZE BEZPIECZEŃSTWA ŻYWNOŚCI I EFEKTYWNI DZIAŁAJĄCEMU PROCESOWI ZARZĄDZANIA JAKOŚCIĄ (Z 443 W 2021 R. DO 178 W 2022 R.)

JAK WERYFIKUJEMY JAKOŚĆ PRODUKTÓW NA SKLEPOWEJ PÓŁCE

GRI 3-3

Kontrola jakości naszych piw dostępnych w sprzedaży ma trzy główne formy:

- wspólnych wizyt prowadzonych przez dział sprzedaży, marketingu i jakości,
- oceny jakości przez tzw. tajemniczych klientów,
- współpracy z konsumentami poprzez infolinię i procedurę zgłaszania reklamacji.

Ponadto co roku przeprowadzane są cztery serie niezależnego badania oceniającego jakość opakowań naszych produktów

na półkach (puszka, butelka i wielopak). Podobnie jak w 2021 r. potwierdziło ono, że nasze opakowania prezentują się na półkach sklepowych lepiej niż opakowania piw konkurencji. W 2022 r. byliśmy o 5% lepsi.

ZGŁOSZENIA KONSUMENCKIE

Wszelkich zgłoszeń konsumenckich można dokonywać pod numerem 801 888 333, który podajemy na każdej etykiecie, puszcze oraz na stronach poszczególnych marek, a także za pośrednictwem mediów społecznościowych i formularzy kontaktowych na naszych

stronach WWW. Obsługą zgłoszeń zajmują się stali konsultanci infolinii, a po stronie Carlsberg Polska specjalistami ds. obsługi klienta i konsumenta, którzy nadają odpowiednią kategorię i bieg poszczególnym zgłoszeniom. Pytania najczęściej dotyczą informacji o firmie lub jej konkretnych produktach, szczegółów trwających promocji oraz możliwości kontaktu z określonymi osobami. Tą drogą zgłaszane są także zastrzeżenia odnośnie do cech jakościowych produktów. W celu dokładnego rozpatrzenia reklamacji w uzasadnionych przypadkach odbierane są próbki produktu

i poddawane szczegółowej analizie. Uważnie analizujemy wszystkie zgłoszenia, a żadne z nich nie pozostaje bez odpowiedzi. Dokładamy wszelkich starań, aby udzielić jej jak najszybciej, a jednocześnie nie później niż 14 dni od daty otrzymania zgłoszenia. W niektórych przypadkach odpowiedzi konsultowane są z odpowiednimi działami, takimi jak Dział Prawny, Dział Komunikacji i Dział Sprzedaży.



Potwierdzeniem najwyższej jakości naszych piw są coroczne sukcesy marek Carlsberg Polska w Konsumenckim Konkursie Piw „Chmielaki Krasnostawskie”. Jest to największy krajowy konkurs, odbywający się w kategoriach uwzględniających najnowsze światowe trendy piwne i rodzime realia rynkowe. Jury, w którym większość stanowią konsumenci, dokonuje oceny sensorycznej trunków na podstawie specjalnie opracowanego arkusza, obejmującego m.in. ocenę smaku i aromatu, barwy, goryczki, nasycenia oraz pianistości. W 2022 r. uznanie jurorów zdobyły:

- **Żateckij Letkij** – I miejsce w kategorii Piwa jasne w stylu Mild Lager o ekstrakcie do 11 Błg
- **Okocim 0,0%** i **Żateckij 0,0%** – odpowiednio I oraz III miejsce w kategorii Piwa jasne bezalkoholowe w stylu Pils/Lager o zawartości alkoholu do 0,5% obj.
- **Karmi Mrożona Kawa 0,0%**, **Okocim Limonka** i **Mięta 0,0%** oraz **Okocim Mango Marakuja 0,0%** – odpowiednio I, II i III miejsce w kategorii Piwa bezalkoholowe aromatyzowane lub z dodatkami o zawartości alkoholu do 0,5% obj.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE



Potańcówka dla seniorów na rynku w Brzesku zorganizowana ze środków Programu Grantowego InicJaTyWy.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

GRI 3-3, 413-1

Czujemy się częścią wspólnot lokalnych, w których funkcjonują nasze zakłady, a ponadto mamy poczucie, że dużo im zawdzięczamy. Z powyższych powodów staramy się wspierać społeczność, w których mieszkają nasi pracownicy i konsumenci, przede wszystkim w formie Programu Grantowego InicJaTyWy. Co więcej, marka Harnaś prowadzi program pomocy ochotniczym strażom pożarnym z całej Polski. Chętnie angażujemy się nie tylko w wieloletnie programy, ale także w okazjonalne działania na rzecz sąsiedztwa naszych zakładów.

Podsumowanie najnowszej edycji programu InicJaTyWy



PROGRAM GRANTOWY INICJATYWY

Celem programu, realizowanego od 2014 r., jest poprawa warunków życia w sąsiedztwie naszych browarów. W jego ramach m.in. rewitalizowane są tereny zielone, tworzone miejsca zachęcające do aktywnego wypoczynku, realizowana pomoc potrzebującym, działania kulturalne oraz edukacyjne, w tym z zakresu zwiększania świadomości ekologicznej. Idea programu jest niezwykle prosta. Co roku lokalne organizacje pozarządowe oraz instytucje użyteczności publicznej zgłaszają swoje pomysły działań na rzecz społeczności z powiatów brzeskiego

i sierpeckiego, a powołane przez nas jury dokonuje ich wstępnej selekcji, której najważniejsze kryteria to przewidywana wielkość i trwałość pozytywnych efektów. Następnie ma miejsce internetowe głosowanie, w którym sami mieszkańcy wskazują, które projekty najlepiej odpowiadają ich potrzebom. Inicjatorzy 10 zwycięskich przedsięwzięć otrzymują od Carlsberg Polska po 10 tys. zł na ich realizację, często wspieraną przez naszych pracowników w formie wolontariatu.

**PONAD
700 TYS. ZŁ**

**PRZEKAZALIŚMY
NA REALIZACJĘ ŁĄCZNIE
95 PROJEKTÓW
OD POCZĄTKU PROGRAMU
INICJATYWY**

Więcej informacji o programie oraz projektach zrealizowanych z jego wsparciem znajdziesz na stronie

PROJEKTY WSPARTE PRZEZ NAS W 2022 R.:

W BRZESKU

**AKCJA – ZIELONA SEGREGACJA**

Klub Sportowy Jakub

**SEGREGUJ PAPIER, PUSZKI I BUTELKI BO TO PROBLEM NIEWIELKI**

OSP Łoniowa

**WYPOCZYNEK, INTEGRACJA, REKREACJA W BIELCZY**

OSP w Bielczy

**TWÓRCZY RECYKLING**

Miejski Ośrodek Kultury, Sportu i Rekreacji w Czchowie

**TWORZYMY KLIMAT ŚWIATŁEM I MUZYKĄ**

Miejski Ośrodek Kultury w Brzesku

W SIERPCU

**EDUKACJA EKOLOGICZNA W PRAKTYCE**

Koło Gospodyń Wiejskich Żochowianki

**ZOSTAW PO SOBIE DRZEWO, A NIE FOLIOWĄ TOREBKĘ**

OSP w Cetlinie

**ZBIERAM, SEGREGUJĘ – PRZYRODĘ RATUJĘ**

Stowarzyszenie dla przyszłości Sierpca i powiatu sierpeckiego

**NIE DLA RAKA W STRAŻY**

OSP Zawidz

**SKAKAĆ KAŻDY MOŻE!**

Zarząd Osiedla nr 4

Wieloletnim partnerem akcji jest firma Interzero.

