

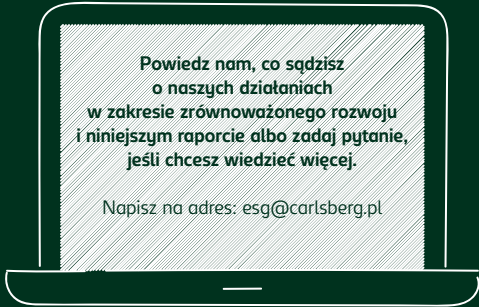
**RAPORT ESG
2023**

Carlsberg

Carlsberg
Polska

SPIS TREŚCI

**Zapraszamy do lektury Raportu ESG
(Environmental, Social, Governance)
Carlsberg Polska za rok 2023.**



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 WŁADZ GRUPY CARLSBERG

GRI 2-22

Nasz cel, jakim jest warzenie piwa dla lepszego dziś i jutra, jeszcze nigdy nie był tak aktualny, jako że wspieramy globalne wysiłki na rzecz rozwiązania palących problemów środowiskowych i społecznych.

Realizacja naszych globalnych celów i osiągnięcie wymiernych efektów w zakresie ochrony klimatu i przyrody będzie wymagało innowacyjności, partnerstw w całym łańcuchu wartości, zaangażowania społeczeństwa obywatelskiego i podejścia opartego na nauce.

W 2023 r. dotączyliśmy do innych liderów biznesu podczas Climate Week NYC, aby wystosować globalny apel o podjęcie działań powstrzymujących niekontrolowane globalne ocieplenie. Podkreśliśmy również potrzebę przejścia na rolnictwo regeneratywne, w szybkim tempie i na dużą skalę, aby odbudować ekosystemy niezbędne dla funkcjonowania przyrody, społeczeństwa oraz światowej gospodarki. Aby wnieść nasz wkład, realizujemy śmiało ambicje określone w firmowym programie Together Towards ZERO and Beyond (TTZAB) – od zeroemisyjnego (netto) łańcucha wartości i pozyskiwania wszystkich surowców z regeneratywnych praktyk rolniczych do 2040 r. po kompensację całości zużycia wody w naszych browarach na obszarach wysokiego

ryzyka jej niedoboru do 2030 r. Ograniczenie o 16% emisji dwutlenku węgla w naszym globalnym łańcuchu wartości, co udało się osiągnąć w latach 2015–2022, jest w tym kontekście kamieniem milowym, a w 2023 r. pracowaliśmy z partnerami m.in. nad upowszechnianiem regeneratywnych praktyk rolniczych w Europie i uruchomieniem projektów odbudowy zasobów wody w Azji.

Pod przewodnictwem nowego CEO i nowego dyrektora finansowego opieramy się na znaczących postępach poczynionych od 2015 r. dzięki niezłomnemu zaangażowaniu całego zespołu w realizację naszych ambicji w zakresie ESG. Podążamy ścieżką wyznaczoną w 2022 r., a w 2023 r. poczyniliśmy postępy we wszystkich 11 obszarach TTZAB. Nasza wstępna analiza podwójnej istotności potwierdziła, że koncentrujemy działania we właściwych obszarach, aby sprostać tym wyzwaniom środowiskowym i społecznym, które mają największe znaczenie w kontekście naszej działalności.

Promowanie bezpiecznych zachowań w całej firmie pomogło w 2023 r. obniżyć wskaźnik liczby wypadków przy pracy skutkujących zwolnieniem lekarskim o 25%, a ponadto jeszcze więcej uwagi poświęciliśmy zdrowiu psychicznemu i dobrostanowi

pracowników. Osiągnęliśmy cel, jakim było zwiększenie odsetka kobiet wśród wyższej kadry zarządzającej do 30%, a poziom zaangażowania naszych pracowników pozostawał wysoki, ponieważ kontynuowaliśmy wzmacnianie kultury włączania, szacunku i współodczuwania. Podtrzymujemy zobowiązanie do sprawiedliwego i równego traktowania, zarówno wewnątrz naszej organizacji, jak i poza nią, wzmagając wysiłki na rzecz poszanowania praw człowieka w całym łańcuchu wartości i zwiększając jawność w tym obszarze – docelowo temu zagadnieniu będą poświęcone osobne procesy raportowania.

TTZAB jest integralną częścią strategii korporacyjnej Grupy Carlsberg, SAIL'27. Wspomniany program umożliwiał nam łagodzenie ryzyk ESG i stwarza dodatkowe możliwości rozwoju naszego biznesu, czego przykładem jest poszerzanie portfolio piw bezalkoholowych i niskalkoholowych, obecnie posiadających 28,5% udziału w globalnym wolumenie sprzedaży, w ramach realizacji celu ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Rozwój tego segmentu oferty był jednym ze źródeł sukcesów biznesowych, które osiągnęliśmy w 2023 r. Uzyskane wyniki finansowe należy uznać za zadowalające zwłaszcza w kontekście trudnych warunków handlowych na rynkach, na których jesteśmy obecni, a także niekorzystnych warunków pogodowych i trwającej wojny w Ukrainie. Organiczny wzrost przychodów Grupy wyniósł 9,2%, czego motorem było poprawienie o 10% przychodów w przeliczeniu na

hl wyprodukowanego piwa, a zysk operacyjny zwiększył się o 5,2%.

Rosną wymagania regulacyjne wobec przedsiębiorstw, a interesariusze oczekują od nich podejmowania konkretnych działań oraz poszerzania zakresu ujawnień dotyczących istotnych kwestii ze sfery ESG. Nasze wyniki zostały szczegółowo opisane w raporcie Grupy Carlsberg, w którym podkreślamy postępy i osiągnięcia, ale także kluczowe wyzwania i obszary, w których mamy więcej do zrobienia. Zdajemy sobie sprawę z rozległości naszych zobowiązań i wynikającego z niej ogromu pracy, jaką będziemy musieli wykonać, aby osiągnąć wszystkie postawione cele. Formuła naszej sprawozdawczości ESG będzie ewoluować w związku z objęciem firmy obowiązkami zapisanymi w dyrektywie o sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (CSRD). Nasze przywiązanie do idei przejrzystości jest niezmiennie i staramy się dostarczać interesariuszom informacji finansowych i pozafinansowych, które odpowiedzą na ich potrzeby, dodając wartości i budując zaufanie.

W obliczu niepewności geopolitycznej pozostajemy zaangażowani w kształtowanie dobrych wzorców globalnego obywatelstwa i dotrzymywanie wysokich standardów, które stawiamy sobie, naszym dostawcom i innym partnerom biznesowym w całym łańcuchu wartości i na wszystkich rynkach, na których jesteśmy obecni.

Podróż, która nie zakończy się, gdy osiągniemy ZERO w sześciu obszarach strategicznych, łączy i inspiruje nasze marki, pracowników, dostawców i pozostałych partnerów biznesowych, społeczności oraz konsumentów na całym świecie. Patrząc w przyszłość, widzimy rosnącą rolę dla Grupy Carlsberg jako lidera i innowatora w sferze zrównoważonego rozwoju, którą będziemy wypełniać czerpiąc z naszego pionierskiego dziedzictwa i globalnej skali działalności – po to, by zapewnić trwałe efekty dla społeczeństwa, naszych interesariuszy, pracowników i prowadzonego przez nas biznesu.



Henrik Poulsen
Przewodniczący Rady Nadzorczej Grupy Carlsberg

Jacob Aarup-Andersen
CEO Grupy Carlsberg

LIST CEO CARLSBERG POLSKA

GRI 2-22



Szanowni Państwo,

Przed Wami najnowszy raport ESG Carlsberg Polska. To roczny bilans naszych działań oraz ich efektów w obszarze zrównoważonego rozwoju. Prezentuje on informacje z trzech głównych obszarów: środowiskowego (Environmental), społecznego (Social) i zarządczego (Governance).

Rok 2023 był wyjątkowo trudny dla branży piwnej. Wzrost kosztów energii, surowców, opakowań, kosztów operacyjnych, jak również podniesienie podatku akcyzowego wymusiły wzrost cen piwa. Było to zasadniczą przyczyną spadku sprzedaży praktycznie wszystkich kategorii piw. Niekorzystny kontekst znacząco utrudniał nam inwestycje. Jednak zdecydowaliśmy się kontynuować wprowadzanie proekologicznych rozwiązań w naszych browarach. Wierzymy, że w dłuższej perspektywie realizacja celów środowiskowych i społecznych jest nie tylko etycznym obowiązkiem przedsiębiorstw, ale także ważnym czynnikiem wzrostu ich wartości. W omawianym okresie m.in. zmodernizowaliśmy linię butelkowniczą B3 w Browarze Okocim oraz rozpoczęliśmy w nim nowy projekt w zakresie odzysku ciepła. Dzięki podobnym inicjatywom stale zmniejszamy ślad ekologiczny naszej firmy.

Dzięki wierności zasadom zrównoważonego rozwoju oraz pełnemu zaangażowaniu całego zespołu w ich realizację, kolejny raz zbliżyliśmy się do osiągnięcia strategicznych celów ESG Grupy Carlsberg. Ambicja, by osiągnąć ZERO śladu węglowego, ZERO marnowania wody, ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu oraz ZERO wypadków, przyświecała nam w codziennej pracy i podczas podejmowania wszystkich kluczowych decyzji. W ub.r. rozpoczęliśmy również działania w ramach dwóch dodatkowych obszarów: ZERO śladu rolniczego i ZERO śladu opakowaniowego. Wszystkie te sfery obejmuje nasz grupowy program zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO and Beyond.

W kolejnych latach będziemy konsekwentnie podążać wytyczonymi ścieżkami. Nadrzędnym zadaniem dla naszej firmy i całej branży napojowej w Polsce jest obecnie współpraca z rządem i parlamentem nad finalnym kształtem ustawy o systemie kaucyjnym. Bardzo ważną rolę pełni w nim szklana butelka zwrotna – jedno z najbardziej przyjaznych dla środowiska opakowań napojowych. Opakowania wielokrotnego użytku wpisują

się w ideę gospodarki o obiegu zamkniętym i powinny być systemowo premiowane, by stały się dla konsumentów opakowaniami pierwszego wyboru. W ramach Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce – Browary Polskie podejmujemy starania, aby rząd uwzględnił postulaty branży dotyczące m.in. wydłużenia czasu na wdrożenie systemu kaucyjnego. Jest krytycznie ważne, by wdrożyć system powszechny i ogólnopolski, dostępny dla każdego. Jest również kluczowe, by przedsiębiorcy mogli wywiązać się z oczekiwanych poziomów zbiórki opakowań.

Dziękuję wszystkim pracownikom, których wysiłek na rzecz budowania odpowiedzialnej firmy został opisany w tym raporcie. Dziękuję też interesariuszom Carlsberg Polska za wspólny wkład w zrównoważony rozwój naszych organizacji. Tegoroczny raport jasno pokazuje, że dostrzegamy i doceniamy wszystkie wspólne działania na rzecz budowy zrównoważonej przyszłości.

Mieszko Musiał

Prezes Zarządu Carlsberg Polska

CARLSBERG POLSKA

GRI 2-1, 2-6

Jesteśmy jednym z trzech największych graczy polskiej branży piwowarskiej – w 2023 r. nasz udział według wolumenu sprzedanego piwa wyniósł 20,1%. W browarach o wieloletniej tradycji warzymy piwa najwyższej jakości. Nie boimy się być pionierami zmian: to my wprowadziliśmy na polski rynek pierwsze piwo w puszcze, markę Karmi, która zainicjowała rozwój segmentu piw bezalkoholowych, a w 2023 r. pierwsze połączenie bezalkoholowego jasnego piwa z napojem energetyzującym.

Carlsberg Polska w 2023 r.

20,1%

udziału w wolumenie sprzedaży piwa w Polsce



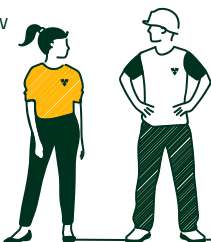
26,1%

udziału w wolumenie sprzedaży piwa bezalkoholowego w Polsce



1292

pracowników



39 krajów

importujących nasze piwa



Nasze marki

1664 BLANC



Carlsberg

Seth & Riley's GARAGE



HARNAS
IASNE PEŁNE

karmi



18 45
OKOCIM



Żatecky

GUINNESS

Carlsberg Polska jest dystrybutorem piwa marki Guinness w Polsce

7618

aktywnych dostawców zakupowych i niezakupowych



Nasze browary

Browar Okocim

Dyrektor: Marcin Będlin

Liczba pracowników: 370

Browar Okocim to 178 lat imponującego dziedzictwa piwowarskiego. 26 kwietnia 1845 r. Jan Ewangelista Goetz powołał do życia spółkę, która zapoczątkowała historię zakładu. Przyjął on zasadę wytwarzania wyłącznie tego, co najlepsze, z najlepszych dostępnych surowców. Szybki rozwój browaru sprawił, że w XIX w. produkowane tam piwo było jednym z najbardziej cenionych, a sam zakład jednym z największych w Europie. Dziś jest on jednym z największych i najnowocześniejszych europejskich browarów Grupy Carlsberg. Słynie z najwyższej jakości, co potwierdzają liczne nagrody corocznie przyznawane warzonemu tu piwom. Posiada własną oczyszczalnię ścieków, korzystającą z samodzielnie wytwarzanej energii.

Browar Kasztelan

Dyrektor: Michał Jankowski

Liczba pracowników: 233

Tradycja sierpeckiego piwowarstwa sięga czasów średniowiecza. Warzone na tym terenie piwa trafiały na dwory książęce i cieszyły się popularnością. W XIX w. działało tu już wiele zakładów najwyższej klasy, dlatego w 1972 r. to właśnie w Sierpcu wybudowano browar od 2000 r. znany jako Browar Kasztelan. W 2015 r. miała miejsce jego modernizacja i rozbudowa, będąca wówczas największą inwestycją w branży. Dziś browar jest liderem w obszarze ochrony środowiska, nagradzanym zarówno za projekty ze sfery efektywności energetycznej (innowacyjna technologia odzysku ciepła z młota), jak i za działania minimalizujące zużycie wody (np. dzięki jej odzyskowi i ponownemu wykorzystaniu). Od 2022 r. korzysta z nowoczesnej myjki butelek, która zwiększyła wydajność mycia przy jednoczesnym ograniczeniu konsumpcji wody i ciepła.

Browar Bosman

Dyrektor: Piotr Zając

Liczba pracowników: 187

W 2023 r. obchodziliśmy 175. rocznicę powstania Browaru Bosman. Jego historia sięga 1848 r., kiedy kupiec Julius Albrecht Weidmann uruchomił w Szczecinie browar z własną słodownią, ujęciem wody i lodownią. Prawdziwy rozkwit zakładu nastąpił po jego przejęciu przez rodzinę Bohrischów. Browarowi udało się przetrwać I wojnę światową i kryzys ekonomiczny lat 30. XX w., ale nalot dywanowy w kwietniu 1943 r. zniszczył go w ok. 30%, co wymusiło ograniczenie, a następnie wstrzymanie działalności. Po zakończeniu walk szybko wznowiono produkcję – 12 stycznia 1946 r. uwarzono pierwsze powojenne piwo. W 2001 r. browar stał się częścią Grupy Carlsberg i od tej pory nieprzerwanie się rozwija dzięki nowoczesnym inwestycjom, a jego produkty trafiają już do 39 krajów.



**Browar
Bosman**
Szczecin, 1848



**Browar
Kasztelan**
Sierpc, 1972



Biuro Zarządu
Warszawa



**Browar
Okocim**
Brzesko, 1845



NASZ WKŁAD W GOSPODARKE

GRI 203-2

Istotnie przyczyniamy się do rozwoju polskiej gospodarki, 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.**

Miejsca pracy utrzymywane bezpośrednio lub pośrednio dzięki działalności Carlsberg Polska:



1292

w Carlsberg Polska

+



7942

u dostawców i w sprzedaży detalicznej

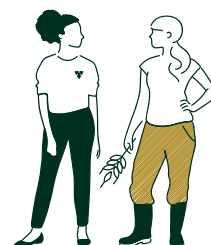
+



771

w branży HoReCa, czyli w hotelarstwie i gastronomii

=



Łącznie bezpośrednio i pośrednio kreujemy zatrudnienie dla

10 005 osób

POLSKA PIWNĄ POTĘGĄ

Zgodnie z danymi branżowej organizacji The Brewers of Europe¹, w 2022 r. Polska zajmowała w Europie:

3. miejsce pod względem wolumenu wyprodukowanego piwa

4. miejsce pod względem spożycia piwa (w wartościach bezwzględnych)

3. miejsce pod względem spożycia piwa w przeliczeniu na mieszkańca

7. miejsce pod względem wielkości eksportu piwa

2. miejsce pod względem wielkości zatrudnienia w sektorze piwowarskim

METODYKA KALKULACJI

Łączna liczba miejsc pracy, które pośrednio wspieramy w ramach łańcucha wartości, została obliczona dla Grupy Carlsberg i Carlsberg Polska przez firmę konsultingową Europe Economics z wykorzystaniem m.in. danych dotyczących:



zatrudnienia (liczba osób na poszczególnych rynkach)



podatków i składek na poszczególnych rynkach (akcyza, VAT, podatki dochodowe od osób prawnych, środowiskowe i od dochodów pracowniczych, składki na ubezpieczenia społeczne i inne daniny publiczne)



produkcji, eksportu i importu (w hektolitrach)



wartości zakupów surowców, produktów i usług

Krajowy 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 w Polsce łącznie 114,6 tys. miejsc pracy, a sumaryczna wartość podatków i składek zapłaconych w związku z warzeniem i sprzedażą piwa wyniosła 11,2 mld zł. Podmioty z branży piwowarskiej kupiły produkty i usługi o wartości prawie 4 mld zł², a 90% tej kwoty trafiło do polskich dostawców.



Bartłomiej Morzycki,
Dyrektor generalny Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce – Browary Polskie

¹ „European beer trends. Statistics report 2023 edition”, The Brewers of Europe.

² „Podsumowanie analizy wybranych wskaźników wpływu przemysłu piwowarskiego na polską gospodarkę i otoczenie”, ZPPP Browary Polskie

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 krajach Europy Zachodniej, Europy Środkowo-Wschodniej i Azji. W 2023 r. Grupa Carlsberg sprzedała na całym świecie ponad 125,1 mln hl piw i napojów cenionych przez konsumentów marek.

Największym udziałowcem koncernu jest Fundacja Carlsberg, powołana przez założyciela

firmy, J. C. Jacobsena, w 1876 r. Otrzymuje ona 30% wypłaconych dywidend i przeznaczają je na cele pożytku publicznego. W 2023 r. wspólnie z dwiema finansowanymi przez siebie organizacjami pozarządowymi, Nową Fundacją Carlsberg oraz Fundacją Tuborg, Fundacja Carlsberg przeznaczyła równowartość 135 mln euro na wsparcie badań naukowych i upowszechnianie wiedzy, sztukę i rozwój społeczeństwa obywatelskiego.



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.

Konsumenci:

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



**WARTOŚĆ DLA
SPOŁECZEŃSTWA**

31 tys.

pracowników na świecie

1,1 mln

dodatkowych miejsc pracy stworzonych w ramach łańcucha wartości

5,37 mld euro

kontrybucji podatkowej

13,5 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 ogólnoświatowych trendów konsumenckich, klienckich, społeczno-gospodarczych, regulacyjnych, geopolitycznych, a także do naszych zwiększonych ambicji. SAIL'27 określa 15 priorytetów, na których Grupa Carlsberg skupia swoje działania. Priorytety pogrupowano w 5 obszarów strategicznych.

NASZ PROGRAM ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Kluczowym elementem strategii SAIL'27 jest program zrównoważonego rozwoju Together Towards Zero and Beyond, określający nasze średnio- i długookresowe ambicje w tej sferze, w tym konkretne zobowiązania. TTZAB stanowi naszą odpowiedź na globalne wyzwania – jest nią dążenie do tego, aby osiągnąć ZERO śladu węglowego, ZERO śladu rolniczego, ZERO marnowania wody, ZERO odpadów opakowaniowych, ZERO wypadków oraz ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu.

Wyznaczyliśmy ponadto pięć dodatkowych obszarów naszego zainteresowania, które nadają bardziej

strategiczny charakter nieustannym wysiłkom Grupy Carlsberg na rzecz promowania różnorodności, równości i włączania (DE&I), przestrzegania zasad etyki w praktyce biznesowej, odpowiedzialnego pozyskiwania surowców, poszanowania praw człowieka oraz angażowania się w życie społeczności lokalnych. Aby przyspieszyć postępy w obszarze DE&I, postawiliśmy przed sobą także cele krótkoterminowe: zwiększenie reprezentacji kobiet na wyższych stanowiskach kierowniczych w Grupie Carlsberg do 30% do 2024 r. i do 35% do 2027 r. W 2023 r. wspomniany odsetek wyniósł 30,1%.

GRI 2-23

Misja

Warzymy dla lepszego dziś i jutra

Priorytety strategii SAIL'27



Nasze portfolio produktów



Nasze priorytety w regionach



Nasze działanie 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
2030

- **ZERO** emisji dwutlenku węgla netto w łańcuchu wartości
- **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
2030

- **100%** wykorzystywanych przez nas surowców pochodzi z rolnictwa regeneratywnego i jest pozyskiwanych w sposób zrównoważony
- **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 pierwotnych tworzyw sztucznych wyprodukowanych z 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 poziomu **1,7 hl/hl** piwa w browarach na obszarach o wysokim ryzyku niedoboru wody
- **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 włączanie

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 włączania (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

Odpowiedzialne zakupy

Aktywne uczestnictwo w życiu społeczności lokalnych

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.

ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM

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

Za realizację przez naszą firmę 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. rolę Kierowniczki ds. zrównoważonego rozwoju pełni Teresa Aldea.

Członkowie Zarządu odpowiedzialni za realizację TTZAB



Marek Krzysztoporski
Wiceprezes ds. zintegrowanego łańcucha dostaw w grupie Carlsberg Polska¹



Agata Koppa
Dyrektorka ds. korporacyjnych i ESG



Agata Jaworska
p.o. Wiceprezesa ds. marketingu



GRI 2-18

Pracę Zarządu, również w zakresie zarządzania ekonomicznym, środowiskowym i społecznym wpływem firmy, na bieżąco kontroluje i ocenia Rada Nadzorcza. Ważnym elementem oceny jest osiąganie 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 kwestiom z tej

sferzy. W 2023 r. szczególną rolę odegrali spotkania i warsztaty związane z nowym obszarem programu TTZAB: ZERO odpadów opakowaniowych. Tematem przewodnim był kryzys na rynku odpadowym oraz uchwalenie ustawy o systemie kaucyjnym. Ponadto Kierowniczka ds. zrównoważonego rozwoju organizuje szkolenia i webinary związane z TTZAB, w których mogą uczestniczyć wszyscy zainteresowani pracownicy.

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

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

W 2023 r. po raz piąty z rzędu nagrodzono nas Srebrnym Listkiem CSR POLITYKI. Podstawą do przyznania nam tego wyróżnienia była niezależna analiza praktyk naszej firmy z perspektywy międzynarodowej normy ISO 26000, zawierającej wytyczne dotyczące odpowiedzialności organizacji za wpływ na społeczeństwo i środowisko. Kolejne Listki CSR są dowodem, że jesteśmy konsekwentni w postępowaniu zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Traktujemy je także jako zobowiązanie, chcemy z roku na rok dawać jeszcze lepszy przykład innym przedsiębiorstwom działającym w Polsce.



Agata Koppa,
Dyrektorka ds. korporacyjnych i ESG

¹ W jej skład wchodzi Carlsberg Polska Sp. z o.o. i Carlsberg Supply Company Polska SA.

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ GRUPY CARLSBERG

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

Nad skuteczną realizacją celów ze sfery zrównoważonego rozwoju czuwa w Grupie Komitet Sterujący, w skład którego wchodzi liderzy i eksperci z całej organizacji, jak również Rada Doradcza Carlsberg ds. Zrównoważonego Rozwoju (Carlsberg Sustainability Advisory Board,

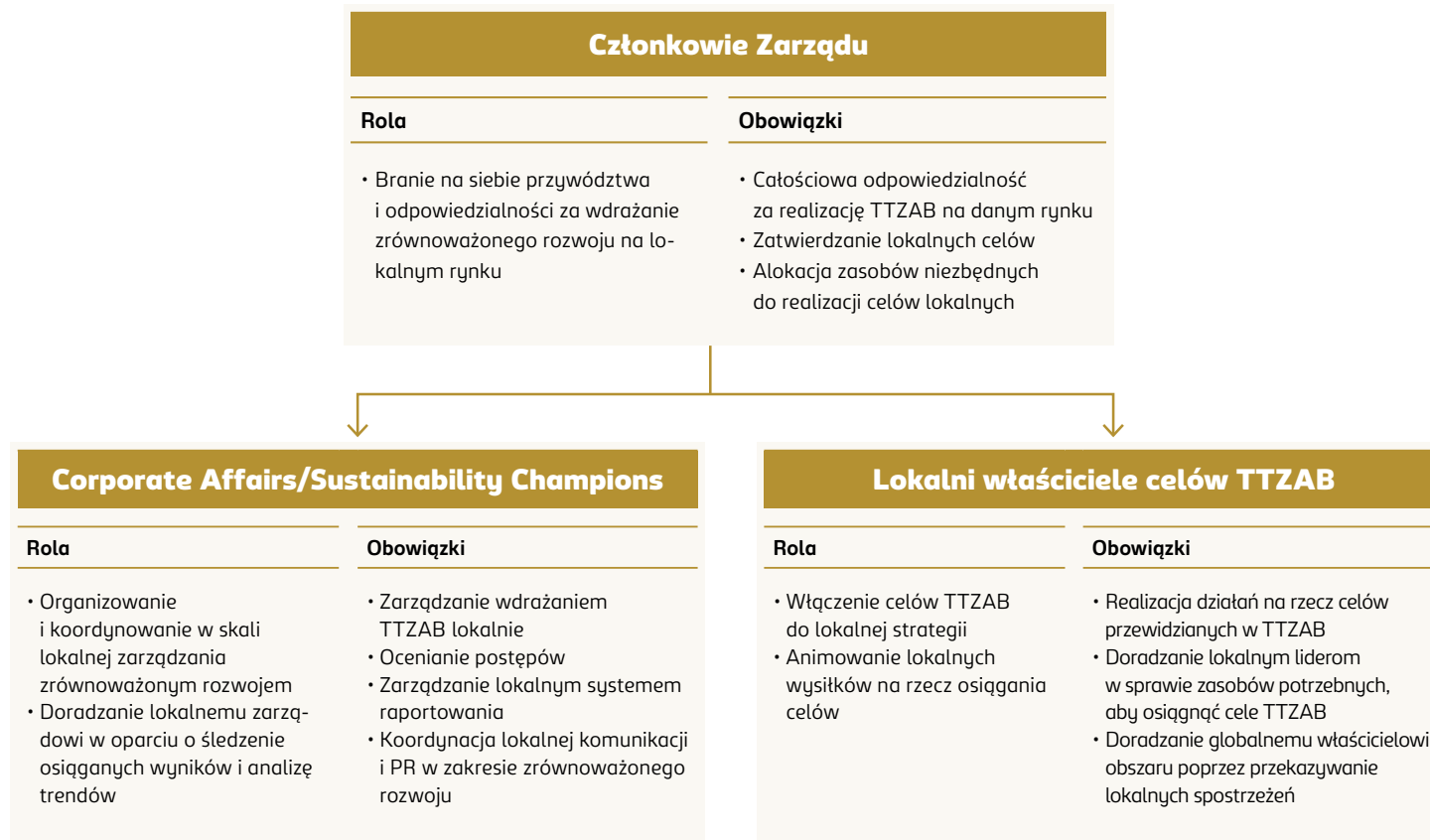
CSAB). Ponadto na różnych stanowiskach we władzach Grupy, w tym na stanowiskach kierowniczych wyższego szczebla i w Zarządzie, wynagrodzenie jest powiązane z osiąganymi wynikami dotyczącymi celów TTZAB.

Zarządzanie zrównoważonym rozwojem na poziomie Grupy Carlsberg



Grupowy model zarządzania TTZAB

GRI 2-9, 2-13



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.

Aktualizowaną listę polityk Grupy istotnych z punktu widzenia odpowiedzialności społecznej i ekologicznej można znaleźć tutaj:



www.carlsberggroup.com/sustainability/report-policies/policies/

NASZ WKŁAD W INICJATYWY ONZ

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

W 2023 r. dołączyliśmy do United Nations Global Compact (UNGC), powołanej z inicjatywy Organizacji Narodów Zjednoczonych międzynarodowej sieci zrównoważonych przedsiębiorstw. W ten sposób zobowiązaliśmy się do wdrożenia i przestrzegania dziesięciu podstawowych zasad UNGC dotyczących gwarantowania praw człowieka, zapewniania odpowiednich warunków pracy, ochrony środowiska i przeciwdziałania korupcji. Realizowany przez polski oddział UNGC program Climate Positive jest z kolei odpowiedzią na kryzys klimatyczny, utratę różnorodności biologicznej oraz postępujące zanieczyszczenie wód, gleb i powietrza. Chcemy być aktywnym uczestnikiem tego przedsięwzięcia i w jego ramach skupić się w szczególności na kwestiach związanych z ekonomią cyrkularną, transformacją energetyczną oraz zrównoważoną produkcją żywności (więcej w rozdziale ZERO śladu rolniczego).



Podsumowanie naszego bezpośredniego wkładu w realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ można znaleźć na str. 95.





ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO



Instalacja fotowoltaiczna na terenie Browaru Okocim w Brzesku.



PERSPEKTYWA GRUPY CARLSBERG

GRI 3-3

Dążymy do wyeliminowania emisji dwutlenku węgla z naszych browarów do 2030 r. i osiągnięcia ZERO emisji netto dla całego łańcucha wartości do 2040 r.

Ekstremalne zjawiska pogodowe i rekordowe temperatury na całym świecie w 2023 r. podkreślają pilną potrzebę podjęcia działań w sprawie zmian klimatu. Porozumienie paryskie przewiduje osiągnięcie globalnego celu – ZERO emisji netto w 2050 r. Chcemy zrealizować go 10 lat wcześniej, w 2040 r.

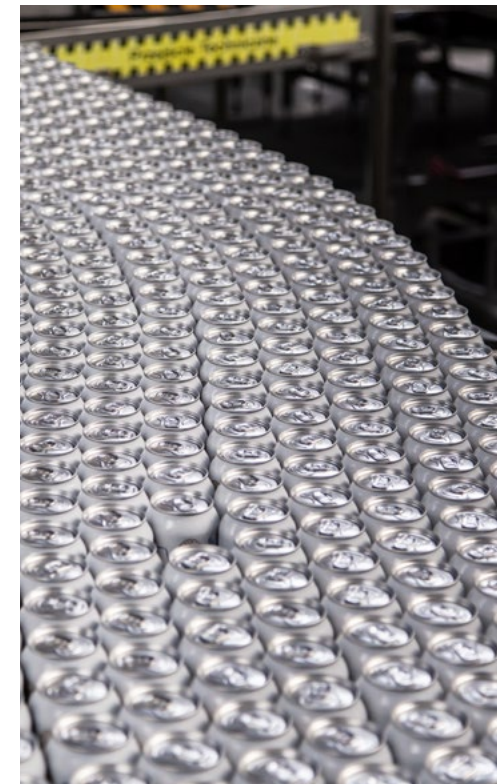
Wraz z innymi duńskimi przedsiębiorstwami podkreśliliśmy nasze ambicje i wezwaliśmy rządy, by wsparły przyspieszenie zielonej transformacji biznesu w okresie poprzedzającym konferencję klimatyczną COP28, a także zobowiązaliśmy się do zwiększenia tempa realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ (nasze wspólne oświadczenie można znaleźć [tutaj](#)).

W 2023 r. ograniczyliśmy całkowitą emisję z browarów o kolejne 6% – i o 57% od 2015 r. Względna emisja w przeliczeniu na hektolitr piwa spadła o 59% od 2015 r., dzięki temu, że nadal poprawiamy wydajność browarów oraz inwestujemy w nowe aktywa wytwórcze, które zwiększają łączną moc zainstalowaną w OZE.

Ponadto ściśle współpracujemy z dostawcami i innymi partnerami, aby znajdować sposoby na zmniejszanie emisji poza naszymi browarami – od uprawy składników po pakowanie, transport, dystrybucję i chłodzenie piwa. Najnowsza analiza pokazuje, że w latach 2015–2022 osiągnęliśmy 16% redukcji emisji w łańcuchu wartości w przeliczeniu na hektolitr piwa, co stawia nas na dobrej drodze do osiągnięcia celu 30% względnej redukcji do 2030 r.

Carlsberg był jedną z pierwszych trzech firm na świecie, których krótkoterminowy cel, wpisujący się w dążenie do ograniczenia globalnego wzrostu temperatur do 1,5°C, został

zatwierdzony przez inicjatywę Science Based Targets (SBTi). Ponieważ od tamtego czasu standardy ewoluowały, w 2024 r. dokonamy przeglądu naszych celów redukcyjnych zgodnie z zaktualizowanymi wytycznymi SBTi.





CO DLA NAS OZNACZA ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO

EMISJE Z BROWARÓW

Do 2030 r. zamierzamy ograniczyć bezwzględną emisję gazów cieplarnianych z procesu warzenia piwa o co najmniej 95%, a następnie usunąć wszelkie emisje resztkowe, aby osiągnąć ZERO dla naszych browarów na całym świecie.

Począwszy od 2023 r., w naszych celach i raportowaniu dotyczącym emisji z browarów uwzględniamy wszystkie emisje gazów cieplarnianych, wyrażone w ekwiwalencie dwutlenku węgla (CO₂e), a nie tylko emisje dwutlenku węgla. Emisja z browarów obejmuje zakres 1 (emisje bezpośrednie, np. ze spalania paliw w celu wytworzenia ciepła) i zakres 2 (pośrednie emisje energetyczne, np. związane z wytwarzaniem kupowanej przez nas energii elektrycznej). Emisje związane z wewnętrzną logistyką oraz z procesami dystrybucyjnymi są wyłączone z emisji z browarów, ale 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 gazów cieplarnianych o co najmniej 90%, a następnie offsetowanie tych emisji, których eliminacja jest niemożliwa. 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 dotyczące łańcucha 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 postępowania z zużytymi opakowaniami. Postępy będziemy mierzyć poprzez analizę emisji w naszym łańcuchu wartości, która będzie przeprowadzana corocznie.

ENERGIA ELEKTRYCZNA ZE ŹRÓDEŁ ODNAWIALNYCH

Zdecydowaną większość energii elektrycznej dla naszych browarów pozyskujemy już ze źródeł odnawialnych, głównie kupując ją z sieci razem z certyfikatami łączącymi ją z istniejącymi aktywami.

Zobowiązaliśmy się, aby do 2030 r. pozyskiwać energię elektryczną wyłącznie z nowych aktywów, wspierając w ten sposób wzrost mocy wytwórczych 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 jej z nowych źródeł wytwórczych poza naszymi browarami i/lub na ich terenie.

ENERGIA ZE ŹRÓDEŁ ODNAWIALNYCH

Przejście 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 niedawna 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 programu Together Towards ZERO and Beyond chcemy iść dalej. Zamierzamy zwiększyć ogólną ilość dostępnej energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych, pozyskując więcej energii z takich źródeł w ramach umów zakupu

energii (power purchase agreements, PPA). PPA to długoterminowe kontrakty, 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 niewystarczającą. 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. Stale badamy możliwości w zakresie nowych umów długoterminowych, jednak niestabilność rynku energii i niepewność regulacyjna sprawiają, że stało się to dużym wyzwaniem.

INNOWACJE DLA ZEROEMISYJNOŚCI

Dążymy do tego, by nasze browary w coraz większym stopniu zaspokajały swoje zapotrzebowanie na energię poprzez jej samodzielną produkcję ze źródeł odnawialnych. Wprowadzanie rozwiązań z tego zakresu nie zawsze jest proste, zwłaszcza w przypadku XIX-wiecznych budynków Brzesku. Nie ustajemy jednak w identyfikowaniu i wykorzystywaniu wszystkich możliwości.

W Browarze Okocim znaleźliśmy zastosowanie dla biogazu powstającego w zakładowej

oczyszczalni ścieków w procesie fermentacji metanowej. Jego spalanie jest źródłem ciepła, a od 2023 r. w procesie kogeneracji wytwarzamy z niego także energię elektryczną. Szacujemy, że całkowite wykorzystanie naszego biogazu, którego powstaje ponad 600 tys. m³ rocznie, pokryje 36% zapotrzebowania oczyszczalni na energię elektryczną i 73% jej zapotrzebowania na energię cieplną.

Równolegle rozwijamy program wykorzystania energii słonecznej. W 2023 r. uruchomiliśmy w Brzesku trzy instalacje

fotowoltaiczne o mocy 49,5 kW każda. Jedna z nich znajduje się na dachu budynku centrum energetycznego, a dwie są naziemne: pierwsza znajduje się na terenie browaru, a druga na terenie oczyszczalni.

Samodzielna produkcja energii wspiera osiągnięcie 7 i 9 Celu Zrównoważonego Rozwoju (zadania 7.3 oraz 9.4 – więcej informacji na str. 95).



WYNIKI CARLSBERG POLSKA W 2023 R.

GRI 305-4

Dążymy do tego, by do 2030 r. o 30% ograniczyć ślad węglowy naszego łańcucha wartości, a więc sumę emisji w zakresie 1, 2 oraz 3. Zerową emisję dwutlenku węgla netto zamierzamy osiągnąć najpóźniej w 2040 r. Realizację tej ambicji wspierają działania w dwóch innych obszarach naszego programu zrównoważonego rozwoju: ZERO śladu rolniczego (zob. str. 21–25) i ZERO odpadów opakowaniowych (zob. str. 26–32).

W 2023 r. spadekowi wolumenu produkcji o 9,5% towarzyszył:

- wzrost emisji CO₂ w zakresie 1 i 2 o 10,9% do poziomu 22 695 t,
- wzrost intensywności emisji CO₂, czyli emisji w przeliczeniu na hl wyprodukowanego piwa, o 23%,
- spadek łącznego zużycia energii cieplnej o 5,8% do poziomu 95 262 MWh,
- spadek łącznego zużycia energii elektrycznej o 10,2% do poziomu 41 880 MWh,
- spadek łącznego zużycia energii o 7,2% do poziomu 13 7142 MWh.

Bezwzględny i względny wzrost ilości emitowanego przez nas CO₂ wynika przede wszystkim z trudnej decyzji biznesowej, jaką wymusiły na nas skokowe podwyżki cen gazu, który stał się kilkakrotnie droższy niż w 2022 r. W tej sytuacji w 2023 r. browary w Brzesku i Sierpcu częściowo przeszły na spalanie paliwa zastępczego w postaci oleju opałowego, co pozwoliło uzyskać znaczące oszczędności finansowe, ale jednocześnie zwiększyło poziom emisji gazów cieplarnianych. W 2024 r. powróciliśmy do stosowania wyłącznie gazu.

Na wzrost intensywności emisji wpłynął także niższy wolumen produkcji.

Konsumpcja energii nie spada bowiem wprost proporcjonalnie do spadku ilości warzonego piwa ze względu na stałe zużycie związane z niektórymi procesami, takimi jak przestawianie linii na inny produkt.

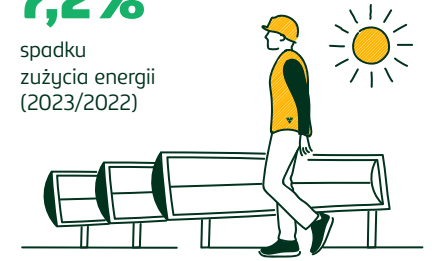
3 kg

emisji CO₂ w przeliczeniu na hl gotowego piwa



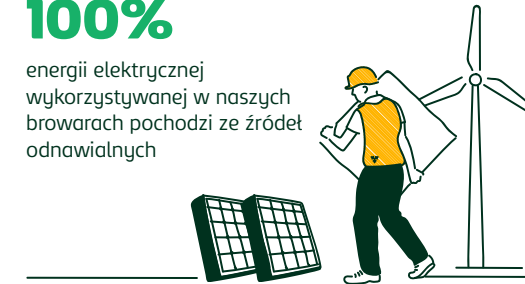
7,2%

spadku zużycia energii (2023/2022)



100%

energii elektrycznej wykorzystywanej w naszych browarach pochodzi ze źródeł odnawialnych



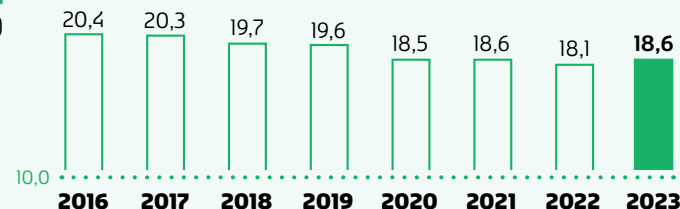
Szereg niekorzystnych trendów w otoczeniu branży piwowskiej, takich jak spadek siły nabywczej konsumentów, sprawił, że ubiegły rok był dla nas jeszcze trudniejszy niż poprzednie, naznaczone m.in. pandemią i wojną. Mimo tak trudnych okoliczności nie przestajemy inwestować w odnawialne źródła energii oraz poprawę efektywności energetycznej naszych zakładów. Wiemy, że w średnim i długim okresie skorzystamy na tym zarówno my, jak i cała planeta.