Samorząd Sierpca od wielu lat współpracuje z firmą Carlsberg, która m.in. wspiera finansowo najciekawsze pomysły. W 2022 r. sprzątaaliśmy i zmienialiśmy nasz świat w ramach akcji „Zbieram, Segreguję – Przyrodę Ratuję”. W zamian za opakowania papierowe i plastikowe mieszkańcy otrzymywali rośliny wieloletnie. Dziękujemy Carlsbergowi za pomoc w realizacji tej inicjatywy! Jesteście częścią sierpeckiej społeczności i aktywnie wspieracie Sierpc w realizacji wielu projektów.

Jarosław Perzyński,
Burmistrz Miasta Sierpca

WSPARCIE HARNASIA DLA OCHOTNICZYCH STRAŻY POŻARNYCH

Aby podziękować strażakom ochotnikom za ich pracę na rzecz lokalnych społeczności i odwagę w niesieniu pomocy, marka Harnaś od 2021 r. dofinansowuje jednostki OSP.

W 2022 r. działania Harnasia w tej sferze miały formę drugiej edycji kampanii „Pomagaj i wygrawaj”, łączącej lubianą przez konsumentów loterię podkapslową, z 1 mln piew w puli nagród, z konkursem z głosowaniem internautów, w którym ochotnicze straże pożarne mogą uzyskać bezpośrednie wsparcie finansowe. Na stronie piwoharnas.pl każdy mógł codziennie wskazać OSP, która powinna je uzyskać, a 50 jednostek z największą liczbą głosów otrzymało łącznie 200 tys. zł, pochodzące ze sprzedaży piew marki. Przykładem wykorzystania otrzymanych środków może być zakup defibrylatorów przez OSP Żdźary.



Druhów i druhnny wspiera także Browar Kasztelan. W 2022 r. przekazał on Komendzie Powiatowej Państwowej Straży Pożarnej w Sierpcu 20 tys. zł na zakup dużego samochodu ratowniczo-gaśniczego.

1,35 MLN ZŁ

WYNIOSŁO ŁĄCZNE WSPARCIE HARNASIA DLA STRAŻNIKÓW
OCHOTNIKÓW W LATACH 2021-2022

**1/2 LITRA PIWA
ZAWIERA 25 GRAMÓW CZYSTEGO
ALKOHOLU ETYLOWEGO**

**SPRZEDAŻ ALKOHOLU
OSOBOM DO LAT 18
JEST PRZESTĘPSTWEM**

**WYGRAJ
DOFINANSOWANIE
DLA SWOJEJ JEDNOSTKI!**

KONKURS HARNAS
JASNE PEŁNE

POMOC DLA PRACOWNIKÓW CARLSBERG UKRAINA ORAZ ICH RODZIN

GRI Własny 3

Od samego początku wojny wspieramy koleżanki i kolegów z Carlsberg Ukraina oraz ich rodziny, przede wszystkim koordynując działania pomocowe naszych pracowników oraz umożliwiając ich prowadzenie w godzinach pracy.

Niezwłocznie po rosyjskiej agresji powołaliśmy komitet zbierający informacje o bieżących potrzebach oraz łączący potrzebujących z pomagającymi. U uruchomiliśmy także obsługiwaną przez grupę pracowników wolontariuszy infolinię w języku ukraińskim i rosyjskim, która stała się pierwszym kontaktem dla rodzin chcących przyjechać do naszego kraju,

oraz zorganizowaliśmy pomoc humanitarną. Dla uruchomionego we lwowskim browarze Grupy Carlsberg miejsca schronienia dla pracowników i ich rodzin, który może zakwaterować nawet 240 osób, wystaliśmy 3 TIR-y z darami.

Współpracujemy z agencją Fast Servis, która zatrudnia wiele osób z Ukrainy jako operatorów wózków widłowych. Przekazujemy żywność do centralnego magazynu stworzonego przez firmę na potrzeby rodzin jej pracowników.



Wolontariat pracowniczy

GRI 3-3, Własny 3

Nasi wolontariusze organizują migrującym rodzinom pracowników Carlsberg Ukraina transport spod granicy polsko-ukraińskiej, wyszukują bezpieczne miejsca do zatrzymania (często w domach naszych pracowników), zapewniają materiały pierwszej potrzeby i pomagają w kwestiach prawnych.

Wolontariusze stworzyli sprawnie działający system komunikacyjny, na który składa się m.in. tematyczna strona w intranecie, formularze zgłoszeniowe oraz grupy w aplikacji Teams (oferująca lokum, transport oraz pomoc rzeczową). Każda rodzina, która ucieka przed działaniami wojennymi do Polski, otrzymuje od komitetu opiekuna, który m.in. pomaga w zapisaniu dzieci do szkoły czy w rejestracji PESEL, oraz niezbędne wsparcie prawników, którzy służyli informacjami dotyczącymi legalizacji pobytu, podpisywania umów użyczenia lokum itp. Za pośrednictwem tematycznej zakładki w intranecie komitet na bieżąco informuje o możliwościach włączenia się w działania pomocowe.

Znajdują się tam:

- na bieżąco aktualizowana lista potrzeb rzeczowych rodzin, które są już w Polsce,

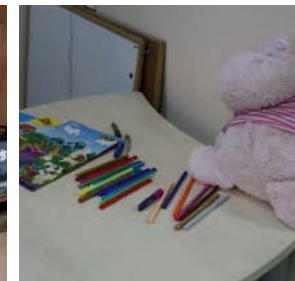
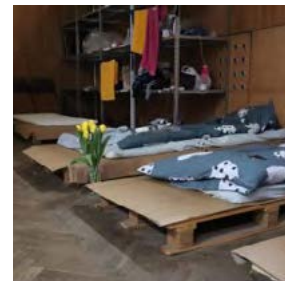
- formularze zgłoszeniowe dla osób gotowych świadczyć wsparcie transportowe, lokalowe czy w roli opiekuna rodziny,
- informacje techniczne ważne z punktu widzenia osób, które aktywnie pomagają uchodźcom,
- aktualności na temat działań pomocowych Grupy Carlsberg.

Łącznie pracownicy Carlsberg Polska zorganizowali i wsparli przyjazd do Polski 65 rodzin, wielu z nich udzielili schronienia we własnych domach, nadal w domach lub pod ścisłą opieką naszych pracowników w Polsce przebywają 3 rodziny.

Dodatkowo w grudniu zorganizowaliśmy paczki ze stodyczami i grami planszowymi dla 150 dzieci z Ukrainy, które mieszkają w Krakowie lub w okolicach. Środki na zakup przekazała Grupa Carlsberg, a nasi pracownicy zrobili zakupy, ładnie spakowali i dostarczyli prezenty do Krakowa.

Kompleksowa pomoc, jakiej wraz z naszymi pracownikami udzieliśmy pracownikom Carlsberg Ukraina i ich rodzinom, otrzymała wyróżnienie organizatorów rankingu Listki CSR POLITYKI.