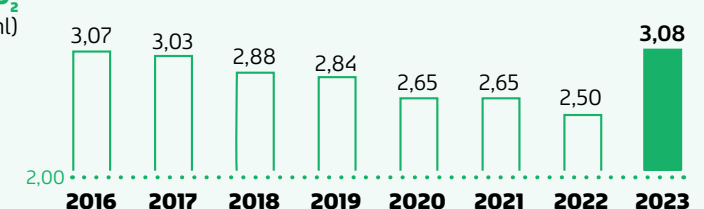
Jolanta Gieniec-Biegańska,
Wiceprezesa ds. finansów

Intensywność zużycia energii oraz intensywność 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

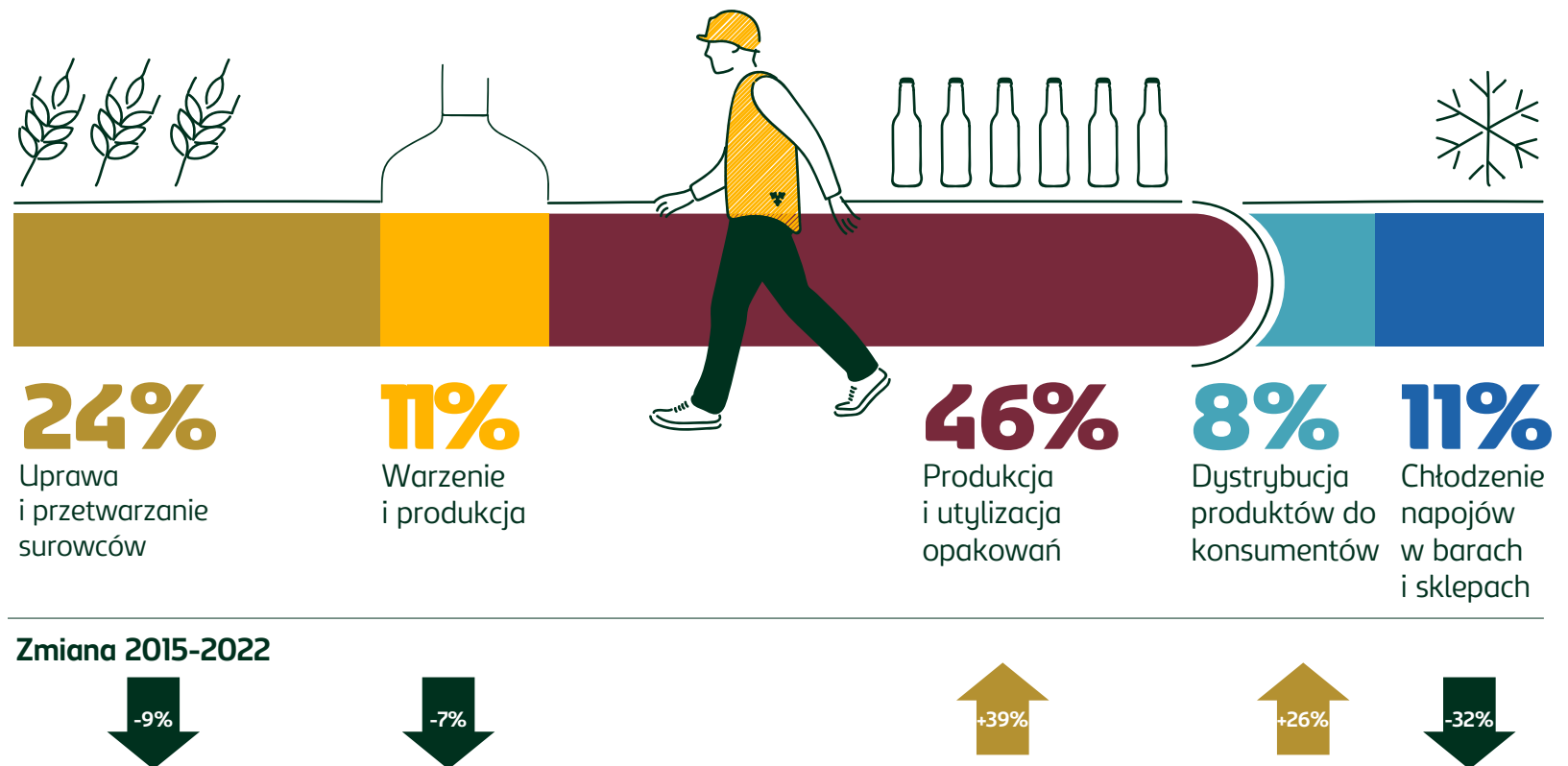
pośrednie energetyczne emisje gazów cieplarnianych. Towarzystw produkcji energii elektrycznej, ciepła, pary i chłodu, które firma kupuje od zewnętrznych dostawców i wykorzystuje w browarach.

ZAKRES 3

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

Udział poszczególnych etapów łańcucha wartości Carlsberg Polska w śladzie węglowym firmy

W 2023 r. opracowane zostały wyniki trzeciej edycji ogromnego badania śladu węglowego Grupy Carlsberg. Badanie, przeprowadzone w 2022 r. zgodnie z udoskonaloną metodologią, pokazało, że w latach 2015-2022 intensywność emisji CO₂ w łańcuchu wartości Carlsberg Polska wzrosła o 6%, przede wszystkim z powodu wzrostu emisji związanych z opakowaniami i transportem naszych produktów. Wyniki analizy pokazują, że dostawcy odgrywają kluczową rolę w zmniejszaniu śladu węglowego naszej firmy. Osiągnięcie zerowej emisji gazów cieplarnianych netto do 2040 r. wymaga dalszej współpracy z partnerami i poszukiwania rozwiązań, które będą przybliżyły nas do tego celu.

**Zmiana 2015-2022**

OGRANICZANIE ZUŻYCIA ENERGII

GRI 3-3, 302-4

Na potrzeby naszych browarów 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.

Równolegle kontynuujemy wysiłki na rzecz minimalizacji zużycia energii elektrycznej, w myśl zasady, że ograniczanie energochłonności procesów jest celem nadrzędnym, niezależnym od poziomu emisji związanego z aktualnie kupowaną energią.



BROWAR OKOCIM

W BROWARZE W BRZESKU W 2023 R. ZREALIZOWALIŚMY NASTĘPUJĄCE PROJEKTY ZMNIEJSZAJĄCE ZUŻYCIE ENERGII CIEPLNEJ:

- kontynuowaliśmy wymianę izolacji ciepłochronnej instalacji pary i kondensatu, co pozwoli na oszczędność 200 MWh ciepła rocznie,
- rozpoczęliśmy odzyskiwanie ciepła z oparów zbiornika kondensatu i odgazowywacza na kotłowni, co da łącznie 1050 MWh oszczędności.

W PLANACH MAMY M.IN.:

- rozpoczęcie odzysku ciepła ze spalin w kominie kotłowni (oszczędność 2300 MWh rocznie),
- dalszą wymianę izolacji na kotle parowym oraz instalacjach pary i kondensatu.

W CELU MINIMALIZACJI ZUŻYCIA ENERGII ELEKTRYCZNEJ W 2023 R. M.IN.:

- rozpoczęliśmy analizę nieszczelności instalacji sprężonego powietrza w całym browarze, co przyniesie oszczędności szacowane na 187 MWh rocznie,
- wyposażyliśmy cztery komory napowietrzania pęcherzykowego w nowe układy (oszczędność 108 MWh rocznie),
- uruchomiliśmy automatyczne napowietrzanie pęcherzykowe w pętli regulacji w zależności od poziomu tlenu w ściekach (oszczędność 7 MWh miesięcznie),
- wymieniliśmy oświetlenie na LED m.in. w oczyszczalni, maszynowni chłodniczej i na linii KEG,
- zoptymalizowaliśmy pracę wentylacji na liniach rozlewniczych oraz pracę pompy podającej wodę do browaru,
- wymieniliśmy skraplacze amoniakalne w maszynowni chłodniczej i syropiarni, co łącznie pozwoli zaoszczędzić 100 MWh rocznie,
- obniżyliśmy wydajność wentylacji nadmuchu do kotła,

- wyłączaliśmy maszyny pracujące w biegu jałowym podczas dłuższych awarii lub postojów linii (dotyczy głównie monobloków i etykieciarek),
- skorygowaliśmy czas zatkania i wyłączenia oświetlenia zewnętrznego poprzez podłączenie wszystkich lamp do układu zegara astronomicznego,
- wdrożyliśmy procedury start-stop dla linii rozlewniczych i magazynów.

NASZE PLANY W POWYŻSZYM ZAKRESIE TO M.IN. OPTIMALIZACJA:

- pracy instalacji kogeneracji celem wykorzystania 100% mocy (obecnie wykorzystujemy 75%), co pozwoli zaoszczędzić 117 MWh rocznie,
- napowietrzania – wdrożenie automatycznego sterowania opartego o pomiar zawartości tlenu,
- zużycia energii chłodniczej w procesie rozlewu piwa dzięki podwyższeniu temperatury.

DIAMENT SUSTAINABLE ECONOMY 2023

Zostaliśmy uhonorowani przez Executive Club Diamentem Sustainable Economy 2023 – nagrodą dla firm produkujących w dziedzinie zrównoważonego rozwoju. Komisja konkursowa doceniła konsekwentne działania na rzecz redukcji śladu węglowego naszych browarów. Wyróżnia nas nie tylko kompleksowe podejście, ale też wprowadzanie autorskich rozwiązań wynikających z wiedzy, interdyscyplinarnej współpracy oraz innowacyjności naszych pracowników.





BROWAR KASZTELAN

W CELU MINIMALIZACJI ZUŻYCIA ENERGII CIEPLNEJ W 2023 R.

W BROWARZE W SIERPCU:

- wymieniliśmy centralę wentylacyjną na linii butelkowej, czego skutkiem będzie m.in. mniejsze zużycie ciepła o 254 MWh (ale również energii elektrycznej),
- zmodernizowaliśmy sterowanie palnikami kotła parowego, co pozwoli zaoszczędzić 120 MWh rocznie,
- wymieniliśmy odwadniacze na instalacji kondensatu.

Na kolejne lata planujemy m.in. audyt instalacji ciepłej w celu identyfikacji pola do usprawnień oraz modernizację instalacji centralnego ogrzewania.

W celu minimalizacji zużycia energii elektrycznej w 2023 r. m.in. wymieniliśmy oświetlenie na linii puszkowej na energooszczędne typu LED, co przyniesie roczną oszczędność ok. 71 MWh.

NASZE PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ TO M.IN.:

- optymalizacja pracy maszynowni chłodniczej (montaż falownika do sprężarki amoniakalnej), co w skali roku pozwoli zaoszczędzić 43 MWh,
- optymalizacja pracy instalacji sprężonego powietrza,
- analiza zużycia energii elektrycznej do produkcji sprężonego powietrza.



BROWAR BOSMAN

W BROWARZE W SZCZECINIE W 2023 R. W CELU ZMNIEJSZENIA ZUŻYCIA CIEPŁA:

- wymieniliśmy pompy kondensatu, co pozwoli oszczędzić 27 MWh rocznie,
- wykonaliśmy izolację układów zaworowych na instalacjach tankofermentorów, co znacznie zmniejszy straty ciepła (a jednocześnie, dzięki wydajniejszej pracy sprężarek amoniakalnych, pozwoli zredukować zużycie energii elektrycznej),

- zakupiliśmy urządzenie do detekcji ulotów powietrza i innych gazów, dzięki któremu cyklicznie sprawdzamy szczelność instalacji,
- rozbudowaliśmy system monitoringu zużycia mediów w browarze.

W PLANACH MAMY M.IN.:

- wykonanie instalacji do poprawy parametrów substancji w 4 zbiornikach BBT,
- modernizację układu pomp kondensatu B1/B2 (oszczędność 20 MWh rocznie).

WYBRANE DZIAŁANIA MINIMALIZUJĄCE ZUŻYCIE ENERGII ELEKTRYCZNEJ W 2023 R.:

- zakup sprężarki powietrza z falownikiem, co przyniesie redukcję zużycia o 148 MWh rocznie,
- wymiana oświetlenia na LED na warzelni i terenie zewnętrznym (43 MWh).

W przyszłości m.in. wymienimy oświetlenie maszynowni na lampy LED.

Dodatkowo w najbliższym czasie zamierzamy sfinalizować projekt odzysku dwutlenku węgla z instalacji znajdujących się w dziale filtracji, co umożliwi zmniejszenie jego emisji do atmosfery.

EMISJE Z TRANSPORTU

Konsekwentnie doskonalimy procesy logistyczne, czego efektem jest również ciągła 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.

Współpracę ze spedytjami i operatorami logistycznymi usprawniamy dzięki aplikacji Navigator. To system wspomagania pracy kierowcy oraz spedytora, gromadzący i udostępniający dokładne i aktualne informacje o zasadach działania naszych lokalizacji. Dzięki temu w łatwy sposób informujemy o tymczasowych utrudnieniach lub zmianach procedur, czego efektem jest zwiększenie bezpieczeństwa oraz poprawa terminowości operacji logistycznych. Przekłada się to także na oszczędności u przewoźników oraz mniejsze emisje gazów cieplarnianych. W 2023 r. podsumowaliśmy kilkuletni projekt

Empties Management, mający na celu optymalizację zwrotów i transportu pustych opakowań zwrotnych. Dzięki dodatkowym informacjom od klientów jesteśmy w stanie kierować auta do odpowiednich lokalizacji, zapewnić optymalny poziom zapasu na potrzeby produkcji w każdym z browarów, a jednocześnie ograniczyć liczbę odbiorów oraz liczbę przewozów międzymagazynowych. W trakcie trwania projektu poprawiliśmy wypełnienie aut ze zwrotami opakowań o ponad 20%. Oznacza to redukcję liczby przejechanych kilometrów oraz emisji dwutlenku węgla.

Innym działaniem optymalizacyjnym jest rozszerzenie współpracy z klientami w zakresie odbiorów własnych na kolejnych kierunkach transportowych, co umożliwiła redukcję liczby „pustych kilometrów” zarówno po stronie partnerów, jak i w ramach naszej dystrybucji.

MAGAZYNOWANIE

W 2023 r. w obszarze magazynowania zrealizowaliśmy w browarze w Brzesku następujące inicjatywy, które pomogły nam obniżyć emisję dwutlenku węgla:

- dzięki wymianie bram magazynowych na szybkobieżne możliwe było wyłączenie kurtyn powietrznych, co przekłada się na ograniczenie zużycia energii elektrycznej, a więc także spadek emisji CO₂ – o ok. 29 t/rok¹,
- dzięki inwestycji w dodatkowe namioty magazynowe ograniczyliśmy liczbę transportów do magazynów zewnętrznych, co przekłada się na redukcję emisji o kolejne 3 t CO₂,
- dzięki wymianie oświetlenia w magazynach na LED i inwestycji w czujniki ruchu będziemy co roku emitować ok. 800 kg CO₂ mniej.

Dzięki korzystaniu z wynajmu palet firmy CHEP Polska ograniczyliśmy:

- zużycie drewna o 291 681 dm³,
- emisję dwutlenku węgla o 396 328 kg,
- produkcję odpadów o 49 309 kg.

CHŁODZENIE

Wszystkie kupowane przez nas lodówki muszą spełniać określone, wysokie standardy środowiskowe. Sukcesywnie wycofujemy z rynku stare lodówki, zastępując je nowoczesnymi. W 2023 r. oddaliśmy do utylizacji 4039 urządzeń. Również kupowane przez nas chłodziarki muszą być przyjazne środowisku. Od 2018 r. kupujemy tylko urządzenia, w których czynnikiem chłodniczym jest propan-butan, natomiast sprzęt z czynnikiem chłodniczym R134a, który wraca do nas z rynku, sukcesywnie utylizujemy.



¹ Przyjęto założenie, że kurtyny pracowały średnio ok. 8 h/dobę przez minimum 60-80 dni rocznie (w sezonie zimowym).



ZERO ŚLADU ROLNICZEGO

Pole jęczmienia uprawiane z wykorzystaniem praktyk rolnictwa regeneratywnego, z którego zbiory zostały wykorzystane do uwarzenia piwa GRUNT TO ZIEMIA.



PERSPEKTYWA GRUPY CARLSBERG

GRI 3-3

Współpracujemy z dostawcami i ekspertami, aby przeciwdziałać zmianom klimatu i utracie różnorodności biologicznej i ostatecznie osiągnąć ZERO śladu rolniczego.

Dbłość o te dwie sfery znajduje się wysoko na liście priorytetów naszego przedsiębiorstwa i jego interesariuszy. Rosną wymagania inwestorów w odniesieniu do minimalizacji wpływu na klimat i różnorodność biologiczną w łańcuchu wartości oraz przejrzystości w tym zakresie, a stosowne przepisy są coraz bardziej rozbudowywane.

Rolnictwo jest drugim co do wielkości źródłem emisji dwutlenku węgla w naszym łańcuchu wartości i nie osiągniemy ZERO śladu węglowego netto do 2040 r. bez podjęcia kroków w celu zmniejszenia jego wpływu na klimat.

Współczesne systemy produkcji żywności przyspieszają utratę różnorodności biologicznej. Zagroza to zdrowiu ekosystemów i wywołuje efekt domina w odniesieniu do przedsiębiorstw, a poważne konsekwencje mogą dotknąć nawet połowę światowej gospodarki¹.

Podjęliśmy odważne zobowiązania, aby do 2040 r. wszystkie nasze surowce były pozyskiwane w sposób zrównoważony i produkowane przy użyciu regeneratywnych praktyk rolniczych. Ich realizacja będzie wspierać globalne działania w zakresie wyzwań środowiskowych, poprawi warunki życia rolników i pomoże nam zabezpieczyć zrównoważone dostawy surowców – od jęczmienia po ryż – do produkcji naszych piw teraz i w przyszłości.

Większość upraw wymaga jedynie najwyższej warstwy gleby, ale połowa tej gleby została utracona na całym świecie w ciągu ostatnich 150 lat². Rolnicy stosujący praktyki regeneratywne mogą produkować taką samą ilość żywności w bardziej zrównoważony sposób, chroniąc i wzbogacając zubożoną glebę. Upowszechnienie tego podejścia w całym naszym łańcuchu wartości w rolnictwie będzie jednak wymagało czasu i daleko idącej współpracy.



CO DLA NAS OZNACZA ZERO ŚLADU ROLNICZEGO

REGENERATYWNE PRAKTYKI ROLNICZE

Chcemy, aby do 2030 r. 30% naszych surowców (wagowo) było uprawianych przy użyciu regeneratywnych praktyk rolniczych, a także zwiększyć ten odsetek do 100% do 2040 r.

Podczas gdy współpracujemy z innymi w celu wypracowania wspólnego rozumienia praktyk regeneratywnych, stosujemy własne globalne kryteria uznawania surowców za uprawiane w sposób regeneratywny. Obejmują one uprawę bezorkową lub wykorzystującą jedynie płytka orkę, utrzymywanie pokrycia gleby roślinami przez 95% roku, co najmniej cztery uprawy na tym samym polu w ciągu czterech sezonów zbiorów oraz unikanie nadużywania nawozów sztucznych i pestycydów poprzez stosowanie niezbędnego minimum. Wszystkie praktyki muszą być w pełni udokumentowane i identyfikowalne.

Spełnienie powyższych kryteriów jest niezbędne, aby poszczególne surowce mogły zostać uznane za wpisujące się w nasz cel, chyba że lokalne warunki terenowe lub klimatyczne uzasadniają inne praktyki regeneratywne. Aby jeszcze bardziej wspierać różnorodność biologiczną, rolnicy mogą tworzyć miedze będące siedliskami zapylaczy oraz innych pożytecznych owadów, nawozić glebę kompostem lub obornikiem i odpowiednio wykorzystywać zwierzęta gospodarskie (gdy jest to wykonalne).

SUROWCE ZE ZRÓWNOWAŻONYCH ŹRÓDEŁ

Surowce ze zrównoważonych źródeł są produkowane w gospodarstwach, które są certyfikowane zewnętrznie na co najmniej brązowym poziomie Oceny Zrównoważonego Rozwoju Gospodarstw Rolnych (Farm Sustainability Assessment, FSA), opracowanej przez Platformę Inicjatywy na rzecz Zrównoważonego Rolnictwa (Sustainable Agriculture Initiative (SAI) Platform), lub w gospodarstwach certyfikowanych w ramach programów obejmujących ten sam zakres co FSA.

¹ UNEP/Chatham House; WEF.
² WWF.

WYNIKI CARLSBERG POLSKA W 2023 R.

GRI Własny 1

GRUNT TO ZIEMIA

Po latach dominacji intensywnego rolnictwa przemysłowego, opierającego się na stosowaniu dużych ilości nawozów i środków ochrony roślin oraz regularnej głębokiej orce, rolnicy na całym świecie mierzą się z wyjątkowieniem i przesuszeniem gleb uprawnych. Dotychczasowy model upraw uniemożliwia magazynowanie wody i składników niezbędnych roślinom do wzrostu, a także nasila erozję gleby. Zniszczone ekosystemy stają się bardziej podatne na choroby, szkodniki czy susze.

Głównym celem rolnictwa regeneratywnego jest odtworzenie i utrzymanie dobrego stanu gleby poprzez odpowiednie prowadzenie produkcji rolnej. Praktyki regeneratywne poprawiają żyzność gleby i zwiększają różnorodność biologiczną, a ponadto charakteryzują się ujemnym śladem węglowym, gdyż w ich efekcie gleba magazynuje materię organiczną, redukując ilość CO₂ w atmosferze. Poprawiają również warunki wodno-powietrzne, przez co uprawy radzą sobie lepiej zarówno z suszami, jak i powodzią. Ten rodzaj rolnictwa jest dla ludzkości szansą na zapewnienie bezpieczeństwa żywnościowego obecnym i kolejnym pokoleniom.

Chcemy wykorzystywać coraz więcej składników z upraw wspierających odbudowę zniszczonej dziś gleby, dlatego intensywnie poszukujemy rolników, którzy stosują lub chcą zacząć stosować odpowiednie praktyki. Niestety, obecnie w Polsce uprawy regeneratywne stanowią zaledwie 0,5% łącznej powierzchni upraw, a jęczmienia – podstawowego surowca do warzenia naszych piw – w ten sposób praktycznie się nie produkuje.

Aby pokazać rolnikom, w jakim kierunku zmierzamy, zdecydowaliśmy się stworzyć piwo GRUNT TO ZIEMIA. Uwarzyliśmy je w limitowanej ilości w Krakowie w browarze restauracyjnym Nowa Wytwórnia Tu Warzy Okocim. Słód, którego użyliśmy, dostarczyła stodownia Viking Malt ze Strzegomia. Wyprodukowała go z jęczmienia uprawianego zgodnie z praktykami stosowanymi w procesie przejścia do rolnictwa regeneratywnego.

500 litrów

piwa uwarzonego z jęczmienia z upraw regeneratywnych



7,5 mln

zasięgu kampanii edukacyjnej „Zapylamy z pomocą”



ZAPYLAMY Z POMOCĄ

Zrównoważone rolnictwo jest możliwe wyłącznie w warunkach prawidłowego funkcjonowania naturalnych procesów ekologicznych, takich jak zapylanie przez owady: pszczoły, trzmiele, motyle, osy i chrząszcze. Chcemy pokazać konsumentom, jak istotną rolę odgrywają te owady w przyrodzie i w produkcji żywności, dlatego zainicjowaliśmy długofalową kampanię na ich rzecz.

Od maja 2023 r. marka Somersby wspólnie z fundacją Pszczoła Musi Być szerzy wiedzę o zapylaczach i tworzy przyjazne im ogrody w wybranych miejscach w Polsce. W ramach kampanii „Zapylamy z pomocą” uświadamiamy społeczeństwo, że nie tylko przydomowy ogródek, ale nawet balkon czy parapet można przekształcić w przestrzeń sprzyjającą pożytecznym owadom, a jednocześnie atrakcyjną wizualnie. Komunikujemy to konsumentom za pośrednictwem opakowań naszych produktów, a ponadto telewizji, mediów społecznościowych, murali, billboardów oraz we współpracy z influencerami.

Stronę somersby.pl zamieniliśmy w platformę edukacyjną, na której można znaleźć bezpłatny e-book oraz artykuły eksperckie na temat ekologii i owadów zapylających. Zorganizowaliśmy także konkurs, w ramach którego każdy, kto kupił promocyjne opakowanie produktów Somersby, mógł wziąć udział w quizie. Na tych, którzy odpowiedzieli na największą

ZAPYLAMY Z POMOCĄ!

8x 25 000 zł
NA TWÓJ OGRÓD

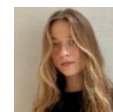
**WEŹ UDZIAŁ W KONKURŚIE
I WYGRYWAJ**

SOMERSBY.COM/ZAPYLAMYZPOMOCA

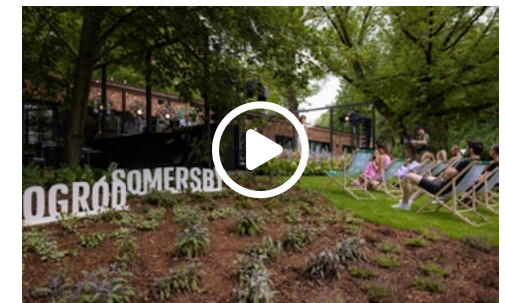
CZAS PROMOCJI: 15.05 - 30.09.2023. REGULAMIN DOSTĘPNY NA SOMERSBY.PL | CZEŚĆ ZYSKÓW ZE SPRZEDAŻY SOMERSBY TRAFI DO FUNDACJI Pszczoła Musi Być

liczbę pytań w najkrótszym czasie czekało 8 nagród głównych w postaci 25 000 zł na aranżację przydomowego ogródka lub balkonu oraz 800 nagród rzeczowych. Dodatkowo w centrum Warszawy, na terenie Fortu Mokotów stworzyliśmy ogólnodostępny ogród ze ścieżkami edukacyjnymi poświęconymi zapylaczom.

Somersby to świat owocowego relaksu. Nie byłoby tej marki bez owoców, a owoców nie ma bez pszczoł, dlatego tak bliski i ważny jest dla nas ich los.



Olga Kaźmierczak,
Senior Marketing Specialist





Specjaliści podkreślają, że rozwój rolnictwa przyjaznego dla gleby wymaga czasu, pracy, a przede wszystkim spójnej polityki – obecnie nie wypracowano nawet jednoznacznej definicji upraw regeneratywnych. Transformacja całego sektora produkcji rolnej jest niezwykle ambitnym zadaniem, przekraczającym możliwości nawet największych podmiotów, dlatego wymaga szerokich sojuszy. Świadomi tej potrzeby dołączyliśmy do programu Climate Positive, prowadzonego przez UN Global Compact – największą na świecie inicjatywę skupiającą odpowiedzialne przedsiębiorstwa, powołaną przez Sekretarza Generalnego ONZ. W jej ramach wspólnie z partnerami aktywnie działamy w grupie roboczej wypracowującej rozwiązania wspierające zrównoważoną produkcję żywności.



W kampanię „Zapylamy z pomocą” włączyli się także pracownicy Browaru Kasztelan. 20 maja, w Światowy Dzień Pszczół, razem z rodzinami zbudowali w miejscowym skansenie, czyli Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu, duże domki dla owadów zapylających i posadzili ponad 400 roślin miododajnych.

Bez zapylaczy czeka nas katastrofa żywnościowa. Wszyscy powinniśmy dbać o to, aby tych pożytecznych owadów, którym coraz trudniej przeżyć w zurbanizowanym otoczeniu, było więcej. Rodzinny ekopiknik był okazją do pracy na rzecz pszczół i edukacji na temat dzikich zapylaczy.



Artur Sobczek,
pszczelarz, Prezes Zarządu
Fundacji Ekologicznej
Pszczola Musi Być



Nasze działania na rzecz transformacji sektora produkcji rolnej wspierają realizację 13 Celu Zrównoważonego Rozwoju (zadanie 13.1) – więcej informacji na str. 95.

Wielkość śladu rolniczego jest jednym z kluczowych kryteriów oceny wszystkich projektowanych przez nas produktów, zgodnie z procedurą wypełniania Karty Wyników Zrównoważonego Rozwoju (więcej informacji na str. 31 i 79).



ZERO ODPADÓW OPAKOWANIO- WYCH

SZKA CENNA



OKRÓTNEGO UŻYTKU TEŻ!



W ramach projektu „1 zamiast 1000” podczas SBM FFestival 2023 zaproszony artysta @NiebieskiRobiKreski na żywo stworzył autorskie graffiti inspirowane ideą cyrkularności. Praca powstała na ścianie z zużytych puszek aluminiowych dostarczonych przez Fundację na rzecz Odzysku Opakowań Aluminiowych RECAL (Każda Puszka Cenna), a po festiwalu została przetopiona na nowe opakowania.



PERSPEKTYWA GRUPY CARLSBERG

GRI 3-3

Współpracujemy z producentami opakowań, by dostarczać piwo w bardziej zrównoważony sposób.

Odpowiednie opakowania pozwalają bezpiecznie dostarczać nasze piwo konsumentom i wpływają na to, co kupują. Świadomość wpływu opakowań na środowisko stale rośnie, a jego ograniczanie znajduje się wysoko na listach priorytetów prawodawców.

Innowacje w sektorze prywatnym i zmiany regulacyjne w UE torują drogę do obiegu zamkniętego opakowań poprzez promowanie ich ponownego użycia i recyklingu, jak również wzrost wykorzystania materiałów pochodzących z recyklingu. Takie środki, wdrożone na szeroką skalę, wspierają transformację w kierunku bardziej zrównoważonej gospodarki, w której powstaje mniej odpadów, robiony jest najlepszy ponowny użytek z produktów i materiałów, a przyroda jest w stanie się regenerować.

Opakowania są odpowiedzialne za prawie połowę (45%) emisji dwutlenku węgla w naszym łańcuchu wartości, a zmniejszenie ich wpływu na klimat jest jednym z kluczy do realizacji celu ZERO śladu węglowego (patrz str. 12-20).

Nasze starania, by osiągnąć ZERO odpadów opakowaniowych, wykraczają poza kwestię emisji dwutlenku węgla – dążymy także do zamykania obiegów. Naszym celem jest zużywać mniej pierwotnych tworzyw sztucznych produkowanych z paliw kopalnych, a więcej materiałów odnawialnych, pochodzących z recyklingu lub nadających się do niego. Dążymy również do wzrostu odsetka opakowań, które po użyciu są zbierane i ponownie wykorzystywane lub poddawane recyklingowi.

Osiągnięcie tych celów będzie wyzwaniem i wymaga innowacji, partnerstw z dostawcami oraz współpracy w ramach naszej branży i poza nią, by znaleźć rozwiązania wspierające rozwój gospodarki o obiegu zamkniętym w krajach, w których jesteśmy obecni.

W 2023 r. wdrożyliśmy Kartę Wyników Zrównoważonego Rozwoju, aby umieścić zagadnienie wpływu na środowisko w centrum naszych decyzji dotyczących wszystkich nowych produktów, kontynuowaliśmy współpracę z dostawcami w zakresie bardziej zrównoważonych rozwiązań w dziedzinie opakowań oraz opracowaliśmy stanowisko, zaplanowane do publikacji w 2024 r., określające cechy gwarantujące efektywność systemów kaucyjnych w zwiększaniu wskaźników zbiórki i recyklingu.



CO DLA NAS OZNACZA ZERO ODPADÓW OPAKOWANIOWYCH

NADAJĄCE SIĘ DO RECYKLINGU, WIELOKROTNEGO UŻYTKU LUB WYPRODUKOWANE Z SUROWCÓW ODNAWIALNYCH

Dążymy do tego, aby do 2030 r. wszystkie wykorzystywane przez nas opakowania w 100% nadawały się do recyklingu lub ponownego użycia bądź były wyprodukowane z surowców odnawialnych. Cel ten obejmuje wszystkie opakowania pierwotne, mające bezpośredni kontakt z naszymi produktami (takie jak szklane butelki i puszki), oraz opakowania wtórne, które pomagają konsumentom zabrać te produkty do domu (takie jak folia termokurczliwa czy tektura wykorzystywana w wielopakach). Opakowanie jest uważane za:

- **nadające się do recyklingu** – jeśli jego odbiór poużytkowy, sortowanie i recykling sprawdzają się w praktyce i na dużą skalę. Opakowania, które mogą być przetworzone tylko raz, tj. w sposób uniemożliwiający wykorzystanie surowców w kolejnych cyklach, nie są uznawane za nadające się do recyklingu;
- **wielokrotnego użytku** – jeśli zostało zaprojektowane do co najmniej dwukrotnej, a najlepiej do większej liczby użycia w tym samym celu;
- **wyprodukowane z surowców odnawialnych** – jeśli jest wykonane z biomasy z żywego źródła, które może być stale uzupełniane.

ZBIÓRKA I RECYKLING

Naszym celem jest, by do 2030 r. zbiórce i recyklingowi podlegało 90% butelek (szklanych i plastikowych), puszek i beczek (plastikowych i stalowych). Mierzymy postępy porównując dla każdego rynku liczbę hektolitrów sprzedanego piwa ze wskaźnikami recyklingu dla każdego rodzaju opakowania. Cel nie obejmuje zamknięć i etykiet.

ZAWARTOŚĆ SUROWCÓW WTÓRNYCH

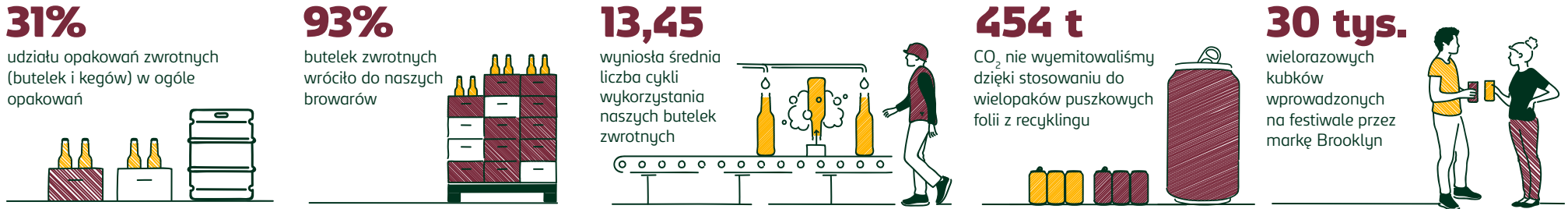
Naszym celem jest osiągnięcie do 2030 r. 50% udziału materiałów z recyklingu w butelkach (szklanych i plastikowych), puszkach i plastikowych kegach jednorazowego użytku. Zgodnie z międzynarodową normą ISO 14021 takie materiały muszą pochodzić z recyklingu poużytkowego (przykładem może być aluminium z puszek, które zostały użyte do dostarczenia napojów, a następnie wyrzucone przez konsumentów). Nie uwzględniamy materiałów pochodzących z recyklingu przed użyciem produktu, takich jak złom produkcyjny.

PIERWOTNY PLASTIK Z PALIW KOPALNYCH

Naszym celem jest zredukowanie o 50% zużycia pierwotnego plastiku produkowanego z paliw kopalnych do 2030 r. w porównaniu z 2019 r. Możemy to osiągnąć poprzez ograniczenie ilości potrzebnego plastiku na drodze zmniejszania jego wagi lub poprzez zastępowanie pierwotnych tworzyw sztucznych z paliw kopalnych materiałami pochodzącymi z recyklingu lub wyprodukowanymi z surowców odnawialnych (definicja wyżej), takimi jak PET lub PEF z recyklingu.



WYNIKI CARLSBERG POLSKA W 2023 R.



OPAKOWANIA, W KTÓRYCH SPRZEDAJEMY PIWO

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

Inicjatywy podejmowane przez Carlsberg Polska w obszarze opakowań mają na celu przede wszystkim zmniejszenie zużycia surowców pierwotnych oraz obniżenie śladu węglowego naszej działalności. Są to:

- 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.

Co więcej, aktywnie działamy na rzecz budowy w Polsce efektywnego systemu kaucyjnego, obejmującego szeroki katalog opakowań. Więcej na ten temat piszemy na str. 91.

Puszki

Systematycznie ograniczamy wagę puszek, co pozwala zmniejszać ślad węglowy ich produkcji oraz transportu. Obecnie lżejsze

puszki stanowią już 100% wszystkich przez nas kupowanych.

Butelki

Blisko 1/3 naszych piw sprzedajemy w butelkach zwrotnych. W 2023 r. 93% z nich wróciło do naszych browarów i zostało ponownie napełnionych, a średnia liczba napełnień jednej butelki wyniosła 13,45. Tzw. zwrotność butelek ma bardzo duży wpływ na ich ślad węglowy, dlatego dokładamy wszelkich starań, aby krążyły w rynku jak najdłużej.

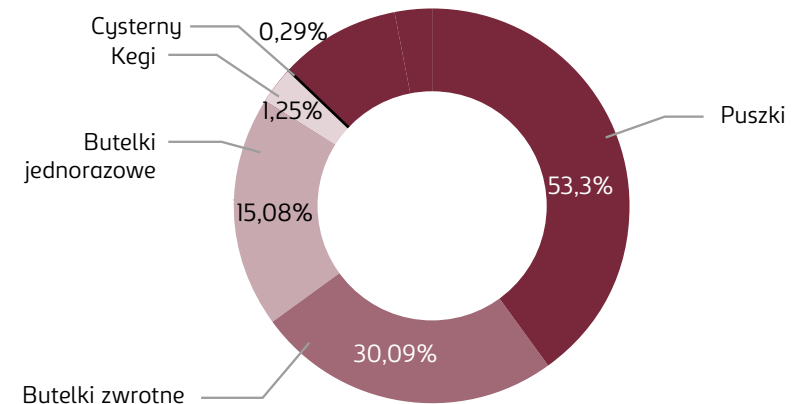
Konsekwentnie ograniczamy grubość szkła butelek wielorazowych. Co istotne, powstaje ono z wykorzystaniem surowca wtórnego, czyli stłuczki szklanej. W 2023 r. jej udział wyniósł 71%. W przypadku butelek jednorazowych udział stłuczki szklanej wyniósł 51% dla butelek bezbarwnych i 75% dla butelek zielonych, w których dostępne jest piwo marki Carlsberg.

Folia

We współpracy z dostawcami opracowujemy rozwiązania pozwalające minimalizować stosowanie folii do wielopaków. W 2023 r. rozpoczęliśmy projekt redukcji grubości stosowanej folii. Rozpoczął się on

od zastąpienia cieńszą folią do wielopaków piwa Harnaś. Taka zmiana pozwoliła nam zaoszczędzić niemal 18 t plastiku, który nie trafił do obiegu. W 2024 r. projekt będzie stopniowo rozszerzany na pozostały asortyment.

Opakowania, w których sprzedawane są nasze piwa



Równoległe zastępujemy folię „tradycyjną” folią wyprodukowaną z surowca w 100% pochodzącego z odzysku.

W 2023 r. do wielopaków poszukiwaliśmy używaliśmy wyłącznie takiej folii, charakteryzującej się o 51% mniejszym śladem węglowym niż jej odpowiedniczka z pierwotnego plastiku z paliw kopalnych. Dzięki temu udało nam się uniknąć emisji 454 t CO₂.

Kartony

Wykorzystujemy papier z drewna pozyskanego w ramach odpowiedzialnej gospodarki leśnej. 100% stosowanych przez nas etykiet butelek, kartonów na butelki oraz tacek na puszki posiada certyfikat FSC.

Systematycznie wprowadzamy również drobne udoskonalenia, które dzięki efektowi skali przynoszą wymierne korzyści środowiskowe. Przykładem może być stosowanie na etykietach piwa marki Carlsberg atramentu z certyfikatem Cradle to Cradle, który poprawia przydatność do recyklingu materiałów nim zadrukowanych. Co więcej, tego typu tusze są wytwarzane z użyciem energii ze źródeł odnawialnych.

KARTONY O ZAOKRĄGLONYCH ROGACH

Nieustannie udoskonalamy nasze opakowania i we współpracy z ich dostawcami poszukujemy najlepszych rozwiązań. Jednym z nich jest opracowany w 2023 r. innowacyjny karton Rouded Corner, który powstał we współpracy z DS Smith.

Zwracamy szczególną uwagę na to, gdzie i jak produkowane są nasze opakowania, m.in. sprawdzamy, z czego powstają oraz jaki jest ich ślad węglowy. Nowy karton

powstał w 90% z surowca z recyklingu. Jest o 16% lżejszy od dotychczas stosowanego (ma mniejszą zarówno gramaturę, jak i powierzchnię), dzięki czemu ma o 11,5% niższy ślad węglowy. Pakowanie produktów marki Carlsberg wyłącznie w nowe kartony pozwoli uniknąć emisji 33 t CO₂ rocznie.

Z rozwiązaniem, które właśnie wprowadzamy na rynek, łączy się także dodatkowe korzyści – użytkowe i estetyczne. Zdarzało się, że dotychczas

stosowane przez nas kartonowe opakowania ulegały zgnieceniu – ich rogi załamwały się podczas stretchowania palet. Nowe kartony mają zaokrąglone rogi, dlatego nie ulegają zniszczeniu podczas transportu, a nasze produkty docierają do klientów elegancko zapakowane. Wyprodukowaliśmy już ponad 30 tys. kartonów Rouded Corner.



Carlsberg Polska stale szuka pomysłów na udoskonalanie stosowanych opakowań, a my chętnie angażujemy się w prace nad innowacjami. Wspólnie dążymy do tego, żeby nowe opakowania były nie tylko bardziej przyjazne dla środowiska, ale także estetyczne. Kartony Rouded Corner mają jeszcze jedną zaletę: dają dodatkowe możliwości w zakresie eksponowania logo firmy, a więc i przyciągania uwagi konsumentów.



Monika Tuszno,
Key Account Manager,
DS Smith



Zaprojektowanie przez nas nowego kartonu na piwa marki Carlsberg wsparło realizację 12 Celu Zrównoważonego Rozwoju (zadania 12.2 oraz 12.5 – więcej informacji na str. 95).

1 ZAMIAST 1000

Co roku po festiwalach muzycznych zostają setki tysięcy plastikowych kubeczków, które nie zawsze trafiają do recyklingu. W 2023 r. marka Brooklyn wyszła naprzeciw temu wyzwaniu, dostarczając na osiem festiwali 30 tys. wielorazowych kubków. Opakowanie to, wyprodukowane z polipropylenu z recyklingu, było objęte kaucją. Konsumenci zwracali kubek po wypiciu piwa, dzięki czemu mógł zostać umyty (więcej dowiesz się [tutaj](#)) i wysuszony, po czym nadawał się do ponownego napełnienia. Zanim takie opakowanie się zużyje, może być wykorzystane aż 1000 razy, po czym trafia do recyklingu i może z niego powstać nowy egzemplarz.

Nasz wielorazowy kubek zadebiutował na największym festiwalu hip-hopowym w Polsce – SBM FFestival. Poza wprowadzeniem go do Strefy Brooklyn, wspólnie z portalem NOIZZ uruchomiliśmy wówczas Strefę Zmian, w ramach której organizowaliśmy dyskusje z zaproszonymi gośćmi, takimi jak Martyna Wojciechowska czy Jagna Niedzielska, poświęcone m.in. opakowaniom przyszłości.

Wprowadzenie kubka wielokrotnego użytku oraz towarzysząca temu komunikacja z klientami zostały docenione w konkursie na najlepsze inicjatywy na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym, zorganizowanym przez Pracodawców RP. Jury konkursu GOZpodarz 2023 przyznało marce Brooklyn I nagrodę w kategorii popularyzacja praktyk GOZ.

OPAKOWANIA MAJĄ ZNACZENIE

Projektując piwne nowości bierzemy pod uwagę także to, jaki wpływ na środowisko mają opakowania, które planujemy zastosować. Jednym z kryteriów uwzględnianych w procesie oceny potencjalnych nowych produktów z punktu widzenia zrównoważonego rozwoju (patrz także str. 79) są także wykorzystywane opakowania pierwotne i zbiorcze, które odpowiadają za 41% końcowej oceny produktu. W przypadku tej pierwszej kategorii opakowań najwyżej oceniane są zwrótne butelki szklane oraz kegi, niższą notę otrzymują opakowania z plastiku z recyklingu, jeszcze niższą opakowania z nowo wyprodukowanego plastiku oraz puszki, a najmniej preferowane są szklane butelki bezzwrotne.