Ważną formą solidarności z zaatakowaną Ukrainą była decyzja Grupy Carlsberg o sprzedaży wszystkich posiadanych zakładów zlokalizowanych na terenie Rosji. Do zakończenia tego procesu wszelkie zyski wygenerowane przez rosyjską część biznesu są przekazywane organizacjom humanitarnym. Wcześniej Grupa zaprzestała sprzedaży w tym kraju swojej flagowej marki Carlsberg oraz wstrzymała wszelkie inwestycje i działania marketingowe. Zgodnie z obowiązującymi sankcjami, również polski oddział firmy wstrzymał sprzedaż produktów eksportowych do Rosji.



10 MLN EURO

PRZEZNACZYŁA W 2022 R. GRUPA CARLSBERG, FUNDACJA CARLSBERG I FUNDACJA TUBORG NA POMOC HUMANITARNĄ DLA UKRAINEK I UKRAIŃCÓW

RELACJE Z INTERESA- RIUSZAMI



Rodzinny ekopiknik dla pracowników Browaru Okocim i ich rodzin. Na zdjęciu Prezes Mieszko Musiał buduje hotel dla zapylaczy razem z dziećmi pracowników.

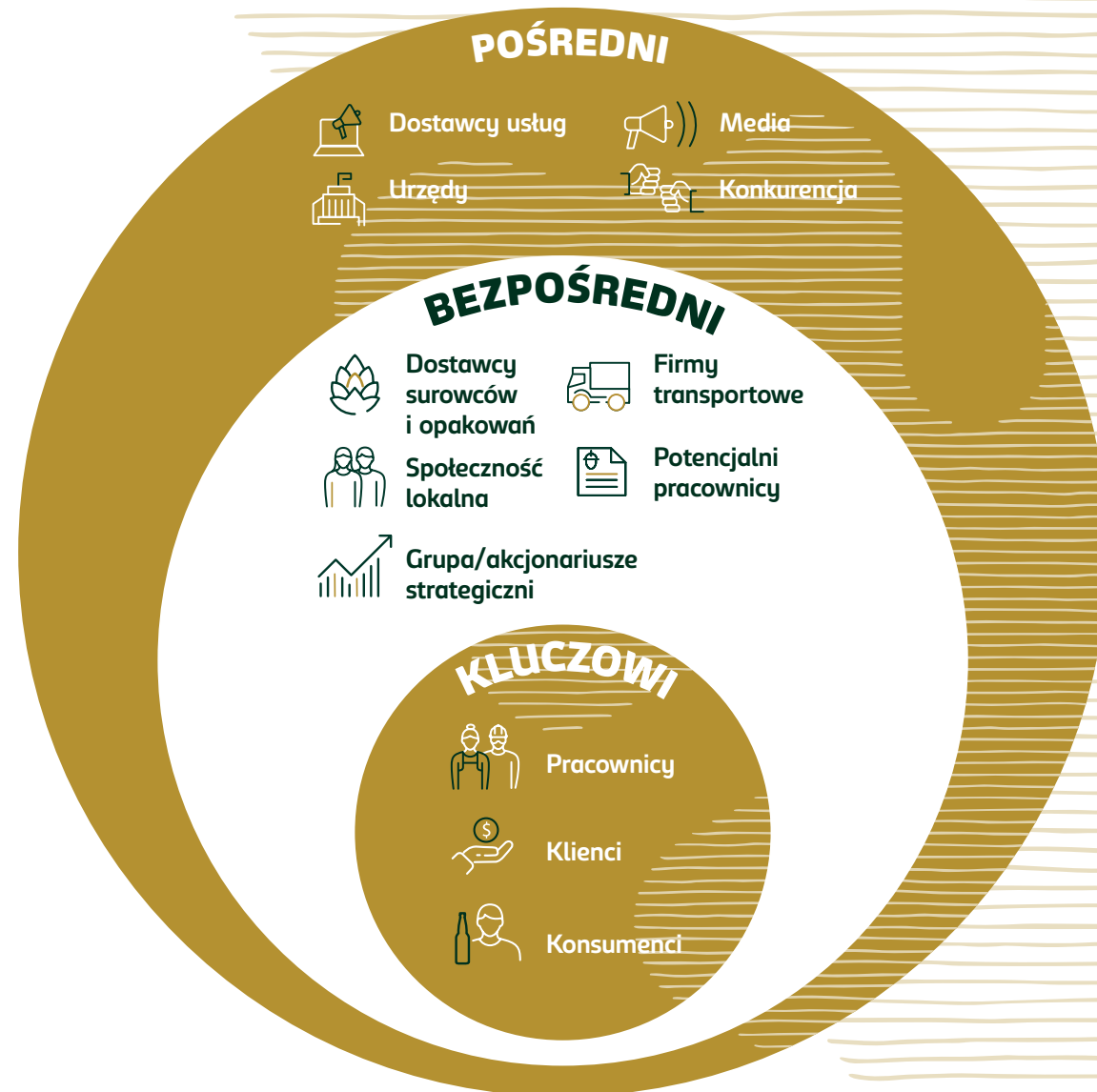
INFORMOWANIE I ANGAŻOWANIE INTERESARIUSZY

GRI 2-29

Zidentyfikowanych interesariuszy naszej firmy dzielimy w oparciu o aktualną istotność wzajemnych relacji. Wyróżniliśmy trzy kategorie interesariuszy:

- **kluczowi** – bez nich nasza działalność nie byłaby możliwa;
- **bezpośredni** – od nich zależy sprawne funkcjonowanie naszego biznesu – mamy z nimi ścisłe relacje biznesowe lub społeczne w regionach, w których funkcjonują nasze browary;
- **pośredni** – wpływają na nasze działania, ale kontaktujemy się z nimi i współpracujemy nie stale, lecz w zależności od potrzeb.

W zależności od aktualnej sytuacji rynkowej, kategorii przypisanej danej grupie oraz potrzeb organizacji, monitorujemy, informujemy bądź angażujemy naszych interesariuszy. Zobowiązaniem Carlsberg Polska jest regularne prowadzenie transparentnej, aktualnej i zrozumiałej komunikacji, trafiającej bezpośrednio do odpowiednich odbiorców. Na co dzień słuchamy ich potrzeb i oczekiwań, jak również inicjujemy prace w odpowiedzi na to, co słyszymy. Stosujemy różnorodne metody dialogu i komunikacji, dostosowane do charakteru relacji z poszczególnymi grupami oraz ich specyfiki.



DIALOG Z PRACOWNIKAMI
GRI 3-3

Tworzymy kulturę organizacyjną opartą na wzajemnym szacunku, pracy crossfunkcyjnej i uważnej rozmowie, co buduje poczucie bezpieczeństwa i wpływu, a także daje przestrzeń do indywidualnego rozwoju i kreowania innowacyjnych rozwiązań. Jakość komunikacji wewnętrznej ma istotne znaczenie m.in. dla pozycjonowania naszej organizacji jako atrakcyjnego pracodawcy.