Wykorzystywanie podczas imprez masowych wielorazowego kubka wpisuje się w globalne dążenia do osiągnięcia 12 Celu Zrównoważonego Rozwoju (zadania 12.2 oraz 12.5 – więcej informacji na str. 95).

ODPADY OPAKOWANIOWE

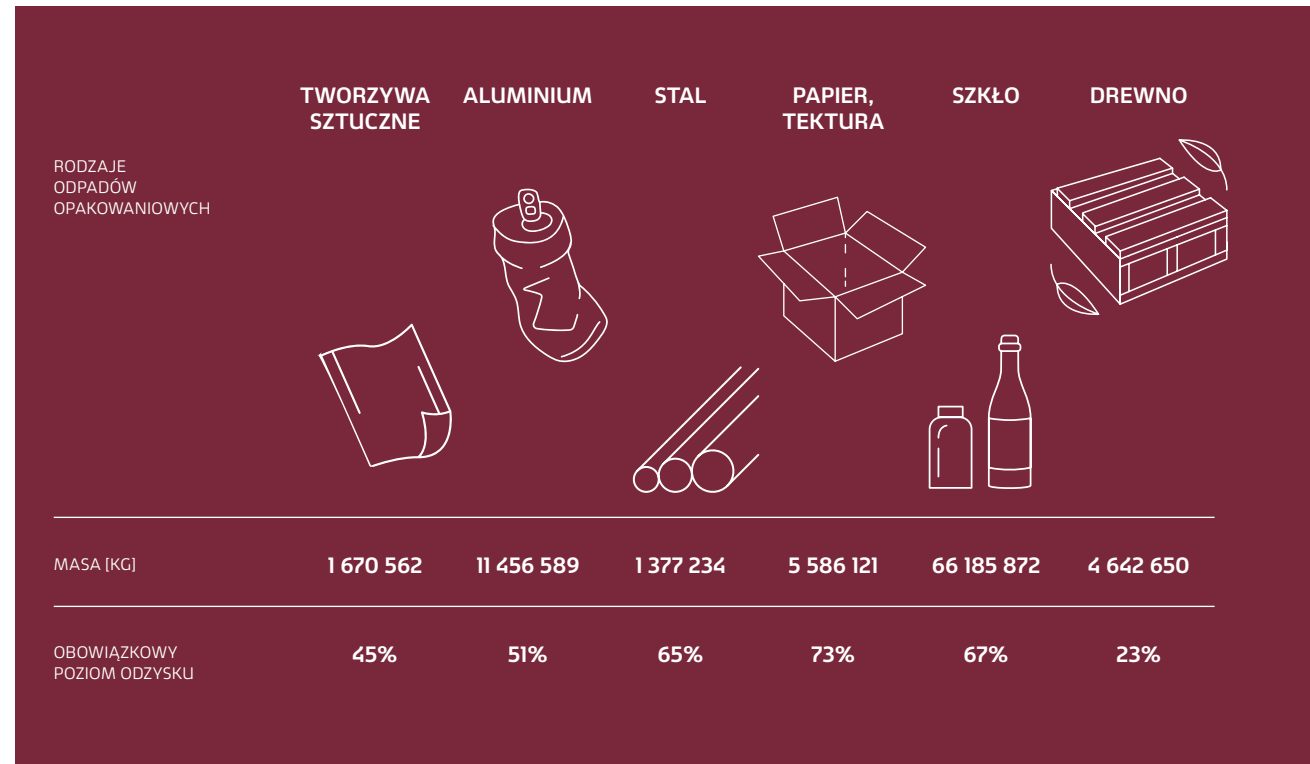
GRI 3-3, 306-3

Nieodłącznym efektem procesu produkcji i dystrybucji piwa jest powstawanie odpadów opakowaniowych. Carlsberg Polska korzysta z następujących rodzajów opakowań:

- **jednostkowych**, czyli takich, które mają bezpośredni kontakt z produktem: szklanych butelek i aluminiowych puszek,
- **zbiorczych**, takich jak foliowe wielopakki puszkowe i kartonowe wielopakki butelkowe,
- **transportowych**, czyli materiałów zabezpieczających produkty podczas transportu; przykładem może być folia typu stretch, którą owijamy palety.

Wszystkie opakowania wprowadzane przez nas na rynek są uwzględnione w posiadanym pozwoleniu zintegrowanym, rejestrowane oraz raportowane zgodnie z prawem do BDO, czyli Bazy danych o produktach i opakowaniach oraz o gospodarce odpadami. Mamy ustawowy obowiązek odzysku, w tym recyklingu, odpadów opakowaniowych takiego samego rodzaju jak opakowania, w których sprzedajemy nasze produkty. Realizujemy go za pośrednictwem organizacji odzysku opakowań, która ponadto prowadzi kampanie edukacyjne poświęcone odpadom opakowaniowym.

W 2023 r. miał miejsce poważny kryzys na rynku odzysku opakowań, który spowodował ryzyko wysokich kosztów, a także ryzyko niewywiązania się firmy z obowiązków w tym obszarze skutkującego olbrzymią karą finansową. Ryzyko to częściowo zmaterializowało się w roku 2024 r. i w momencie publikacji niniejszego raportu ponoszone przez nas koszty odzysku opakowań są ponad trzykrotnie większe niż w ub.r.





ZERO MARNOWA- NIA WODY



Oczyszczalnia Browaru Okocim oczyszcza rocznie 2 400 000 m³ ścieków. Jest to równowartość ponad 900 basenów olimpijskich. Są to ścieki z browaru oraz z miasta Brzeska.



PERSPEKTYWA GRUPY CARLSBERG

GRI 3-3, 303-1

Woda jest niezbędnym składnikiem naszych produktów, a ponadto jest potrzebna do uprawy chmielu i zbóż.

Ma również kluczowe znaczenie dla procesów technologicznych w naszych browarach oraz utrzymywania w nich higieny.

Na całym świecie zmiany klimatu i wzrost liczby ludności negatywnie wpływają na zasoby wody, co jest najsilniej odczuwane w niektórych dorzeczach wysokiego ryzyka.

Ciężko pracujemy, aby zminimalizować nasz wpływ na zasoby wody, czyniąc wszystkie nasze browary tak efektywnymi w jej zużyciu, jak to tylko możliwe. W 2023 r. zużywalismy zaledwie 2,5 hektolitra wody na każdy wyprodukowany hektolitr piwa – o 31% mniej niż w 2015 r. Naszym celem jest osiągnięcie poziomu 2,0 hl/hl na całym świecie do 2030 r. i zrealizowalismy go już w 12 browarach.

W naszych 16 browarach w dorzeczach wysokiego ryzyka idziemy jeszcze dalej, celując w 1,7 hl/hl. Kilka z tych zakładów poczyniło ogromne postępy, wdrażając różnorodne środki mające na celu poprawę wydajności, którymi teraz dzielimy się w całej grupie jako dobrymi praktykami; wiele z nich zasugerowali sami pracownicy. Zainwestowalismy także w kolejne oczyszczalnie, by ponownie wykorzystywać większe ilości ścieków.

Ponadto współpracujemy ze społecznościami lokalnymi, aby chronić i odtwarzać naturalne zasoby wody, które z nimi dzielimy. W 2023 r. nawiązaliśmy kilka nowych partnerstw z organizacjami pozarządowymi, które pomogą nam osiągnąć cel, jakim jest kompensacja całości zużycia wody na obszarach wysokiego ryzyka do 2030 r.



CO DLA NAS OZNACZA ZERO MARNOWANIA WODY

BROWARY

Naszym celem jest zmniejszenie ilości wody używanej 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 zakłady produkujące napoje bezalkoholowe i wodę. Uwzględnione są w nim wszystkie procesy mające miejsce w zakładach, w tym działalność biurowa, procesy produkcyjne, magazynowanie oraz gospodarka ściekowa.

Idziemy dalej, celując w zmniejszenie ilości używanej 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. Analiza ta 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

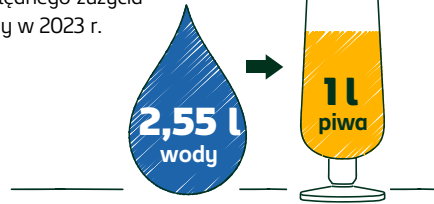
Do 2030 r. zamierzamy w pełni odbudować zasoby wody, którą zużywamy w browarach na obszarach wysokiego ryzyka. Osiągniemy to poprzez partnerstwa, które chronią i przywracają współdzielone ze społecznościami zasoby wody w dorzeczech, w których działamy.

Odbudowa zasobów wody używanej przez dany browar musi odbywać się na poziomie dorzecza, w którym jest on zlokalizowany. W 2023 r. zaczęliśmy wyznaczać cele, oceniać i mierzyć ilość wody uzupełnianej dzięki naszym partnerstwom wodnym, wykorzystując do tego kryteria określone w standardzie Volumetric Water Benefit Accounting opracowanym przez Światowy Instytut Zasobów (World Resources Institute, WRI).

WYNIKI CARLSBERG POLSKA

2,55 hl/hl

względego zużycia wody w 2023 r.



1,9%

spadku względnego zużycia wody (2023/2022)



17%

spadku względnego zużycia wody od 2015 r.



28 500 m³

rocznej oszczędności wody w 2023 r. dzięki modernizacji linii B3 w Browarze Okocim

2,5%

spadku względnego zużycia wody w Browarze Kasztelan (2023/2022)

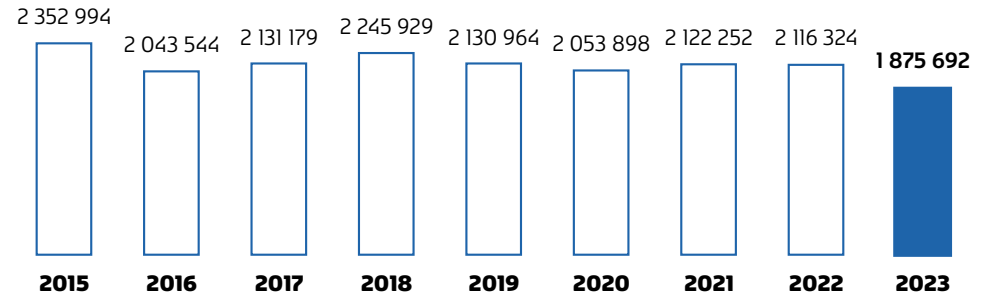


Ciężko pracujemy, aby zminimalizować nasz wpływ na środowisko, zwiększając efektywność wykorzystania i recykling wody w browarach. Z roku na rok jest coraz trudniej, ale nieustannie inwestujemy w nowe technologie i udoskonalamy procesy, co w połączeniu z dyscypliną oraz dokładnym monitoringiem i analizą danych sprawia, że osiągamy kolejne założone cele i zmniejszamy zużycie wody na hektolitr uwarzonego piwa.



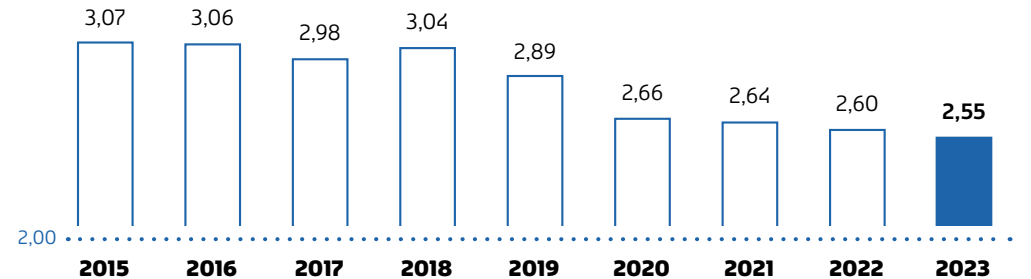
Marek Krzysztoporski,
Wiceprezes ds. zintegrowanego łańcucha dostaw

Objętość wody zużytej przez Carlsberg Polska (m³)



GRI 303-5

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



W 2023 r., podobnie jak rok wcześniej, poprawiliśmy efektywność gospodarowania wodą, rozumianą jako liczba hektolitrów tego surowca niezbędna do uwarzenia hektolitra piwa – wspomniany wskaźnik wynosi aktualnie 2,55. Warto podkreślić, że tak dobry wynik udało nam się osiągnąć pomimo:

- długich okresów wysokich temperatur, z którymi wiązał się wzrost poboru wody na potrzeby procesu chłodzenia,
- powiększenia się naszego portfolio napojów, co oznacza m.in. konieczność

dodatkowego mycia instalacji pomiędzy kolejnymi cyklami produkcyjnymi,

- mniejszego wolumenu produkcji (pobór wody nie spada wprost proporcjonalnie do spadku ilości warzonego piwa ze względu na stały pobór związany z niektórymi procesami, np. higienicznymi).

Równocześnie, głównie ze względu na mniejszą produkcję, spadł łączny pobór wody przez naszą firmę, o 11% do 1 875 692 m³, oraz łączna objętość odprowadzonych przez nas ścieków – o 12% do 1 069 570 m³.

EFEKTYWNE KORZYSTANIE Z ZASOBÓW WODY

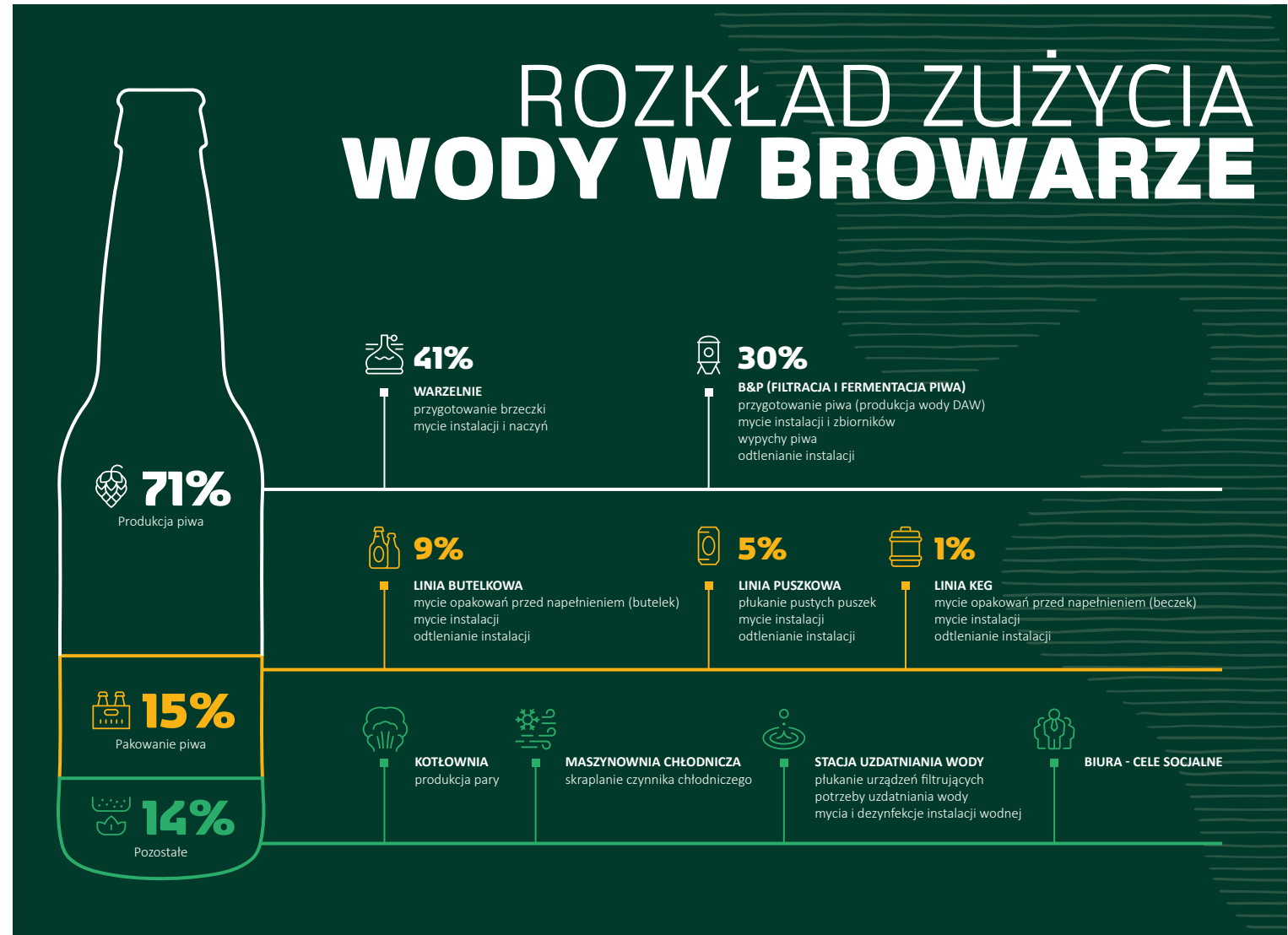
GRI 303-2

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. 2%) w browarze w Szczecinie.

We wszystkich naszych zakładach:

- zwiększamy skalę odzysku i ponownego wykorzystania wody używanej w procesach technologicznych,
- optymalizujemy pracę istniejących instalacji,
- inwestujemy w nowe, wodooszczędne urządzenia,
- rozbudowujemy monitoring zużycia wody, by identyfikować kolejne obszary ulepszeń i natychmiastowo reagować na awarie i nieszczelności,
- budujemy kulturę oszczędzania wody, opierającą się na odpowiednich nawykach, dyscyplinie, uważności i stałym poszukiwaniu pomysłów na choćby drobne usprawnienia,
- zapisujemy mierzalne cele z zakresu doskonalenia gospodarki wodnej i ściekowej w trzyletnich planach działalności,
- uwzględniamy konkretne aktywności z powyższej sfery w celach premiowych wybranych pracowników.



Zużycie wody jest omawiane:

- codziennie – w browarach, na spotkaniach z udziałem ich dyrektorów oraz osobno dla obszarów strategicznych, takich jak pakowanie,
- raz na tydzień – w poszczególnych działach zakładów,
- raz na miesiąc – na poziomie całej spółki, podczas spotkań wyższej kadry zarządzającej z udziałem Prezesa.

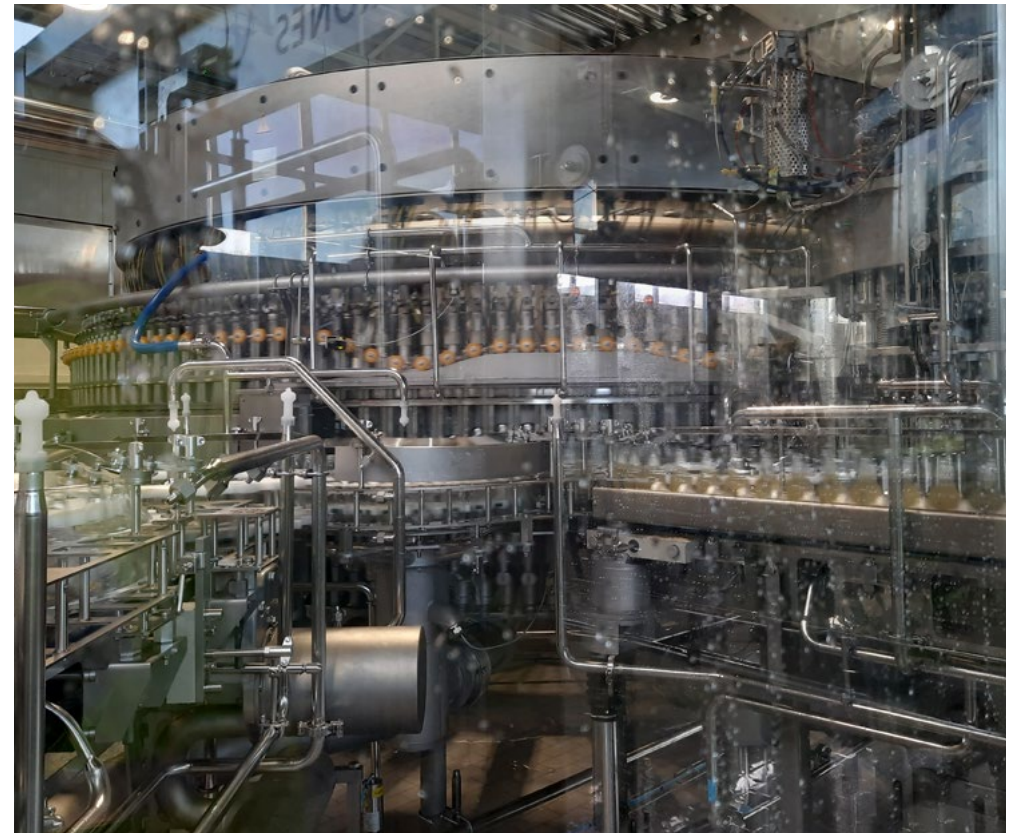
Dane wprowadzane do systemu przez pracowników są weryfikowane na dwóch szczeblach: najpierw przez przełożonego lub walidatora na poziomie zakładu, a następnie przez walidatora grupowego. W 2023 r. znacząco udoskonaliliśmy gospodarowanie wodą dzięki wprowadzeniu narzędzia zwanego analizą przyczyn źródłowych (Root Cause Analysis, RCA).

Root Cause Analysis (RCA) w praktyce

W przypadku nieosiągnięcia celu zakładana jest karta RCA, która pomaga zidentyfikować przyczyny problemu, np. zbyt wysokiego zużycia wody. W 2023 r. karta RCA została założona dla Browaru Okocim. Na podstawie wyników analizy przyczyn źródłowych podjęto następujące działania:

- Spadek wskaźnika zużycia wody został wpisany jako priorytet w ramach Policy Deployment, czyli skaskadowania globalnych celów Grupy Carlsberg do poziomu browaru.

- Wprowadzono cele w powyższym zakresie na poziomie poszczególnych działów i maszyn oraz wyznaczono osoby odpowiedzialne za ich realizację (kierownicy lub liderzy).
- Zmapowano system instalacji wodnej i w razie potrzeby zamontowano liczniki na pojedynczych maszynach.
- Wprowadzono dzienny monitoring zużycia wody na poziomie działów lub maszyn oraz monitoring tygodniowy dla kluczowych działów (pakowanie, warzelnia, fermentacja, filtracja). W przypadku odchyień od normalnego zużycia wykonywana jest analiza powodów; gdy zostanie stwierdzona awaria lub uszkodzenie, na tablicę tagów wprowadzane jest odpowiednie zadanie. Tablica tagów jest miejscem zgłaszania nieprawidłowości, umożliwiającym szybką reakcję na pojawiające się problemy techniczne. Zgłoszenia z tablicy są omawiane każdego dnia, aby natychmiast zaplanować niezbędne działania i przypisać odpowiedzialność za ich realizację.
- Rozpoczęto porównywanie wskaźników zużycia z innymi browarami Carlsberg Polska i wdrażanie zrealizowanych przez nie pomysłów.
- Stworzono listę zadań inwestycyjnych (Action Log) z przypisanymi osobami odpowiedzialnymi.
- W działach produkcyjnych na tablicach PMS zaczęto publikować tygodniowe wykresy przedstawiające zużycie wody i w razie potrzeby wprowadzano odpowiednie akcje korekcyjne na tablicę rozwiązywania problemów lub tablicę tagów.



Dzięki naszym operatorom, którzy sprawdzają zużycie mediów przypadające na ich maszyny, jesteśmy w stanie natychmiastowo reagować na wszelkie straty. Zaangażowanie całego zespołu w codzienną kontrolę zużycia wody jest kluczem do osiągnięcia naszych celów.



Krzysztof Kokoszka,
Menedżer ds. pakowania,
Browar Okocim

INICJATYWY ZREALIZOWANE W 2023 R.

W 2023 R. ZREALIZOWALIŚMY NASTĘPUJĄCE INICJATYWY NA RZECZ MINIMALIZACJI ZUŻYCIA WODY:

Browar Okocim



1. W dziale filtracji wprowadzono nowy parametr wypetnienia linii wodą przed płukaniem wstępnym, co pozwoliło zmniejszyć zużycie wody per mycie – szacowana oszczędność to niemal 6827 m³/rok.
2. Wprowadzono odzysk wody z instalacji kondensatu pary wodnej na warzelni. Zamknięcie układu wyeliminowało straty z parowania, dając oszczędność ok. 3500 m³ wody/rok.
3. Rozpoczęto wykorzystywanie wody odzyskanej z chłodzenia wirówek w odpieniaczach piwa na tankach fermentacyjnych, co przyniesie oszczędności wody szacowane na 600 m³/rok.
4. Zoptymalizowano zużycie wody na pompach podciśnieniowych.

Browar Kasztelan



1. Zoptymalizowano dezynfekcję wody serwisowej poprzez montaż nowoczesnych lamp UV, co pozwoli zaoszczędzić 2000 m³ wody rocznie.
2. Zamontowano dodatkowy zbiornik wody gorącej na warzelni, co pozwoliło polepszyć bilans wodny poprzez zwiększone magazynowanie i docelowo przełożyć się na ok. 1300 m³ zaoszczędzonej wody w skali roku.
3. Zwiększono wykorzystanie wody odzyskanej z płuczki puszek na potrzeby linii butelkowej, co przyniesie oszczędność ok. 1000 m³ wody rocznie.
4. Rozpoczęto odzysk wody z pompy międzysekcyjnej pasteryzatora KEG, co da oszczędność ok. 300 m³ wody na rok.
5. Poprawiono bilans powrotu kondensatu z obszaru pakowania, co pozwoli zaoszczędzić ok. 300 m³ wody rocznie.

Browar Bosman



1. Zmieniono oprogramowanie pasteryzatora na linii P1 i zamontowano instalację dozowania preparatów chemicznych do uzdatniania wody, co da oszczędność wody szacowaną na 8600 m³/rok.
2. Wykonano automatyczne układy pomiarowe zbierające dane na temat bieżącego zużycia wody, co umożliwi szybką reakcję na nieprawidłową pracę instalacji lub jej awarię.
3. Zwiększono pojemność zbiornika odzysku wody w celu zapobiegania utracie wody gorącej trafiającej do kanalizacji w wyniku przelania.

NA KOLEJNE LATA PLANUJEMY M.IN.:

1. Kontynuację projektu odzysku wody z regeneracji wymienników jonitowych w syropiarni, co pozwoli zaoszczędzić 1800 m³ wody rocznie.
2. Optymalizację pracy pasteryzatora na linii P2 po modernizacji.

1. Rozpoczęcie odzyskiwania wody z płukania wymienników jonitowych w stacji uzdatniania wody.
2. Wypracowanie koncepcji odzysku i ponownego wykorzystania wody z Cleaning in Place (CIP).
3. Dalsze optymalizacje dezynfekcji wody po montażu lamp UV.

1. Ograniczenie lubrykacji transporterów linii P1 dzięki zastosowaniu pasów w technologii suchej lub półsuchoj.
2. Modernizację instalacji uzdatniania wody na pasteryzatorze linii B2.
3. Wymianę zaworów parowych na pasteryzatorze linii P1.

MODERNIZACJA LINII B3 W BROWARZE OKOCIM

Linia butelkowa B3 w Brzesku to najważniejsza linia produkcyjna w Carlsberg Polska. W ramach prac inwestycyjnych zainstalowaliśmy tam nowy zespół monobloku (płuczka butelek, rozlewaczka i kontrolery) oraz w pełni zautomatyzowaną etykieciarkę. Są to najnowocześniejsze urządzenia zarówno w skali kraju, jak i Europy, dzięki którym B3 jest bardzo zaawansowaną technologicznie linią o dużej elastyczności – możemy na niej rozlewać piwo do wszystkich rodzajów szklanych butelek, które mamy w portfolio. Koszt inwestycji wyniósł ok. 34 mln zł, a unowocześniona linia ma wydajność 60 tys. butelek na godzinę, co stanowi wzrost o 20% w stosunku do jej wcześniejszych możliwości.

W ramach modernizacji linii dokonano szeregu zmian, które przelożyły się na spadek względnego zużycia wody aż o 46,5%, z 0,88 hl/hl do 0,47 hl/hl. Tak znaczący wzrost efektywności procesów oznacza oszczędność wody rzędu 28 500 m³ rocznie. Będzie to możliwe dzięki:

- montażowi nowej rozlewaczki butelek – zastosowano układ zamknięty chłodzenia pomp próżniowych, nowy układ płukania butelek po rozlewaczkę oraz nowy układ mycia zewnętrznego rozlewaczki i płuczki (oszczędność: ok. 12 000 m³),
- zmianie sposobu sputkiwania butelek na wyjściu z pasteryzatora, analogicznie jak w przypadku linii B4 (oszczędność: ok. 10 000 m³),
- optymalizacji programów pasteryzacji na pasteryzatorze (oszczędność: ok. 6500 m³).



Działania browaru w Brzesku na rzecz minimalizacji zużycia wody wspierają realizację 6, 9 oraz 12 Celu Zrównoważonego Rozwoju ONZ (zadania 6.4, 9.4, 12.2, 12.5) – więcej informacji na str. 95.



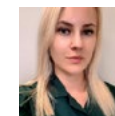
GOSPODAROWANIE WODĄ I ŚCIEKAMI

GRI 3-3, 303-2

Kompleksowo i zgodnie z najwyższymi standardami zarządzamy także gospodarką ściekową.

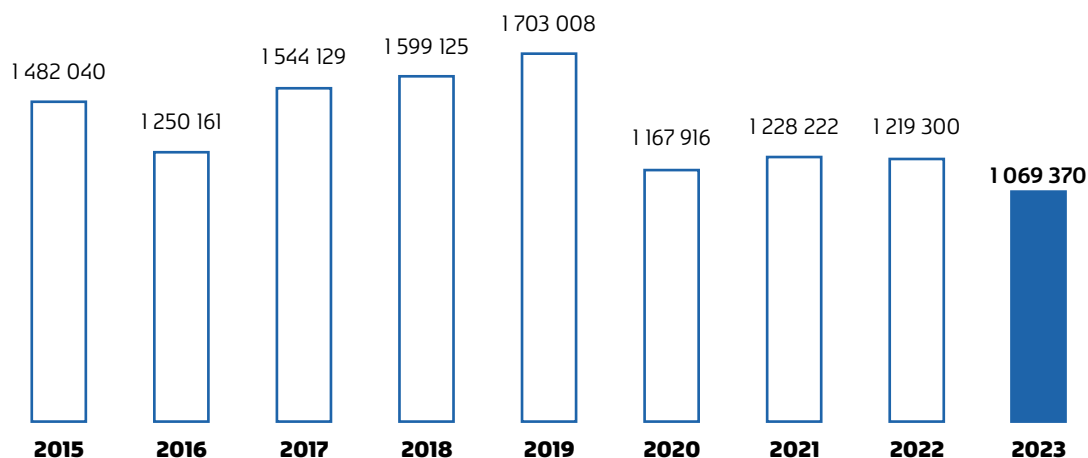
W przypadku browarów Okocim i Bosman ścieki oczyszczone w zakładowych oczyszczalniach są odprowadzane, odpowiednio, do rzeki Uszwicy i kanału rzeki Odry, zgodnie z treścią odpowiednich pozwoleń. Ścieki, które po oczyszczeniu wracają do ekosystemu, nie tylko spełniają obowiązujące normy środowiskowe – 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.

W naszym browarze zrealizowaliśmy projekt mający na celu zredukowanie zużycia ługu sodowego na potrzeby optymalizacji pH przed procesem biologicznego oczyszczania ścieków. Zidentyfikowaliśmy źródło zwiększonego zużycia, którym był wzrost tładunku ścieków doptywających, a następnie podjęliśmy działania korygujące, m.in. zwiększyliśmy poziom automatyzacji wielu procesów oraz ilość sody używanej do mycia tankofermentorów zamiast stricte do optymalizacji pH, co dodatkowo pozytywnie wpłynęło na wyniki mikrobiologiczne. Efekt jest zadowalający: ponad czterokrotny spadek zużycia NaOH (z 202 t do 50 t) w oczyszczalni ścieków oraz oszczędność ponad 400 t sody na poziomie całego browaru w 2023 r. w stosunku do 2022 r.



Anna Szurko,
Specjalistka ds. technicznych,
Browar Bosman

Objętość ścieków [m³]



NIC SIĘ NIE MARNUJE

W wyniku procesów mechanicznych i biologicznych realizowanych w zakładowej oczyszczalni w Browarze Okocim powstają nie tylko ścieki oczyszczone, ale także osady ściekowe oraz biogaz (jego zastosowanie opisaliśmy na str. 15). 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 t tzw. ustabilizowanego osadu ściekowego, który po dodatkowym przetworzeniu na poletkach osadowych staje się wartościowym nawozem wykorzystywanym w rolnictwie. Ponadto we wspomnianej oczyszczalni retencjonujemy wodę opadową z dachów poletek, którą wykorzystujemy np. do zraszania poletek w okresie pylenia czy mycia dróg dojazdowych i ciągów komunikacyjnych.



ZERO NIEODPO- WIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU

Program edukacyjny „Trzeźwo Myśle” zrealizowany po raz pierwszy z marką Carlsberg w przestrzeni miejskiej.



1/2 LITRA PIWA ZAWIERA 25 GRAMÓW CZYSTEGO ALKOHOLU ETYLOWEGO
NAWET TAKA ILOŚĆ SZKODZI ZDROWIU KOBIEC W CIĄZY I JEST NIEBEZPIECZNA DLA KIEROWCÓW

trzeźwo
myśle
z
Carlsberg

**Nigdy nie jedź
po alkoholu**

**Ruszaj tylko
na trzeźwo**

Carlsberg
Polska

ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU

PERSPEKTYWA GRUPY CARLSBERG

GRI 3-3

Promujemy odpowiedzialne spożywanie alkoholu i oferujemy napoje o doskonałym smaku na każdą okazję, ponieważ coraz więcej osób prowadzi zdrowy tryb życia i zachowuje umiar.

Postawy wobec alkoholu zmieniają się. Na całym świecie prawie czterech na dziesięciu konsumentów twierdzi, że pije go z umiarem¹, a 15% aktywnie stara się ograniczyć jego spożycie².

Piwo i cydr mają niską zawartość alkoholu w porównaniu z winem i napojami wysokoprocentowymi, a dodatkowo szybko poszerzamy ofertę piw bez- i niskoalkoholowych, aby uczynić je pozytywnym i wyzwalającym wyborem dla konsumentów na całym świecie. Obecnie oferujemy piwa bezalkoholowe na 90% rynków, na których jesteśmy obecni.

Nasza ambicja, by osiągnąć ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu, jest korzystna dla społeczeństwa, gdyż wspiera cel ONZ i Światowej Organizacji Zdrowia, jakim jest minimalizacja jego szkodliwego spożycia. Jest również korzystna dla nas, gdyż przekłada się na ciągły wzrost sprzedaży piw bez- i niskoalkoholowych (tj. zawierających odpowiednio 0,0–0,5% oraz 0,6–3,5% alkoholu). W 2023 r. napoje zawierające nie więcej niż 3,5% alkoholu miały 28,5% udziału w łącznym wolumenie wszystkich sprzedanych przez nas napojów, a naszym celem jest zwiększenie tego odsetka do 35% do 2030 r.

Zachęcamy konsumentów do korzystania ze wszystkich naszych produktów w sposób odpowiedzialny. Ograniczanie picia alkoholu przez niepełnoletnich jest dla nas priorytetem i współpracujemy z firmami z branży mediów społecznościowych, aby uniemożliwić takim osobom oglądanie naszych reklam.

Niewłaściwemu używaniu alkoholu wychodzimy naprzeciw także m.in. poprzez jasne komunikaty na opakowaniach, takie jak symbole ograniczeń wiekowych, oraz lokalne partnerstwa na rzecz jego odpowiedzialnej konsumpcji, dostosowane do poszczególnych rynków.

Jako że ludzie coraz bardziej koncentrują się na swoim zdrowiu, wielu z nich aktywnie stara się zmniejszyć spożycie cukru, a ponad połowa twierdzi, że oznakowanie zdrowotne na opakowaniach wpływa na to, jakie produkty wybierają³. Przyjęte przez nas zobowiązanie, by ułatwiać konsumentom dokonywanie świadomych wyborów, wyraża się w umieszczaniu informacji o wartościach odżywczych i składnikach na butelkach i puszkach naszych produktów, a do udostępniania większej ilości szczegółów wykorzystujemy kody QR.



CO DLA NAS OZNACZA ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU

NAPOJE BEZALKOHOLOWE I O NISKIEJ ZAWARTOŚCI ALKOHOLU

Koncentrujemy się na umożliwianiu konsumentom na całym świecie dokonywania odpowiedzialnych wyborów. Do 2030 r. zamierzamy osiągnąć 100% dostępności piw bezalkoholowych, tj. zagwarantować wszystkim klientom i partnerom możliwość zaopatrywania się w nie wszędzie tam, gdzie sprzedawane są produkty naszych marek. Zobowiązaliśmy się również do zwiększenia do 35% łącznego udziału napojów bez- i niskoalkoholowych (piwo, cydr, kwas chlebowy i napoje na bazie siodu) w globalnym wolumenie sprzedaży.

INFORMACJE NA OPAKOWANIACH

Wraz z innymi przedstawicielami branży zobowiązaliśmy się do końca 2024 r. zapewnić konsumentom jasne informacje o ograniczeniach wiekowych na etykietach wszystkich naszych produktów alkoholowych, a także ostrzeżenia, aby nie pić alkoholu w ciąży lub aby nie prowadzić pod jego wpływem pojazdów. Informacje te mogą mieć formę symboli lub odpowiadających im tekstów. Na etykietach wszystkich wariantów bezalkoholowych umieścimy symbole lub teksty sygnalizujące, że napoje te nie są przeznaczone dla osób poniżej wieku uprawniającego do spożywania alkoholu. Nasz cel na 2030 r., zapisany w programie Together Towards ZERO and Beyond, zapewni kontynuację opisanego podejścia wraz z rozwojem globalnego portfolio produktów.

LOKALNE PARTNERSTWA

Naszym celem jest, aby do 2030 r. na każdym rynku, na którym jesteśmy obecni, istniało animowane przez nas partnerstwo wspierające odpowiedzialną konsumpcję alkoholu.

WYNIKI CARLSBERG POLSKA W 2023 R.

GRI Własny 3

W 2023 r., podobnie jak w latach poprzednich, nasze działania na rzecz całkowitej eliminacji nieodpowiedzialnego spożycia alkoholu koncentrowały się na trzech głównych obszarach:

- poszerzaniu oferty piw bezalkoholowych,
- budowaniu świadomości społecznej w ramach kolejnej edycji ogólnopolskiego programu edukacyjnego „Trzeźwo Myślę” 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.

100%

samochodów służbowych Carlsberg Polska posiadających aktywne AlkoStopy



23

piwa bezalkoholowe w naszym portfolio



51,3 mln

odbiorców naszego programu edukacyjnego „Trzeźwo Myślę”



8

nowych piw 0,0% wprowadzonych przez nas na rynek



100%

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



9%

udziału piw bezalkoholowych w łącznym wolumenie sprzedanych napojów



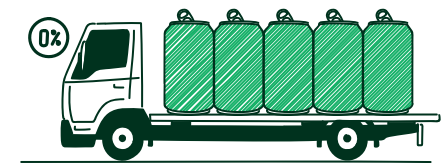
2,7%

spadku ilości sprzedanego przez nas piwa bezalkoholowego w stosunku do 2022 r.



ponad 34 tys.

kontroli trzeźwości osób wjeżdżających i wyjeżdżających z naszych obiektów, w tym kierowców ciężarówek dostawczych, od maja 2023 r.



ROZWÓJ OFERTY PIW BEZALKOHOLOWYCH

Znaczenie segmentu piw bezalkoholowych stale rośnie. W 2023 r. jego udział w łącznej ilości sprzedanego w Polsce piwa wyniósł 5,4%, zaś udział w wartości sprzedaży 6,5%, podczas gdy w 2022 r. były to odpowiednio 5,1% i 6,2% (dane wewnętrzne Carlsberg Polska). Wynika to zarówno ze zmieniających się potrzeb konsumentów, jak i z rosnącą ofertą. W roku objętym raportem wprowadziliśmy na rynek aż osiem nowych piw bezalkoholowych. W efekcie udział tej kategorii produktów w łącznym wolumenie sprzedanych przez nas napojów wzrósł do aż 9%.

Pozostajemy 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, np. w ramach konkursu Złote Innowacje FMCG & Retail. W 2023 r. kolejny rok z rzędu docenili oni nasze nowe propozycje. W kategorii napojów alkoholowych 0% wyróżnienie otrzymało połączenie czarnej porzeczki i orzeźwiającej limonki, czyli Somersby Blackcurrant & Lime 0,0%. Z kolei w kategorii piw alkoholowych i bezalkoholowych za odpowiedź na potrzeby konsumentów wyróżniono linię Garage Energy 0,0%, czyli nasze napoje piwne 0,0% o właściwościach energetyzujących.

BEZALKOHOLOWE NOWOŚCI CARLSBERG POLSKA 2023



PIWNE ENERGETYKI

W 2023 r. dwie nasze marki poszerzyły swoją ofertę o kategorię napojów piwnych 0,0% o właściwościach energetyzujących.

Marka Garage zaproponowała konsumentom egzotyczne smaki – soczystego mango, słodko-kwaśnego granatu i kwaśnego yuzu – wzmocnione pobudzającą guaranę i kofeiną, wpisując się w trend imprezowania bez tzw. procentów. Z kolei marka Harnaś jako pierwsza w Polsce zdecydowała się na połączenie goryczki bezalkoholowego jasnego piwa ze słodkawym smakiem klasycznego energetyka. Nowy napój rewolucjonizuje rynek także zawartością kofeiny – w składzie są jej aż 32 mg/100 ml.

Nowa kategoria, choć całkowicie bezalkoholowa, jest kierowana wyłącznie do osób po 18. roku życia, o czym jednoznacznie informuje wyraźne oznakowanie na opakowaniach, któremu towarzyszy ostrzeżenie przed spożywaniem napojów energetyzujących w ciąży. Przy każdej okazji, począwszy od rynkowego debiutu nowego Harnasia, informujemy i edukujemy konsumentów oraz media, że energetyki nie są produktem dla dzieci, dlatego poparliśmy wprowadzenie prawnego zakazu ich sprzedaży niepełnoletnim.



trzeźwo
myśle

EDUKACJA DLA BEZPIECZEŃSTWA DROGOWEGO

W 2023 r. już siódmy rok realizowaliśmy społeczno-edukacyjny program „Trzeźwo Myśle”, który tłumaczy, jak rozumieć odpowiedzialną konsumpcję napojów alkoholowych, w tym zwłaszcza przypomina, kto w żadnym przypadku nie może ich spożywać: kierowcy, kobiety w ciąży i osoby niepełnoletnie. W jego ramach docieramy do szerokiego grona odbiorców z pozytywnymi wzorcami zachowań w tej sferze oraz przypominamy o możliwych konsekwencjach lekkomyślności.