Kultura dialogu z zatrudnionymi wspierana jest postawą i działaniami władz firmy. W biurach i browarach regularnie organizowane są spotkania informacyjne, podczas których pracownicy mogą zadawać pytania członkom zarządu – osobiście lub anonimowo. Pracownicy z działu sprzedaży, którzy na co dzień pracują w rynku, mają swoje kwartalne spotkania z zarządem, podczas których podsumowują wyniki i rozmawiają o planach. Innym narzędziem dialogu jest system umożliwiający pisemne zadawanie pytań Prezesowi (pod nazwiskiem lub bez jego podawania), na które odpowiedzi są dostępne dla wszystkich w Intranecie. Kultuujemy także kulturę „otwartych drzwi” a nawet „braku drzwi” w przestrzeniach biurowych.

W listopadzie 2022 r. zrealizowane zostało coroczne Badanie Komunikacji Wewnętrznej, w ramach którego reprezentatywna próbka pracowników określiła swój poziom poczucia doinformowania, oceniła narzędzia komunikacji oraz wiedzę w kluczowych obszarach (np. cele strategiczne, misja organizacji czy jej program ESG). Uczestnicy badania mogli również zgłosić pomysły usprawniające komunikację w organizacji. Poczucie doinformowania pracowników utrzymuje się na wysokim poziomie – wyniosło 81%. Aż 89% respondentów uważa, że otrzymują wystarczająco dużo informacji na temat bieżących spraw, projektów i wydarzeń dotyczących Carlsberg Polska.

Głos pracowników jest brany pod uwagę nie tylko w odniesieniu do spraw dotyczących bieżącego funkcjonowania ich miejsca pracy, ale również podczas wytyczania kierunków i zasad działania całej organizacji. Nowa strategia Grupy Carlsberg, SAIL'27, to efekt wspólnego wysiłku wielu pracowników poszczególnych spółek. W jej przygotowaniu brał udział także oddelegowany do tego celu zespół sześciu osób z Carlsberg Polska, które pracę nad strategią Grupy łączyli ze swoimi codziennymi obowiązkami. Łącznie strategię współtworzyło ponad 200 osób z 30 rynków.

BADANIE REPUTACJI
CARLSBERG POLSKA

W 2022 r. zlecieliśmy niezależnej zewnętrznej agencji przeprowadzenie dorocznego badania reputacji. Objęto ono zarówno opinię publiczną (konsumentów i osoby niepijące naszych piw), jak i naszych klientów i pracowników. Indeks reputacji uwzględnia postrzeganie organizacji w siedmiu obszarach, które stanowią:

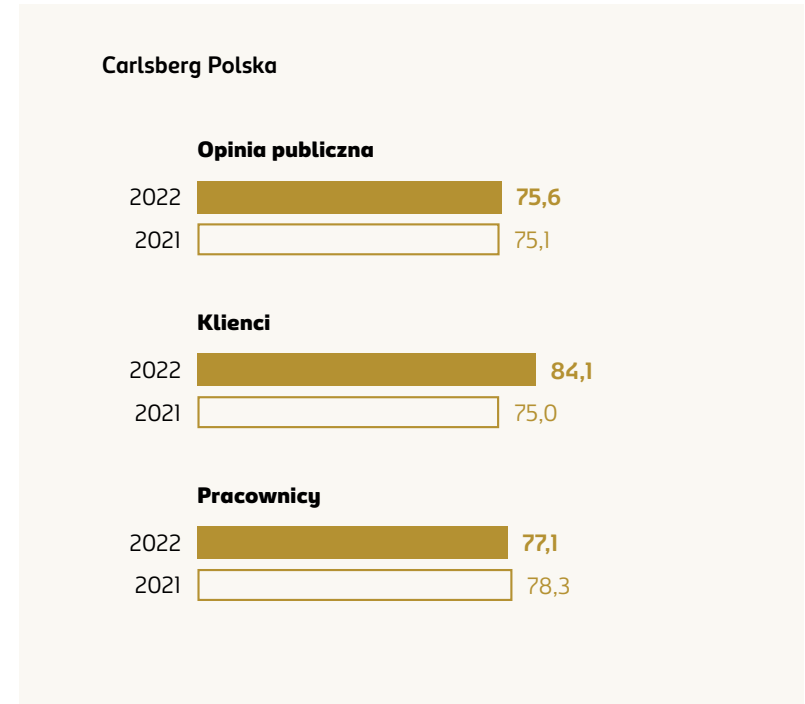
- produkty/usługi,
- innowacyjność,
- miejsce pracy,
- etyka/tąd korporacyjny,
- społeczna odpowiedzialność,
- przywództwo,
- wyniki.

W 2022 r., porównaniu do 2021 r., osiągnęliśmy lepszy wynik w grupie klientów (+9,1) i wśród opinii publicznej (+0,5), natomiast nieznacznie słabszy – wśród pracowników (-1,2). Wiedzę pochodzącą z kolejnych edycji wspomnianego badania wykorzystujemy w planowaniu strategii oraz działań budujących nasz wizerunek.

UDZIAŁ CARLSBERG
POLSKA W INICJATYWACH
ZEWNĘTRZNYCH
GRI 2-28

Jesteśmy aktywnym członkiem Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie, w ramach którego współpracujemy przy projektach istotnych dla całej branży. Za jego pośrednictwem należymy także m.in. do Konfederacji Lewiatan, Związku Przedsiębiorców i Pracodawców, Krajowej Izby Gospodarczej oraz

Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy. Angażujemy się także w działania Związku Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK oraz w Kampanię 17 Celów, w ramach której zachęcamy do działań na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ i wykorzystywania szans biznesowych płynących z Agendy 2030. Ponadto od 2016 r. przy Browarze Okocim funkcjonuje powołane przez pracowników Stowarzyszenie Miłośników Browaru Okocim.



O RAPORCIE



O RAPORCIE

GRI 2-2, 2-3, 2-4, 2-5, 3-1, 3-2

Niniejszy raport zawiera dane za rok budżetowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2022 r., dotyczące Carlsberg Polska (Carlsberg Polska sp. z o.o. oraz Carlsberg Supply Company Polska SA), w tym browarów w Brzesku, Sierpcu i Szczecinie, centrali w Warszawie oraz regionalnych biur sprzedaży w różnych częściach Polski.

Publikacja została opracowana zgodnie z GRI Standards 2021. W porównaniu do poprzedniego raportu nie zasłży znaczące zmiany jeśli chodzi o zakres tematyczny, okres raportowania czy metodyki dla poszczególnych wskaźników, których poziomy ustalano w oparciu o dane z wspólnego dla całej Grupy Carlsberg systemu raportowania ENABLON. Raport nie został poddany zewnętrznej weryfikacji.

Poprzedni raport ESG Carlsberg Polska został opublikowany w kwietniu 2022 r.; niniejsza publikacja nie wprowadza do niego żadnych

korekt. Raporty przygotowujemy w cyklu rocznym.

Osobą kontaktową w sprawach związanych z raportowaniem ESG jest Teresa Aldea, Kierowniczka ds. zrównoważonego rozwoju. Wszelkie pytania i uwagi na temat publikacji prosimy zgłaszać na adres e-mail Teresa.Aldea@carlsberg.pl.

DEFINIOWANIE ISTOTNYCH ASPEKTÓW RAPORTOWANIA

Zgodnie ze wskazaniami GRI Standards, w 2022 r. powtórzono badanie istotności. Punktem wyjścia były aspekty zidentyfikowane na potrzeby poprzednich raportów zrównoważonego rozwoju/ESG Carlsberg Polska. Dodatkowo pod uwagę wzięto m.in. wyniki badań istotności przeprowadzonych przez największe globalne koncerny piwowarskie, a także rekomendacje niezależnej zewnętrznej agencji doradczej. Lista potencjalnych aspektów raportowania została

poddana ocenie menedżerów firmy oraz przedstawicieli najważniejszych grup jej interesariuszy zewnętrznych, co miało formę internetowych ankiet, zrealizowanych w listopadzie 2022 r. W badaniu wzięło udział odpowiednio 28 oraz 211 osób. Po nałożeniu na siebie perspektyw ujawnionych w obu ankietach wybrano zagadnienia do omówienia w raporcie. Za istotne uznano następujące tematy:

- Wpływ na rozwój społeczno – ekonomiczny*
- Działania antykorupcyjne
- Wykorzystywane przez firmę surowce i materiały
- Zużycie i sposoby redukcji zużycia energii
- Zużycie i sposoby redukcji zużycia wody

- Emisje gazów cieplarnianych oraz sposoby ich redukowania
- Gospodarka odpadami i opakowaniami
- Warunki zatrudnienia*
- BHP
- Szkolenia i wspieranie rozwoju pracowników
- Komunikacja i dialog z pracownikami*
- Różnorodność, równość i włączanie
- Działania antydyskryminacyjne
- Działania na rzecz lokalnych społeczności
- Jakość i bezpieczeństwo produktów

- Odpowiedzialny marketing i przejrzyste informowanie konsumentów
- Innowacje i rozwój nowych technologii*
- Wartości firmy i zarządzanie etyką
- Inicjatywy pracownicze i wolontariat
- Edukacja konsumentów, w tym w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji

* Zagadnienia, których w poprzednim procesie raportowania nie uznano za istotne.



REALIZACJA CELÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

(SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS)

CEL ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU	ZADANIE	NUMER STRONY	CEL ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU	ZADANIE	NUMER STRONY
	<p>3.5. Wzmocnić zapobieganie i leczenie uzależnień od środków odurzających, w tym narkotyków oraz szkodliwego spożycia alkoholu.</p> <p>3.6. Do 2020 roku zmniejszyć o połowę liczbę wszystkich rannych i ofiar śmiertelnych w wypadkach drogowych na świecie.</p>	str. 38		<p>9.4. Do 2030 roku podwyższyć jakość infrastruktury i wprowadzić zrównoważony rozwój przemysłu przez zwiększenie efektywności wykorzystania zasobów oraz stosowanie czystych i przyjaznych dla środowiska technologii i procesów produkcyjnych, przy udziale wszystkich krajów, zgodnie z ich możliwościami.</p>	str. 20, 32
	<p>5.1. Zakończyć dyskryminację we wszystkich formach wobec kobiet i dziewcząt na całym świecie.</p> <p>5.5. Zapewnić kobietom pełny i efektywny udział w procesach decyzyjnych na wszystkich szczeblach w życiu politycznym, ekonomicznym i publicznym oraz równe szanse w pełnieniu funkcji przywódczych.</p>	str. 54		<p>10.2. Do 2030 roku promować i wzmocnić inkluzję społeczną, gospodarczą i polityczną wszystkich ludzi, bez względu na wiek, płeć, niepełnosprawność, rasę, pochodzenie etniczne, narodowość, religię lub status ekonomiczny bądź inny.</p> <p>10.3. Zapewnić równe szanse oraz zmniejszać istniejące nierówności poprzez eliminowanie dyskryminujących praw, polityk i praktyk oraz promować odpowiednią legislację, polityki i działania w tej dziedzinie.</p>	str. 54
	<p>6.3. Do 2030 roku poprawić jakość wody poprzez redukcję zanieczyszczeń, likwidowanie wysypisk śmieci, ograniczenie stosowania szkodliwych substancji chemicznych i innych szkodliwych materiałów. Zmniejszyć o połowę ilość nieoczyszczonych ścieków oraz znacząco podnieść poziom recyklingu i bezpiecznego ponownego użytkowania materiałów w skali globalnej.</p> <p>6.4. Do 2030 roku znacząco podnieść efektywność wykorzystywania wody we wszystkich sektorach oraz zapewnić zrównoważony pobór wody oraz dostawę wody pitnej, by rozwiązać problem niedostatku wody i znacząco zmniejszyć liczbę ludzi cierpiących z tego powodu.</p>	str. 31, 32		<p>12.2. Do 2030 roku zapewnić zrównoważone zarządzanie i efektywne zużycie zasobów naturalnych.</p> <p>12.5. Do 2030 roku istotnie obniżyć poziom generowania odpadów poprzez prewencję, redukcję, recykling i ponowne użycie.</p>	str. 23, 31, 32
	<p>7.2. Do 2030 roku znacząco zwiększyć udział odnawialnych źródeł energii w globalnym mieszkaniu energetycznym.</p> <p>7.3. Do 2030 roku podwoić wskaźnik wzrostu globalnej efektywności zużycia energii.</p>	str. 20, 32		<p>13.1. Wzmocnić zdolności adaptacyjne i odporność na zagrożenia klimatyczne i katastrofy naturalne we wszystkich krajach.</p>	str. 25
	<p>8.5. Do 2030 roku zapewnić pełne i produktywnie zatrudnienie oraz godną pracę dla wszystkich kobiet i mężczyzn, w tym dla młodych ludzi i osób z niepełnosprawnością; zapewnić jednakowe wynagrodzenie za pracę o jednakowej wartości.</p> <p>8.8. Chronić prawa pracownicze oraz promować bezpieczne środowisko pracy dla wszystkich, w tym dla pracowników, w tym pracowników - migrantów, w szczególności dla kobiet migrantek i osób mających niepewne zatrudnienie.</p>	str. 47, 54		<p>16.5. Znacząco zmniejszyć poziom korupcji i łapówkarstwa we wszystkich formach.</p>	str. 64