Głównym celem najnowszej edycji programu, tak jak rok wcześniej, było ograniczenie liczby wypadków drogowych powodowanych przez nietrzeźwych kierowców. Odpowiedni poziom merytoryczny prowadzonych działań edukacyjnych ponownie zagwarantował nasz partner, Stowarzyszenie Partnerstwo dla Bezpieczeństwa Drogowego, a marka Carlsberg po raz pierwszy wsparła je komunikacyjnie.

Świat piwa daje dziś wybór również kierowcom, którzy mogą napić się klasycznego lagera w wersji 0,0% czy też szeregu piw smakowych z portfolio piw bezalkoholowych. Marka Carlsberg mocno zaangażowała się w akcję i swoim rozpoznawalnym logotypem wzmacnia jedynie słuszny przekaz „nigdy nie jedź po alkoholu”.



Zuzanna Kugiel,
Senior Marketing Specialist

Całkowity zasięg programu wyniósł w 2023 r. ponad 51,3 mln kierowców i pasażerów, w tym:

- do niemal 14,8 mln osób dotarliśmy z naszym przekazem dzięki 22 publikacjom internetowym oraz kampanii digitalowej,
- prawie 36 mln osób miało z nim kontakt za pośrednictwem nośników reklamy zewnętrznej.

W 2023 r. policja zatrzymała ponad 93 tys. nietrzeźwych kierujących. W rozwiązaniu problemu może pomóc systematyczna edukacja i nieustanne uświadamianie konsumentów poprzez akcje edukacyjne, jak ta prowadzona przez Carlsberg Polska. Właśnie dzięki takim programom jak „Trzeźwo Myśle” możemy budować społeczną świadomość na temat zagrożeń wynikających z jazdy pod wpływem alkoholu zarówno wśród kierowców, jak również pozostałych uczestników ruchu drogowego.



Dorota Olszewska,
Prezeska Zarządu Partnerstwa dla
Bezpieczeństwa Drogowego

Z głównym przekazem nowej odsłony programu, który brzmiał „Czerwone światło dla nietrzeźwych kierowców. Zielone dla trzeźwego myślenia”, docieraliśmy do społeczeństwa za pośrednictwem największych portali internetowych (Gazeta.pl, naTemat.pl, Allegro, OLX, OTOMOTO, AutoSwiat.pl), a ponadto po raz pierwszy prowadziliśmy działania komunikacyjne w przestrzeni miejskiej. Tego rodzaju kampania została zorganizowana w Warszawie i wykorzystywała bankomaty, telebimy oraz taksówki.



KONTROLE TRZEŹWOŚCI KIEROWCÓW

Nie tylko edukujemy, ale również bezpośrednio przeciwdziałamy prowadzeniu pojazdów pod wpływem alkoholu. W naszej flocie samochodów osobowych od kilku lat stosujemy tzw. AlkoStopy, czyli urządzenia, które sprawdzają trzeźwość kierowcy przed uruchomieniem silnika. Jeśli badanie wykáže choćby śladowe ilości alkoholu w wydychanym powietrzu, zapłon auta zostaje automatycznie odtączony.

W czerwcu 2023 r. w ramach programu „Trzeźwo Myślę” wprowadziliśmy obowiązkowe kontrole trzeźwości na wjeździe i wyjeździe z naszych zakładów. Poddawani są nim wszyscy kierowcy samochodów dostawczych, kontrahenci, usługodawcy czy goście. Miesięcznie przeprowadzamy średnio ok. 10 tys. kontroli, a w przypadku pozytywnego wyniku powiadamiamy odpowiednie służby oraz pracodawcę. Pierwsze miesiące akcji, podczas których zapobiegliśmy prowadzeniu pojazdów przez 18 nietrzeźwych osób, pokazały, że możemy mieć realny wpływ na poprawę bezpieczeństwa na polskich drogach. Dlatego dzielimy się doświadczeniem z partnerami biznesowymi oraz w mediach, zachęcając innych do wprowadzania analogicznych procedur – zwłaszcza operatorów magazynów i firmy produkcyjne.

W obszarze transportu i magazynowania wprowadziliśmy 100% kontroli trzeźwości kierowców realizujących transport na zlecenie Carlsberg. Mimo że kierowcy nie są naszymi pracownikami, zmiany w Kodeksie pracy i aktualizacja procedur wewnętrznych pozwoliły nam kontrolować wszystkie osoby wjeżdżające na teren browaru. Traktujemy to jako szansę na zwiększenie bezpieczeństwa w naszych lokalizacjach, jak i bezpieczeństwa na polskich drogach.



Dariusz Krasoń,
Dyrektor ds. logistyki



Program „Trzeźwo Myślę” wspiera realizację 3 Celu Zrównoważonego Rozwoju ONZ (zadania 3.5 oraz 3.6) – więcej informacji na str. 95.

Więcej informacji o programie na stronie



trzezwomysle.com.



ODPOWIEDZIALNA KOMUNIKACJA MARKETINGOWA

GRI 3-3, 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.

ZASADY KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ

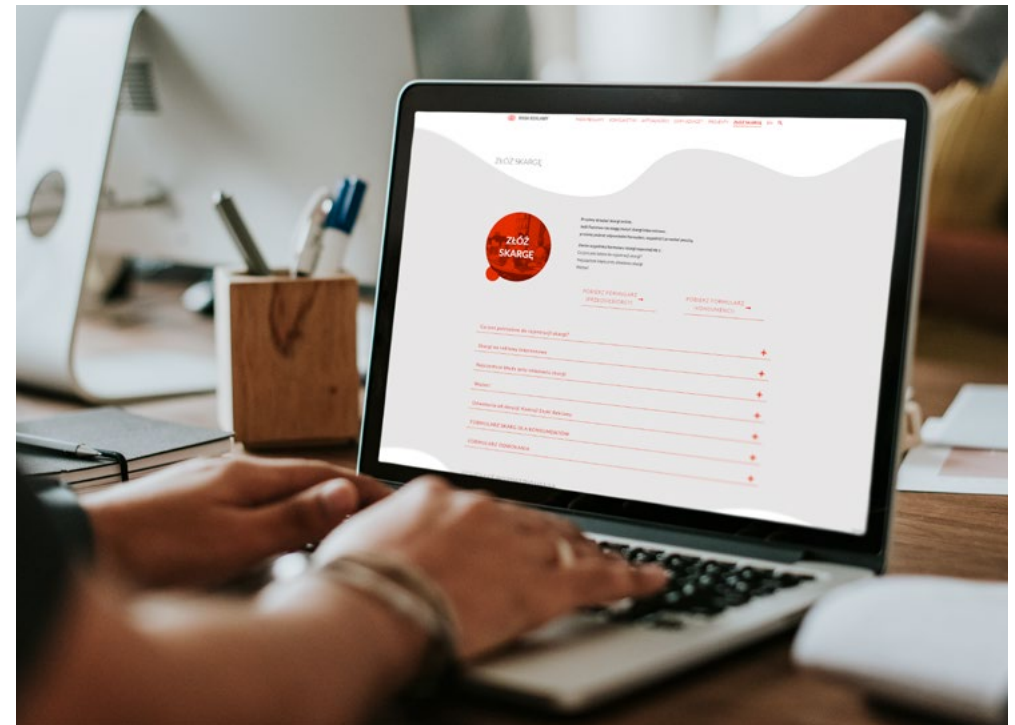
- 1. DOSTOSOWANIE** - zaprojektuj komunikaty, które będą atrakcyjne dla dorosłych odbiorców.
- 2. OGRANICZENIE** - aktywnie ograniczaj dostęp osób małoletnich do naszych komunikatów.
- 3. UMIARKOWANIE** - promuj odpowiedzialną konsumpcję i korzystanie z produktów alkoholowych z umiarem.
- 4. BEZPIECZEŃSTWO** - nigdy nie kojarz spożywania naszych produktów z jazdą pod wpływem alkoholu, potencjalnie niebezpiecznymi czynnościami lub zachowaniem aspotecznym.
- 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.

W ramach Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, którego jesteśmy członkiem wspierającym, funkcjonuje Komisja Etyki Reklamy. Rozpatruje ona skargi na przekazy reklamowe zgłaszane przez konsumentów i przedsiębiorców oraz sprawdza, czy dany przekaz nie narusza standardów Kodeksu Etyki Reklamy. W 2023 r. odnotowano 7 skarg na reklamy Carlsberg Polska, z których 2 zostały odrzucone, 3 zostały uznane za zasadne, a 2 są w trakcie rozpatrywania. Nie stwierdziliśmy żadnych innych przypadków niezgodności z przepisami lub dobrowolnymi regulacjami dotyczącymi komunikacji marketingowej.

Skargi na przekazy reklamowe można zgłaszać za pośrednictwem strony

➤ <https://radareklamy.pl/formularz-skargi/>

na której znajdują się także m.in. informacje na temat trybu ich rozpatrywania.



KOMUNIKACJA PRODUKTOWA

GRI 417-1, 417-2

100% NASZYCH PIW

posiada na opakowaniu symbol 18+ oraz informacje o pełnym składzie i kaloryczności na 100 ml produktu

100% NASZYCH PIW ALKOHOLOWYCH

ma na etykietach ostrzeżenia przed prowadzeniem pojazdów pod wpływem alkoholu oraz spożywaniem go przez kobiety w ciąży

0

przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnie stosowanymi zasadami dotyczącymi informowania o produktach oraz ich znakowania odnotowaliśmy w 2023 r.

Na stronie

carlsbergpolska.pl/products

znajdziesz następujące dane na temat każdego z naszych piw:

- wartość energetyczna
- zawartość węglowodanów, w tym cukrów
- zawartość tłuszczów, w tym kwasów tłuszczowych nasyconych
- zawartość białka
- zawartość soli



Opakowania naszych piw 0,0% bardzo wyraźnie odróżniają się od swoich wariantów alkoholowych. Niebieskie elementy etykiet zapewniają spójność komunikacji w tej kategorii, ułatwiając konsumentom wybór należących do niej produktów.

DOBROWOLNE ZNACZKI ODPOWIEDZIALNOŚCIOWE

W ramach inicjatywy podjętej przez członków Związku Przedsiębiorców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie na opakowaniach naszych piw umieszczamy znaki graficzne ostrzegające przed spożywaniem 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) zobowiązaliśmy się do oznakowania „18+” naszych produktów bezalkoholowych, tak aby do 1 stycznia 2024 r. taki symbol posiadały wszystkie nasze wyroby. Był on wprowadzany stopniowo w ramach zamawiania nowych konfekcji, a założony cel udało nam się osiągnąć już w październiku 2023 r.



Nie przestajemy na przestrzeganiu przepisów dotyczących reklamowania naszych produktów oraz informowania o ich składzie. We współpracy z innymi podmiotami z branży piwowarskiej dobrowolnie rozwijamy system graficznych ostrzeżeń przed nieodpowiedzialną konsumpcją alkoholu. Z własnej inicjatywy poszerzyliśmy ponadto zakres informacji na temat wartości odżywczych oferowanych piw – publikujemy je na naszej stronie internetowej.



Agata Jaworska,
p.o. Wiceprezesa ds. marketingu



ZERO WYPADKÓW

CARLSBERG POLSKA RAPORT ESG 2023 ZERO WYPADKÓW



24 października na terenie Browaru Okocim w Brzesku odbyły się ćwiczenia Komendy Powiatowej Państwowej Straży Pożarnej z udziałem ponad 150 strażaków jednostek z terenu powiatu oraz województwa.



PERSPEKTYWA GRUPY CARLSBERG

GRI 3-3

Budujemy kulturę ZERO wypadków, której celem jest zapewnienie wszystkim bezpiecznego powrotu do domu każdego dnia.

Pragniemy chronić zdrowie i bezpieczeństwo pracowników i osób odwiedzających nasze zakłady. Ta dbałość o zdrowie i bezpieczeństwo wzmacnia całą organizację i jej zespół, stanowiąc podstawę naszej kultury wysokiej wydajności i reputacji Grupy Carlsberg jako firmy, której zależy.

Poczyniliśmy znaczne postępy w zapobieganiu fizycznym obrażeniom w miejscu pracy, zmniejszając liczbę wypadków skutkujących zwolnieniem wśród naszych pracowników o 25% w 2023 r. – i o 64% od 2015 r. Wierzymy, że każdemu takiemu incydentowi można zapobiec, a wyznaczony cel ZERO wypadków napędza nasze wysiłki w tym obszarze.

Nie ma większej wartości niż ludzkie życie. Szeroko zakrojone szkolenia i nieustająca koncentracja na naszych Zasadach Ratujących Życie pomogły nam zakończyć rok bez wypadków śmiertelnych. W 2023 r. ugruntowaliśmy znajomość tych zasad w firmie poprzez serię krótkich sesji szkoleniowych, a także dzięki ciągłemu naciskowi na bezpieczną jazdę.

Przykładamy dużą wagę do wpajania pracownikom bezpiecznych zachowań oraz do zachęcania ich, by zgłaszali wszelkie zagrożenia, które zauważą. W 2023 r. we wszystkich krajach, w których jesteśmy obecni, zorganizowaliśmy Dni Bezpieczeństwa, co umożliwiło naszym ludziom przekonanie się na własne oczy, jaki wpływ na bezpieczeństwo mogą mieć ich codzienne wybory.

Coraz częściej wykraczamy poza dbałość o fizyczne zdrowie i bezpieczeństwo i promujemy także bezpieczeństwo psychologiczne i dobrostan psychiczny, podnosząc świadomość naszych liderów i pracowników oraz dając im praktyczne wskazówki.

CO DLA NAS OZNACZA KULTURA ZERO WYPADKÓW

WYPADKI PRZY PRACY

Przez wypadki przy pracy skutkujące zwolnieniem lekarskim rozumiemy zdarzenia, 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 takie wypadki, którym ulegli nasi pracownicy i zleceniobiorcy.



WSKAŹNIK WYPADKÓW PRZY PRACY

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



WYNIKI CARLSBERG POLSKA W 2023 R.

GRI 403-9

5811

naszych pracowników
i pracowników
podwykonawców
przeszkolonych
w zakresie
BHP



100%

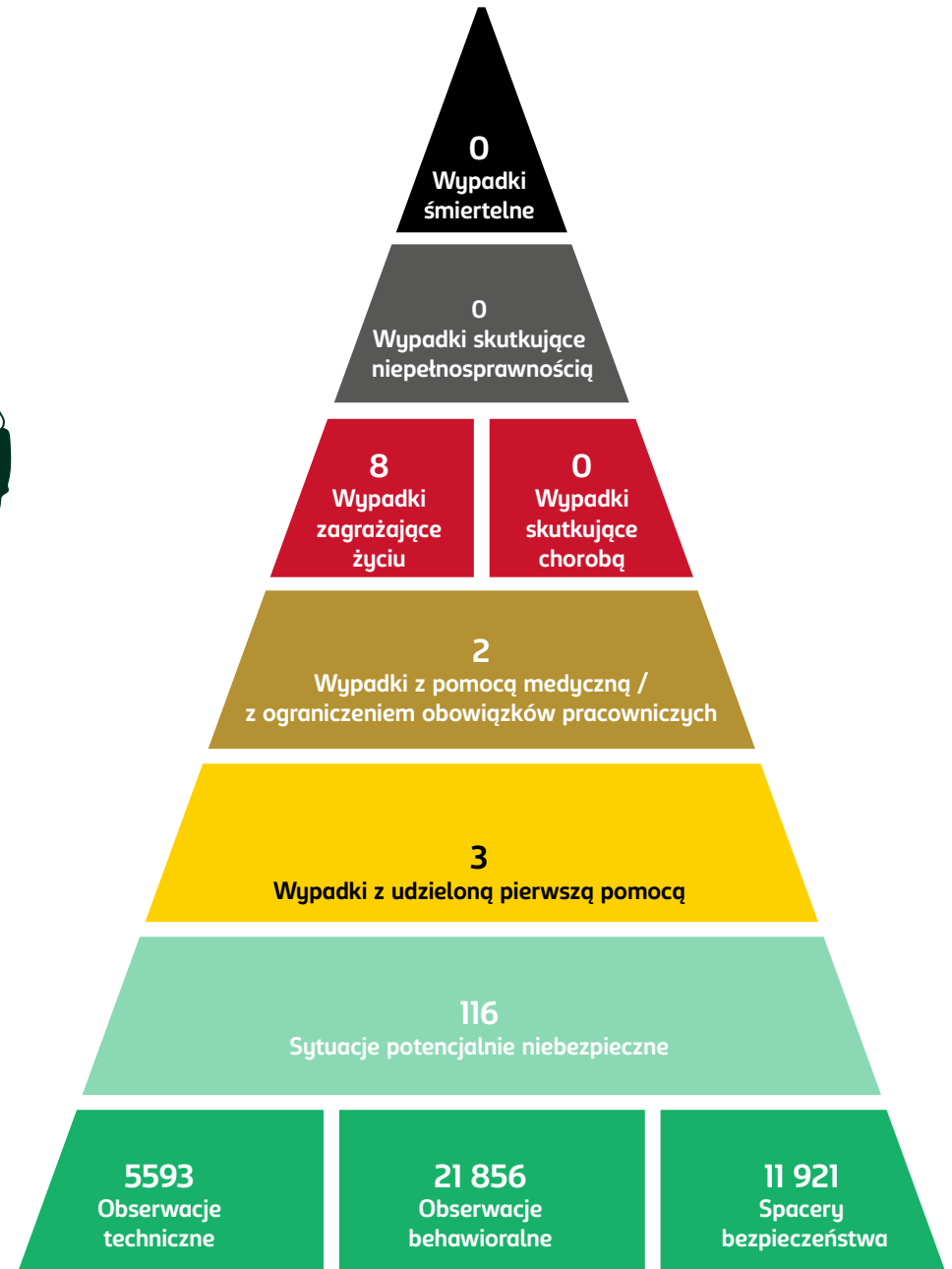
samochodów służbowych
w firmie posiadających
aktywne AlkoStopy



Nasz cel ZERO wypadków w pracy traktujemy bardzo poważnie. Nie tylko w biurze czy w browarach, ale również za kierownicą i na terenie sklepów naszych klientów. Dbamy o to, aby nasi pracownicy byli dobrze wyszkoleni, niezależnie od miejsca wykonywania pracy, i by potrafili odpowiednio reagować w niespodziewanych sytuacjach.



Ineza Król-Matysiak,
Carlsberg Excellence & H&S
Director



ZARZĄDZANIE SFERĄ BHP

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

W browarach należących do Carlsberg Polska funkcjonuje system zarządzania BHP, stanowiący część naszego Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Jest on zgodny z wymaganiami normy ISO 45001, co potwierdził zewnętrzny audyt przeprowadzony w 2023 r., oraz standardami obowiązującymi wszystkie spółki Grupy Carlsberg. Na poziomie Grupy obowiązuje ponadto jednolity standard badania incydentów (COM), stosowany w odniesieniu do wszystkich wypadków na terenie browarów, magazynów oraz w administracji i sprzedaży.

Wewnętrzne standardy bezpieczeństwa i higieny pracy znacząco wykraczają poza obowiązki nakładane na nas przez prawo. Pracownicy poznają je podczas szkoleń wstępnych, a następnie są im one regularnie przypominane. 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.

Co istotne, pracownicy mają zapewniony współudział w opracowywaniu, wdrażaniu i ocenie procesów zarządzania BHP. Projekty procedur oraz instrukcji są z nimi konsultowane, a ponadto mają do dyspozycji kanały zgłaszania sytuacji potencjalnie wypadkowych, w tym specjalną aplikację. Raz na kwartał odbywają się posiedzenia komisji BHP, w skład której wchodzi reprezentanci załogi. Współpracujemy tylko z dostawcami i podwykonawcami, którzy na etapie tzw. prekwalfikacji wykazali, że gwarantują odpowiednio wysoki poziom BHP. Każdy z nich podlega rocznej ocenie, której elementem są aspekty BHP. Maksymalizacją bezpieczeństwa służy także ustalanie sposobów wykonywania poszczególnych prac wspólnie z wykonawcami.

OCENA RYZYKA

GRI 403-2

Ocena ryzyka dla danego stanowiska pracy lub zadania jest weryfikowana:

- standardowo raz w roku,
- po każdym wypadku,
- zawsze przed wprowadzeniem istotnej zmiany w procesach czy technologii.

Realizowana jest także ocena ryzyka ad hoc. Dokonują jej osoby przystępujące do prac niestandardowych, wykonywanych po raz pierwszy, rzadko lub w nieznannej lokalizacji. Odbywa się ona na podstawie procedury zwanej Szybką Oceną Ryzyka (SOR), która obowiązuje w całej Grupie Carlsberg i opiera się na tzw. 5 Złoty Zasadach.

Ocena ryzyka odbywa się także podczas tzw. spacerów bezpieczeństwa. Polegają one na obchodzie browaru przez zespół składający się z osób wykonujących pracę o różnym charakterze, w tym biurową, a następnie wymianie spostrzeżeń. Odbywają się one zarówno w trybie cyklicznym, jak i ad hoc.

W 2023 r. wyznaczono menedżerom indywidualne cele w omawianym zakresie:

- menedżerowie produkcji i logistyki: udział w 80 safety walkach rocznie,
- kierownicy, menedżerowie wsparcia produkcji: udział w 12 safety walkach rocznie.