ZESTAWIENIA TABELARYCZNE

DANE ŚRODOWISKOWE

		2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
GRI 302-1	CAŁKOWITE ZUŻYCIE ENERGII W BROWARACH CARLSBERG POLSKA (kWh)								
	Okocim	85 943	74 650	79 663	81 878	79 513	75 210	82 227	80 848
	Kasztelan	38 251	36 433	39 834	36 906	37 444	36 133	37 812	38 294
	Bosman	30 261	25 156	25 392	26 851	26 850	30 761	29 123	28 650
GRI 302-3	WZGLĘDNE ZUŻYCIE ENERGII W BROWARACH CARLSBERG POLSKA (kWh/hl)								
	Okocim	21,83	21,81	21,51	21,3	20,83	19,89	20,06	21,17
	Kasztelan	16,5	17,16	17,05	15,76	15,18	14,28	14,27	14,03
	Bosman	21,58	22,16	22,76	22,34	25,42	22,38	23,01	19,92
GRI 305-1, 305-2	CAŁKOWITA EMISJA CO₂ W BROWARACH CARLSBERG POLSKA (kg)								
	Okocim	13 380 179	11 631 618	12 169 463	12 165 630	11 743 971	109 64 535	11 716 065	11 217 367
	Kasztelan	5 575 427	5 289 408	5 855 200	5 330 839	5 384 109	5 106 093	5 418 341	5 296 395
	Bosman	4 313 754	3 580 172	3 638 391	3 814 656	3 740 395	4 293 545	4 117 131	3 944 898
GRI 305-4	WZGLĘDNA EMISJA CO₂ W BROWARACH CARLSBERG POLSKA (kg CO₂/hl)								
	Okocim	3,40	3,40	3,29	3,16	3,08	2,90	2,86	2,80
	Kasztelan	2,40	2,49	2,51	2,28	2,18	2,02	2,04	1,94
	Bosman	3,08	3,15	3,26	3,17	3,54	3,12	3,25	2,95
GRI 303-5	CAŁKOWITE ZUŻYCIE WODY W BROWARACH CARLSBERG POLSKA (HL)								
	Okocim	11 927 420	10 360 400	11 116 240	11 629 830	11 240 060	10 031 740	11 144 910	11 041 080
	Kasztelan	6 956 350	6 324 670	6 671 500	7 154 040	6 492 780	6 418 710	6 483 920	6 448 080
	Bosman	4 629 300	3 738 920	3 514 300	3 664 380	3 500 790	3 984 680	3 534 410	3 674 680
	WZGLĘDNE ZUŻYCIE WODY W BROWARACH CARLSBERG POLSKA (HL/HL)								
	Okocim	3,03	3,03	3,00	3,02	2,94	2,65	2,72	2,72
	Kasztelan	3,00	2,98	2,85	3,06	2,63	2,54	2,45	2,36
	Bosman	3,30	3,29	3,15	3,05	3,31	2,90	2,79	2,72
GRI 303-5	CAŁKOWITA WAGA WYTWORZONYCH ODPADÓW STAŁYCH [TONY]								
		19 115	18 524	19 921	20 576	20 910	20 628	21 282	20 985

PRACOWNICY

GRI 2-7

CAŁKOWITA LICZBA PRACOWNIKÓW FIRMY W PODZIALE NA PLEĆ

Kobiety	354
Mężczyźni	965
RAZEM	1 319

PRACOWNICY NA UMOWIE NA CZAS NIEOKREŚLONY

Kobiety	354
Mężczyźni	965
RAZEM	1 319

PRACOWNICY NA UMOWIE NA CZAS OKREŚLONY

Kobiety	37
Mężczyźni	129
RAZEM	166

PRACOWNICY ZATRUDNIENI NA PEŁEN ETAT

Kobiety	346
Mężczyźni	952
RAZEM	1 298

PRACOWNICY ZATRUDNIENI NA CZĘŚĆ ETATU

Kobiety	8
Mężczyźni	13
RAZEM	21

Stan na 31.12.2022 r.

RÓŻNORODNOŚĆ PRACOWNIKÓW I ORGANÓW ZARZĄDZAJĄCYCH

GRI 405-1

ORGANY ZARZĄDCZE

PODZIAŁ ZE WZGLĘDU NA KATEGORIĘ I WIEK:	ŁĄCZNIE	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI
ZARZĄD			
poniżej 30 lat			
od 30 do 50 lat	5	2	3
powyżej 50 lat	1	1	
ŁĄCZNIE	6	3	3

KATEGORIE PRACOWNIKÓW

PODZIAŁ ZE WZGLĘDU NA KATEGORIĘ I WIEK:	ŁĄCZNIE	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI
CZŁONKOWIE ZARZĄDU I RADY NADZORCZEJ			
poniżej 30 lat			
od 30 do 50 lat	5	2	3
powyżej 50 lat	1	1	
ŁĄCZNIE	6	3	3

DYREKTORZY			
poniżej 30 lat			
od 30 do 50 lat	30	9	21
powyżej 50 lat	4	2	2
ŁĄCZNIE	34	11	23

MENEDŻEROWIE NIŻSZEGO SZCZEBŁA, T.J. KIEROWNICY I ICH ODPOWIEDNICY

poniżej 30 lat	7	4	3
od 30 do 50 lat	200	61	139
powyżej 50 lat	34	3	31
ŁĄCZNIE	241	68	173

PODZIAŁ ZE WZGLĘDU NA KATEGORIĘ I WIEK:	ŁĄCZNIE	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI
PRACOWNICY OPERACYJNI			
poniżej 30 lat	96	7	89
od 30 do 50 lat	273	27	246
powyżej 50 lat	177	27	150
ŁĄCZNIE	546	61	485

PRACOWNICY ADMINISTRACYJNI			
poniżej 30 lat	85	37	48
od 30 do 50 lat	355	162	193
powyżej 50 lat	53	12	41
ŁĄCZNIE	493	211	282

URLOPY RODZICIELSKIE

GRI 401-3

URLOPY RODZICIELSKIE	2022		
	ŁĄCZNIE	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI
Liczba Pracowników, którzy między 1.01. a 31.12.2022 r. posiadali uprawnienie do urlopu rodzicielskiego	104	41	63
Liczba Pracowników, którzy między 1.01. a 31.12.2022 r. skorzystali z uprawnienia do urlopu rodzicielskiego	104	41	63
Liczba Pracowników, którzy od między 1.01. a 31.12.2022 r. powrócili do pracy po wykorzystaniu urlopu rodzicielskiego	76	19	57
Liczba Pracowników, którzy między 1.01. a 31.12.2021 r. powrócili do pracy po urlopie rodzicielskim, a następnie utrzymali zatrudnienie przez co najmniej 12 miesięcy	67	14	53
Wskaźnik powrotu do pracy	97%	90%	100%
Wskaźnik utrzymania zatrudnienia	83%	74%	85%

ŚREDNIA LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH W ROKU PRZYPADAJĄCA NA PRACOWNIKA

GRI 404-1

CAŁKOWITA LICZBA PRACOWNIKÓW W PODZIALE NA PŁEĆ	2022
Kobiety	355
Mężczyźni	968
RAZEM	1 323
LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH W PODZIALE NA PŁEĆ PRACOWNIKÓW	
Kobiety	2 496,25
Mężczyźni	3 529,25
RAZEM	6 025,5
LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH W PODZIALE NA KATEGORIE PRACOWNIKÓW	
PODZIAŁ ZE WZGLĘDU NA POZYCJĘ W STRUKTURZE:	
Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej	16
Dyrektorzy	292,5
Menedżerowie niższego szczebla, tj. kierownicy i ich odpowiednicy	3 193,5
Pracownicy operacyjni	739,5
Pracownicy administracyjni	178,4
RAZEM	6 025,5
ŚREDNIA LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH PRZYPADAJĄCA NA PRACOWNIKA	5
Średnia liczba godzin szkoleniowych w podziale na płeć	
Średnia liczba godzin szkoleniowych przypadająca na kobiety	7,03
Średnia liczba godzin szkoleniowych przypadająca na mężczyzn	3,65

INDEKS TREŚCI GRI

Spółka Carlsberg Polska sp. z o.o. sporządziła raport zgodnie ze Standardami GRI za okres od 1.01.2022 do 31.12.2022.

WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	KOMENTARZ
OGÓLNE UJAWNIECIA			
GRI 2: Ogólne ujawnienia 2021	2-1	Dane na temat organizacji	str. 4
	2-2	Podmioty objęte raportowaniem zrównoważonego rozwoju w organizacji	str. 82
	2-3	Okres objęty raportem, częstotliwość raportowania i dane kontaktowe	str. 82
	2-4	Korekty informacji	str. 82
	2-5	Weryfikacja zewnętrzna	str. 82
	2-6	Rodzaje działalności, łańcuch wartości i inne relacje biznesowe	Carlsberg Polska operuje w branży piwowarskiej, stanowiącej część sektora FMCG. Szczegóły na temat łańcucha wartości znajdują się na stronie 7, na temat rynków eksportowych – na str. 4.
	2-7	Pracownicy	str. 85
	2-8	Osoby świadczące pracę niebędące pracownikami	W 2022 r. zatrudniliśmy 339 osób niebędących pracownikami Carlsberg Polska, lecz podwykonawcami lub pracownikami agencji pracy tymczasowej (stan na 31.12.2022); ponadto z 24 naszymi własnymi pracownikami dodatkowo współpracowaliśmy na podstawie umów-zleceń/o dzieło. Osoby współpracujące niebędące naszymi pracownikami to głównie pracownicy firm ochroniarskich i sprzątających oraz operatorzy wózków widłowych.
	2-9	Struktura i skład organów zarządzających	str. 10, 59 W ramach najwyższych organów zarządzających nie funkcjonują komitety, które odpowiadałyby za podejmowanie decyzji i kontrolę zarządzania wpływem na gospodarkę, środowisko i społeczeństwo.
	2-10	Powoływanie i wybór najwyższych organów zarządzających	str. 59
	2-11	Przewodniczący najwyższych organów zarządzających	Mieszko Musiat, będący Dyrektorem Zarządzającym i Prezesem Zarządu Carlsberg Polska, nie zasiada w Radzie Nadzorczej Grupy Carlsberg.
	2-12	Rola najwyższych organów zarządzających w nadzorowaniu zarządzania wpływem	str. 10
	2-13	Delegowanie odpowiedzialności za zarządzanie wpływem	str. 10
	2-14	Rola najwyższych organów zarządzających w raportowaniu zrównoważonego rozwoju	str. 10 Członkowie Zarządu brali udział w badaniu istotności, byli konsultowani podczas pisania wybranych fragmentów raportu oraz finalnie akceptowali go przed publikacją.
	2-15	Konflikty interesów	str. 64 Każdy pracownik oraz członek Zarządu i Rady Nadzorczej przed przystąpieniem do pracy w Carlsberg Polska podpisuje oświadczenie dotyczące niewystępowania konfliktu interesów.

WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	KOMENTARZ
	2-16	Komunikacja kwestii krytycznych	<p>Kwestie krytyczne zgłaszane są, zgodnie z Polityką i Podręcznikiem Zarządzania Kryzysowego, do Zespołu Zarządzania Kryzysowego, któremu przewodniczy kierownik Działu Audytu Wewnętrznego i Rozwoju procesów.</p> <p>Pominięte wymagania: Firma nie raportuje liczby ani charakteru kwestii krytycznych komunikowanych Zarządowi w roku objętym raportem. Powód: Informacje poufne. Wyjaśnienie: Dane mają charakter poufny.</p>
	2-17	Zbiorowa wiedza najwyższych organów zarządzających	str. 11
	2-18	Ocena działań najwyższych organów zarządzających	str. 10, 11
	2-19	Polityki wynagrodzeń	<p>Pominięte wymagania: Firma nie raportuje niniejszego wskaźnika. Powód: Informacje poufne. Wyjaśnienie: Dane mają charakter poufny.</p>
	2-20	Proces ustalania wynagrodzeń	<p>Pominięte wymagania: Firma nie raportuje niniejszego wskaźnika. Powód: Informacje poufne. Wyjaśnienie: Dane mają charakter poufny.</p>
	2-21	Roczny wskaźnik całkowitego wynagrodzenia	<p>Pominięte wymagania: Firma nie raportuje niniejszego wskaźnika. Powód: Informacje poufne. Wyjaśnienie: Dane mają charakter poufny.</p>
	2-22	Oświadczenie w sprawie strategii zrównoważonego rozwoju	str. 2, 3
	2-23	Zobowiązania w ramach polityk	<p>str. 12 Zobowiązania w ramach polityk w zakresie poszanowania praw człowieka można znaleźć w odpowiedniej polityce Grupy, dostępnej pod tym adresem.</p> <p>Polityki i zawarte w nich zobowiązania są zatwierdzane przez Komitet Wykonawczy Grupy Carlsberg.</p>
	2-24	Realizacja zobowiązań w ramach polityk	str. 9, 12
	2-25	Procesy łagodzenia negatywnego wpływu	str. 65
	2-26	Mechanizmy zasięgnięcia porad i sygnalizowania potencjalnych nieprawidłowości	str. 65
	2-27	Zgodność z prawem i regulacjami	W 2022 r. nie odnotowano przypadków niezgodności z prawem i regulacjami. Nie było także uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności i utraty danych klientów.
	2-28	Członkostwo w organizacjach	str. 80
	2-29	Podejście do angażowania interesariuszy	str. 79
	2-30	Układy zbiorowe	W Carlsberg Polska funkcjonuje układ zbiorowy pracy, obejmujący wszystkich pracowników.
ISTOTNE ZAGADNIENIA			
GRI 3:	3-1	Proces określania istotnych zagadnień	str. 82
Istotne zagadnienia 2021	3-2	Lista istotnych zagadnień	str. 82

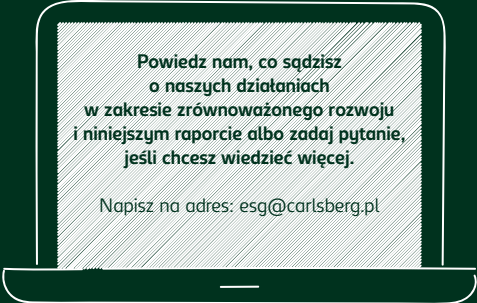
WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	KOMENTARZ
ISTOTNY TEMAT: WPŁYW NA ROZWÓJ SPOŁECZNO – EKONOMICZNY			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Wpływ na rozwój społeczno-ekonomiczny	str. 6
GRI 203: Pośredni wpływ ekonomiczny 2016	203-2	Znaczący pośredni wpływ ekonomiczny	str. 6
ISTOTNY TEMAT: DZIAŁANIA ANTYKORUPCYJNE			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Zapobieganie korupcji	str. 64
GRI 205: Zapobieganie korupcji 2016	205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	str. 64
ISTOTNY TEMAT: WYKORZYSTYWANE PRZEZ FIRMĘ SUROWCE I MATERIAŁY			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Wykorzystywane przez firmę surowce i materiały	str. 21
GRI 301: Materiały i surowce 2016	301-2	Wykorzystane materiały wejściowe z recyklingu	str. 22
ISTOTNY TEMAT: ZUŻYCIE I SPOSOBY REDUKCJI ZUŻYCIA ENERGII			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Zużycie i sposoby redukcji zużycia energii	str. 18
GRI 302: Energia 2016	302-1	Zużycie energii w organizacji	str. 84
	302-3	Intensywność zużycia energii	str. 84
	302-4	Redukcja zużycia energii	str. 18-20
ISTOTNY TEMAT: ZUŻYCIE I SPOSOBY REDUKCJI ZUŻYCIA WODY			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Zużycie i sposoby redukcji zużycia wody	str. 27, 29
GRI 303: Woda i ścieki 2018	303-1	Interakcje z wodą jako zasobem wspólnym	str. 27
	303-2	Zarządzanie skutkami związanymi z odprowadzaniem wody	str. 29
	303-5	Zużycie wody	str. 28, 84
ISTOTNY TEMAT: EMISJE GAZÓW CIEPLARNIANYCH ORAZ SPOSOBY ICH REDUKOWANIA			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Emisje gazów cieplarnianych oraz sposoby ich redukowania	str. 14
GRI 305: Emisje 2016	305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1)	str. 84
	305-2	Pośrednie energetyczne emisje gazów cieplarnianych (Zakres 2)	str. 84
	305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych	str. 16, 84
	305-5	Redukcja emisji gazów cieplarnianych	str. 22, 24

WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	KOMENTARZ
ISTOTNY TEMAT: GOSPODARKA ODPADAMI I OPAKOWANIAMI			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Gospodarka odpadami i opakowaniami	str. 21, 22
GRI 306: Odpady 2020	306-3	Wytworzone odpady	str. 84
ISTOTNY TEMAT: WARUNKI ZATRUDNIENIA			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Warunki zatrudnienia	str. 50
GRI 401: Zatrudnienie 2016	401-2	Świadczenia zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie przysługują pracownikom tymczasowym lub zatrudnionym w niepełnym wymiarze godzin	Nie występują świadczenia, których przysługiwanie jest uzależnione od wymiaru etatu.
	401-3	Urlopy rodzicielskie	str. 87
ISTOTNY TEMAT: BHP			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: BHP	str. 42
GRI 403: BHP 2018	403-1	System zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy	str. 44
	403-2	Identyfikacja zagrożeń, ocena ryzyka i badanie wypadków	str. 44, 45
	403-4	Wpływ pracowników na decyzje, konsultacje i komunikacja w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	str. 44
	403-5	Szkolenia dla pracowników w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	str. 46
	403-6	Programy promocji zdrowia dla pracowników	Pracownicy Carlsberg Polska są objęci opieką medyczną Lux Med.
	403-7	Zapobieganie i łagodzenie wpływu na zdrowie i bezpieczeństwo związanego z relacjami biznesowymi organizacji	str. 45
	403-8	Pracownicy objęci systemem zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy	str. 44
	403-9	Urazy związane z pracą	str. 43
	403-10	Problemy zdrowotne związane z pracą	Brak zdiagnozowanych chorób zawodowych
	ISTOTNY TEMAT: SZKOLENIA I WSPIERANIE ROZWOJU PRACOWNIKÓW		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Szkolenia i wspieranie rozwoju pracowników i	str. 56
GRI 404. Szkolenia i edukacja 2016	404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika	str. 56, 87
	404-2	Programy podnoszenia kwalifikacji pracowników i programy wsparcia w okresie przejściowym	str. 56
	404-3	Odsetek pracowników regularnie otrzymujących oceny pracy i rozwoju kariery	str. 56

WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	KOMENTARZ
ISTOTNY TEMAT: KOMUNIKACJA I DIALOG Z PRACOWNIKAMI			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Komunikacja i dialog z pracownikami	str. 80
GRI 402: Stosunki pomiędzy pracownikami a kadrą zarządzającą 2016	402-1	Minimalne wyprzedzenie, z jakim informuje się o istotnych zmianach operacyjnych	Przestrzegamy zasady przekazywania pracownikom wszelkich kluczowych dla nich informacji z odpowiednim wyprzedzeniem. Również komunikacja i konsultacje ze związkami zawodowymi odbywają się z dbałością o dotrzymanie właściwych terminów.
ISTOTNY TEMAT: RÓŻNORODNOŚĆ, RÓWNOŚĆ I WŁĄCZANIE			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Różnorodność, równość i włączanie	str. 52
GRI 405: Różnorodność i równość szans 2016	405-1	Różnorodność organów zarządzających i pracowników	str. 59, 86
	405-2	Stosunek pensji podstawowej i wynagrodzenia całkowitego kobiet do mężczyzn	str. 55
ISTOTNY TEMAT: DZIAŁANIA ANTYDYSKRYMINACYJNE			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Działania antydyskryminacyjne	str. 55
GRI 406: Zapobieganie dyskryminacji 2016	406-1	Przypadki dyskryminacji i podjęte działania naprawcze	str. 55
ISTOTNY TEMAT: DZIAŁANIA NA RZECZ LOKALNYCH SPOŁECZNOŚCI			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Działania na rzecz lokalnych społeczności	str. 73
GRI 413: Społeczności lokalne 2016	413-1	Jednostki biznesowe z wdrożonymi programami współpracy z lokalnymi społecznościami, ocenami oddziaływania i programami rozwoju lokalnego	str. 73
ISTOTNY TEMAT: JAKOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO PRODUKTÓW			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Jakość i bezpieczeństwo produktów	str. 68, 69
GRI 416: Zdrowie i bezpieczeństwo klientów 2016	416-1	Ocena wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo	str. 68, 69, 70
ISTOTNY TEMAT: ODPOWIEDZIALNY MARKETING I PRZEJRZyste INFORMOWANIE KONSUMENTÓW			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Odpowiedzialny marketing i przejrzyste informowanie konsumentów	str. 39
GRI 417: Marketing oraz znakowanie produktów i usług 2016	417-1	Wymagania dotyczące informowania o produktach i usługach oraz ich znakowania	str. 39
	417-2	Przypadki niezgodności z zasadami dotyczącymi informowania o produktach i usługach oraz ich znakowania	str. 39
	417-3	Przypadki niezgodności z zasadami dotyczącymi komunikacji marketingowej	str. 39

WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	KOMENTARZ
ISTOTNY TEMAT: INNOWACJE I ROZWÓJ NOWYCH TECHNOLOGII			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Innowacje i rozwój nowych technologii	str. 67
	Własny 1	Innowacje organizacyjne i techniczne wdrożone w roku objętym raportem	str. 62
ISTOTNY TEMAT: WARTOŚCI FIRMY I ZARZĄDZANIE ETYKĄ			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Wartości firmy i zarządzanie etyką	str. 60, 61
	Własny 2	Liczba zgłoszeń dokonanych za pośrednictwem systemu Speak Up	str. 65
ISTOTNY TEMAT: INICJATYWY PRACOWNICZE I WOLONTARIAT			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Inicjatywy pracownicze i wolontariat	str. 73, 77
	Własny 3	Lista inicjatyw pracowniczych, ze wskazaniem wkładu organizacji	str. 76, 77
ISTOTNY TEMAT: EDUKACJA KONSUMENTÓW, W TYM W ZAKRESIE ODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Edukacja konsumentów, w tym w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji	str. 34, 36
	Własny 4	Łączny zasięg działań promujących odpowiedzialną konsumpcję napojów alkoholowych	str. 36

Carlsberg Polska
ul. Krakowiaków 34
02-255 Warszawa
Telefon +22 543 15 00
info@carlsberg.pl
www.carlsbergpolska.pl

An illustration of a laptop computer. The screen is white and contains text. The laptop is dark green, matching the background.

Powiedz nam, co sądzisz
o naszych działaniach
w zakresie zrównoważonego rozwoju
i niniejszym raporcie albo zadaj pytanie,
jeśli chcesz wiedzieć więcej.

Napisz na adres: esg@carlsberg.pl