Wszystkie spacery są odnotowywane w systemie online. Dział BHP na bieżąco sprawdza realizację założonych celów oraz analizuje zgłaszane obserwacje. W 2023 r. w naszej firmie odbyło się łącznie aż 11 921 spacerów.



BUDOWA KULTURY BEZPIECZEŃSTWA I WIEDZY O BHP

GRI 403-7

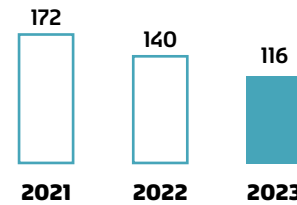
Jednym z filarów kultury organizacyjnej naszej firmy jest uważność pracowników na kwestie związane z bezpieczeństwem i higieną pracy. Od każdego z nich, ale także od kadry podwykonawców oczekujemy czujnego obserwowania otoczenia i powiadamiania służb BHP o zachowaniach oraz aspektach technicznych, które mogą mieć znaczenie dla prewencji wypadków i chorób zawodowych. Zgłaszaniu za pośrednictwem specjalnej aplikacji podlegają zarówno negatywne, jak i pozytywne postępowanie i zdarzenia. Obowiązek reagowania na nie spoczywa na wszystkich zatrudnionych.

Nasi pracownicy są zobowiązani do zgłaszania każdego miesiąca co najmniej jednej obserwacji, spośród których wyłaniane są drogą głosowania najbardziej wartościowe. Autorzy zwycięskich spostrzeżeń otrzymują nagrody rzeczowe, np. sprzęt elektroniczny.

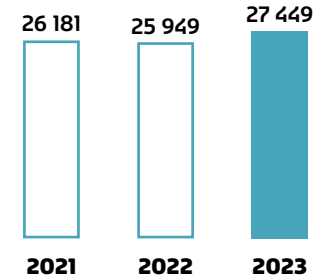
Budowie kultury bezpieczeństwa służą także:

- wizualne oznaczenia,
- plakaty,
- newslettery,
- filmowe przewodniki bezpiecznego poruszania się po terenie browarów.

Zgłoszone sytuacje potencjalnie niebezpieczne (near-miss)



Obserwacje behawioralne/techniczne



Fragment raportu z obserwacji BHP zgłoszonych przez aplikację

6090	Okolo godzinę temu		Paleciak pozostawiony w świetle bramy w namiocie	logistyka	magazyn	plac
6089	Okolo godzinę temu		Stosowanie systemu LOTO podczas załadunku samochodów z doków	logistyka	magazyn	wyroby gotowe
6088	Okolo godzinę temu		Wszyscy operatorzy II zmiany w czepkach i osłonach na brodę	pakowanie	puszka	monoblok
6087	Okolo godzinę temu		Operator po zauważeniu wycieku chemii zgłosił problem liderowi i w odpowiednim ubiorze przystąpił do czyszczenia obszaru po usunięciu usterki z liderem	pakowanie	puszka	pasteryzator
6086	2 godziny temu		Założone LOTO podczas pobierania wymazów	pakowanie	butelka 2	monoblok
6085	3 godziny temu		Operator trzyma się poręczy schodząc po schodach	pakowanie	butelka 2	monoblok

DZIAŁANIA NA RZECZ BHP W 2023 R.

GRI 403-5

Dążąc do zapewnienia pełnego bezpieczeństwa i higieny pracy, w 2023 r. prowadziliśmy odpowiednie szkolenia, działania organizacyjne i techniczne oraz inwestycje. Ponadto rozpoczęliśmy regularne publikowanie w intranecie artykułów z cyklu „Pierwsza pomoc w pigułce”, w ramach którego uczymy pracowników m.in. tego, jak prawidłowo reagować, gdy jest się świadkiem omdlenia, zakrzuszenia, zaburzeń oddychania czy ataku padaczki.

W 2023 r. browarach Carlsberg Polska odbyły się następujące szkolenia i kampanie uświadamiające:

- szkolenia z 5 Złotych Zasad dla naszych pracowników i podwykonawców,
- szkolenia dla kadry kierowniczej z udziałem inspektora Państwowej Inspekcji Pracy,
- szkolenia poświęcone bezpiecznym zachowaniom na drodze,
- szkolenia z zakresu pierwszej pomocy przedmedycznej.
- kampania świadomościowa Mind Your Business (3 moduły; więcej informacji na str. 55),
- szkolenie praktyczne z pracy na wysokości i w zbiornikach,
- szkolenie z bezpiecznej obsługi wózków, żurawi i dźwigów,
- szkolenie zakładowych służb ratownictwa chemicznego,

- szkolenia przeciwpożarowe i ćwiczenia ze strażą pożarną,
- szkolenie z procesu wydawania poleceń pisemnych.

W XXX edycji konkursu „Pracodawca – organizator pracy bezpiecznej”, w którym wyróżniane są firmy wykazujące się wyjątkową troską o życie, zdrowie i dobrostan swoich pracowników, nasz browar w Sierpcu zdobył I miejsce w woj. mazowieckim, w kategorii dla zakładów pracy od 50 do 249 zatrudnionych. Organizator konkursu, Państwowa Inspekcja Pracy, wziął pod uwagę m.in. sposób organizacji produkcji oraz przestrzeganie prawa pracy.

Dokładamy wiele starań, aby Browar Kasztelan był miejscem bezpiecznym dla wszystkich pracowników. Naszym priorytetem jest świadome podejmowanie działań na rzecz stworzenia bezpiecznego środowiska pracy i realizowanie celu naszej strategii zrównoważonego rozwoju, czyli ZERO wypadków.



Monika Nerć-Pankowska,
Specjalistka ds. BHP

DZIEŃ BEZPIECZEŃSTWA

W 2023 r. zorganizowaliśmy kolejną edycję Dnia Bezpieczeństwa, nadając temu wydarzeniu znacznie większą skalę. Dla każdego obszaru przygotowaliśmy po 5–6 „stacji” dopasowanych do charakterystyki pracy w sprzedaży, browarach i biurze. W ich ramach specjaliści z naszej firmy lub eksperci firm zewnętrznych prowadzili szkolenia, ćwiczenia teoretyczne, warsztaty, pokazy oraz gry. Część poruszanych tematów była wspólna dla wszystkich obszarów – zgłaszanie zagrożeń, techniki ręcznego podnoszenia i przenoszenia oraz tzw. ścieżka zdrowia, zwana też ścieżką uważności. Jednocześnie poruszane były tematy specyficzne dla poszczególnych rodzajów pracy, jak bezpieczeństwo na drodze, pierwsza pomoc czy zarządzanie chemikaliami w browarach.



Liczba uczestników:	
Browar Okocim	288
Browar Kasztelan	141
Browar Bosman	160
Pracownicy biur w Warszawie, Brzesku i Wrocławiu oraz sprzedaży	602

Organizacja wydarzenia o tak dużej skali była możliwa dzięki zaangażowaniu ponad 70 osób. Ich ciężka praca procentuje poprawą naszego bezpieczeństwa, mamy bowiem wiele dowodów, że wspomniana inicjatywa realnie przekłada się na codzienne zachowania pracowników. Z wielką satysfakcją słucham historii o tym, jak zdobyta wiedza jest stosowana w praktyce, w tym o przypadkach, kiedy uratowała komuś życie.



Iwona Jamrozik-Bálek,
Starsza specjalistka ds. BHP



Organizacja Dnia Bezpieczeństwa jest jednym z naszych wkładów w realizację 8 Celu Zrównoważonego Rozwoju ONZ (zadanie 8.8) – więcej informacji na str. 95.

BEZPIECZEŃSTWO PRACOWNIKÓW SPRZEDAŻY

Dbamy nie tylko o bezpieczeństwo pracowników naszych biur i browarów, ale także podejmujemy różnorodne działania chroniące życie i zdrowie zatrudnionych w dziale sprzedaży, którzy większość dnia pracy spędzają za kółkiem lub w sklepach naszych klientów.

Podczas comiesięcznych spotkań przedstawicieli handlowych z kierownikami omawiane są także tematy związane z bezpieczeństwem. Raz na miesiąc kierownicy obszarów lub regionalni menedżerowie sprzedaży jadą w teren z wybranym przedstawicielem handlowym i oceniają, czy

pracuje on bezpiecznie – jest to odpowiednik spacerów bezpieczeństwa w obszarze produkcji.

Zdarza się, że nasi przedstawiciele handlowi obserwują w sklepach sytuacje potencjalnie niebezpieczne. Aby móc odpowiednio zareagować są wyposażeni w wiedzę i ułotkę, dzięki której mogą edukować właścicieli sklepów w zakresie bezpieczeństwa.

Aktywnie zapobiegamy wypadkom drogowym z udziałem naszych kierowców. Służą temu przede wszystkim:

- praktyczne szkolenia z technik bezpiecznej jazdy, organizowane w ramach programu Bezpieczne Auto Carlsberga (BACa),
- budowanie świadomości zagrożeń występujących na drodze w formie szkoleń online (program Fleet Defense),
- opracowane na poziomie Grupy Carlsberg materiały szkoleniowe Mind Your Business, uwrażliwiające m.in. w kwestii ryzyk wiążących się z tzw. jeżdżeniem na pamięć,
- Brightmile – program samodoskonalenia kierowców dzięki monitorowaniu ich jazdy,
- organizowanie testów trzeźwości (więcej na ich temat na str. 46),
- kupowanie do naszej floty wyłącznie samochodów wyposażonych w blokady alkoholowe,
- analiza przyczyn wypadków, kolizji i zdarzeń potencjalnie wypadkowych.

Bezpieczne Auto Carlsberga

W ramach programu, zainicjowanego w 2005 r., realizujemy różne aktywności, ale stałymi elementami jest symulacja jazdy w warunkach obniżonej przyczepności, odbywająca się na autodromie, oraz ćwiczenie pożądanых zachowań świadka wypadku, z uwzględnieniem zabezpieczenia miejsca, komunikacji ze służbami oraz pierwszej pomocy przedmedycznej.

W 2023 r. 10 szkoleniach z cyklu BACa łącznie wzięło udział 120 pracowników naszej firmy.

Aplikacja Brightmile

Od 2023 r. wszyscy pracownicy sprzedaży obowiązkowo korzystają z aplikacji Brightmile. Wykorzystuje ona GPS, dzięki czemu na bieżąco przekazuje informacje zwrotne, np. w przypadku sięgania po telefon, nieograniczenia prędkości podczas przejazdu obok szkoły czy stosowania technik jazdy pozwalających ograniczyć zużycie paliwa. Kierownicy obszarów otrzymują zbiorcze raporty, pozwalające na analizę zachowań ich zespołów i planowanie działań na rzecz zwiększenia bezpieczeństwa na drodze, a najbardziej odpowiedzialni kierowcy są nagradzani.

Przez cały 2023 r. aplikacja zarejestrowała 10 675 przejazdów naszych pracowników.


ZERO WYPADKÓW

Kluczowe zagadnienia dotyczące bezpieczeństwa i eliminacji zdarzeń wypadkowych w obiektach sprzedażowych

Zawsze reaguj, jeśli widzisz, że inni naruszają zasady bezpieczeństwa

Zawsze reaguj, jeśli widzisz zagrożenie fizyczne w swoim obiekcie i otoczeniu obiektu

Zawsze reaguj, gdy nagle pojawiają się pękające butelki z różnymi płynami, w tym z piwem

Sprawdź, czy w Twoim obiekcie są zagrożenia dla pracowników i klientów

Sprawdź stan instalacji elektrycznej

Sprawdź stan drzwi wejściowych do obiektu

Sprawdź stan i suchość posadzki w obiekcie

Sprawdź stan schodów i poręczy

Pamiętaj, że właściciel/dzierżawca jest odpowiedzialny za bezpieczeństwo w swoim obiekcie

Ucz się na błędach innych – nie na swoich

Nigdy nie pozostawiaj niezaisolowanych przewodów elektrycznych

Nigdy nie włączaj niesprawnych urządzeń do sieci elektrycznej i nie pozostawiaj ich bez informacji o ich uszkodzeniu (np. Sprzęt uszkodzony. Nie włączać!)

Nigdy nie omijaj systemów bezpieczeństwa/zabezpieczeń

NIE PRZECHODŹ OBOJĘTNIE!
WIDZISZ – REAGUJ!



Potknięcia, poślizgnięcia, upadki – reaguj na zagrożenia



Zadbaj o bezpieczeństwo klienta



Nie włączaj niesprawnych urządzeń do sieci elektrycznej



Oznakuj uszkodzone urządzenie. Zablockuj dostęp. Poinformuj



Transport ręczny zgodny z wymaganiami prawnymi

DLA PRACOWNIKÓW I Z PRACOWNIKAMI



Warsztaty pszczelarskie i budowanie domków dla dzikich zapylaczy prowadzone przez Fundację Ekologiczną Pszczółka Musi Być, zorganizowane dla pracowników Browaru Bosman i ich rodzin.

CARLSBERG POLSKA JAKO PRACODAWCA

GRI 3-3

Chcemy być najsukuteczniejszą, najbardziej profesjonalną i najatrakcyjniejszą firmą, a więc także najlepszym miejscem pracy. Dbamy o bezpieczeństwo pracowników, konkurencyjność wynagrodzeń i równe traktowanie. Tworzymy atmosferę zrozumienia i życzliwości, zapewniamy wszechstronne wsparcie w rozwoju zawodowym i osobistym, wspieramy w utrzymywaniu dobrostanu fizycznego i psychicznego. Istotną jest dla nas równowaga pomiędzy

pracą i życiem prywatnym oraz tworzenie przestrzeni dla rozwoju zainteresowań zatrudnionych, ich integracji i angażowania się w kwestie społeczne. Gwarancją wysokich standardów w sferze pracowniczej są odpowiednie regulacje wewnętrzne – firmowe oraz wspólne dla całej Grupy Carlsberg. Wśród tych drugich szczególne znaczenie ma polityka w zakresie praw człowieka, z którą można się zapoznać [tutaj](#).

W 2023 r. nasze działania w odniesieniu do pracowników koncentrowały się na sześciu obszarach:

- budowie kultury różnorodności i włączania,
- dbałości o dobrostan pracowników,
- wzmacnianiu kompetencji lider-skich,
- rozwoju kluczowych umiejętności biznesowych,
- zarządzaniu talentami,
- budowaniu wizerunku atrakcyjnego pracodawcy.

Mówimy o sobie, że jesteśmy prawdopodobnie najlepszym miejscem pracy na świecie i robimy wszystko, by spełnić obietnicę zawartą w tych słowach. Skrupulatne przestrzeganie Kodeksu pracy, dbałość o BHP czy zapewnianie konkurencyjnych wynagrodzeń to dla nas coś oczywistego – jedynie punkt wyjścia dla starań, by wszyscy członkowie naszego zespołu byli w pełni zadowoleni, że pracują właśnie tutaj. W tym celu m.in. zapewniamy im atrakcyjne świadczenia pozapłacowe oraz podejmujemy liczne wysiłki na rzecz ich zdrowia i dobrostanu psychicznego, uwzględniając i doceniając w naszych działaniach różnorodność całego zespołu.



Michał Pertkiewicz,
Wiceprezes ds. personalnych
i administracji

ZGRANA DRUŻYNA

Spędzamy wspólnie czas nie tylko w związku z wykonywaniem codziennych obowiązków. Dla aktywnych co roku organizujemy letnią i zimową rywalizację sportową w konkurencjach indywidualnych i drużynowych, a dla wszystkich niezależnie od sportowego zaangażowania – rodzinne ekopikniki. Gdy ktoś z nas znajdzie się w potrzebie, może liczyć na pomoc koleżanek i kolegów, czego dowodem jest rosnące zaangażowanie zespołu w Carlsbergową Świąteczną Paczkę. W 2023 r. odbyła się już 8. edycja akcji, w ramach której pracownicy koordynowani przez Komitet Społeczny zbierają środki dla swoich koleżanek i kolegów w trudnej sytuacji, a Zarząd podwaja zebraną kwotę. Łączna suma wsparcia wyniosła 82 598 zł.



Sztafeta wiosłarska – Browar Bosman.

O tym, że nasze starania na rzecz pracowników przynoszą dobre owoce, świadczą m.in. otrzymywane przez nas nagrody, tytuły i certyfikaty. W 2023 r.:

Zajęliśmy 1. miejsce w kategorii producentów dóbr konsumpcyjnych nietrwałych oraz 62. miejsce w klasyfikacji ogólnej rankingu magazynu „Forbes” najlepszych pracodawców w Polsce,

Poland's Best Employers.

Zestawienie, w którym tym razem uwzględniono ok. 1900 podmiotów zatrudniających na terenie Polski co najmniej 250 pracowników, odzwierciedla rzeczywistą jakość oferowanych miejsc pracy, gdyż powstaje na podstawie anonimowych ankiet wysyłanych do pracowników.

Wyróżniono nas tytułem

Solidny Pracodawca Roku.

Program wyłania najlepszych pracodawców w Polsce na podstawie takich czynników jak warunki pracy (m.in. respektowanie przepisów BHP i prawa pracy), terminowość wypłat, oferowane warunki socjalne, możliwości indywidualnego rozwoju oraz zewnętrzne i wewnętrzne opinie o firmie (PIP, urzędy pracy, władze i środowisko lokalne, pracownicy itd.).

Otrzymaliśmy od Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Kadrami

certyfikat HR Najwyższej Jakości 2023.

Potwierdza on, że jesteśmy dobrym, wiarygodnym i rzetelnym pracodawcą, który wyznacza trendy w zarządzaniu zasobami ludzkimi.

Nasza firma została laureatem 7. edycji programu

Odpowiedzialny i Przyjazny Pracodawca.

Wyróżnia on przedsiębiorców, którzy szczególnie zaangażowali się w tworzenie przyjaznego środowiska pracy oraz budowanie oszczędności pracowników poprzez efektywne wdrożenie w swoich firmach Pracowniczych Planów Kapitałowych.

Specyfikę poszczególnych stanowisk oraz biuro w Warszawie możecie poznać za pośrednictwem serii krótkich filmów:



Świat pracy w naszej firmie pokazujemy także na Instagramie:



Wyniki badań satysfakcji i zaangażowania pracowników opisaliśmy na str. 90.

DBAŁOŚĆ O DOBROSTAN PRACOWNIKÓW

Od wiosny 2022 r. realizujemy program „Kurs na dobrostan”, który wspiera 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).

Zasadniczym elementem wsparcia jest 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. Na dzień 31 grudnia 2023 r. z platformy aktywnie korzystały 64 osoby.

WRZESIEŃ MIESIĄCEM DOBROSTANU

Pod takim hasłem w 2023 r. zorganizowaliśmy szereg wydarzeń sprzyjających zdrowiu fizycznemu i psychicznemu oraz przynoszących uczestnikom korzyści społeczne. Drużyny Carlsberg Polska dołączyły do Poland Business Run, w ramach którego nie tylko uczestniczyły w wyzwaniami sportowych, ale także wspierały działania charytatywne (środki zebrane z opłat startowych pozwolą pomóc osobom po amputacjach i z innymi problemami w obrębie narządów ruchu oraz po mastektomii). Pracownicy browaru w Sierpcu wraz z najbliższymi wzięli udział w rajdzie rowerowym, browaru w Brzesku w zajęciach pilates, naszego biura w Warszawie w spotkaniu z jogą, a zespół browaru

w Szczecinie – z jogą śmiechu. We wszystkich lokalizacjach gościliśmy strefę MultiSport, w której można było zapoznać się z ofertą zajęć sportowych dostępnych dla naszych pracowników. Dodatkowo w ramach tego programu w Światowy Dzień Wellbeingu zorganizowaliśmy spotkanie z psychologiem zdrowia, który dostarczył wiedzy i narzędzi pomagających w dbaniu o zdrowie psychiczne oraz radzeniu sobie w kontaktach z osobami zmagającymi się z trudnościami w tej sferze. Z kolei podczas spotkania z dietetyczką przeanalizowała ona nasze nawyki żywieniowe i doradziła, jak komponować jadłospis dostosowany do stylu życia.



Zrealizowana w 2023 r., kolejna edycja badania zaangażowania zespołu Carlsberg Polska pokazała, że jednym z obszarów, które powinny mieć najwyższy priorytet, są działania na rzecz dobrostanu pracowników. Mamy nadzieję, że wprowadzane przez nas zmiany pomogą zwiększyć poziom ich zadowolenia z życia i równowagę między życiem zawodowym i prywatnym.



Monika Makowiecka,
Koordynatorka ds.
wynagrodzenia
i administracji personalnej

WSPIERANIE RÓŻNORODNOŚCI I WŁĄCZANIE

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 przeciwdziałamy wszelkim formom dyskryminacji. Tworzymy atmosferę, która sprzyja integracji i sprawia, że każdy może u nas być sobą, czuć się szanowany, zauważony, wysłuchany i bezpieczny. Wiemy, że nasi pracownicy i pracowniczki mają odmienne potrzeby, możliwości oraz doświadczenia. Podejmujemy działania, by usunąć bariery stojące im na drodze.

Nasz sposób myślenia o kulturze organizacyjnej, przywództwie i wyrównywaniu szans najlepiej odzwierciedla przyjęta na poziomie Grupy Carlsberg polityka w zakresie różnorodności, równości i włączania (diversity, equity and inclusion, DE&I). Posiada ona cztery filary.



KOMPLEKSOWE PODEJŚCIE DO ROLI LIDERA/LIDERKI

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.



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.



RÓWNE SZANSE

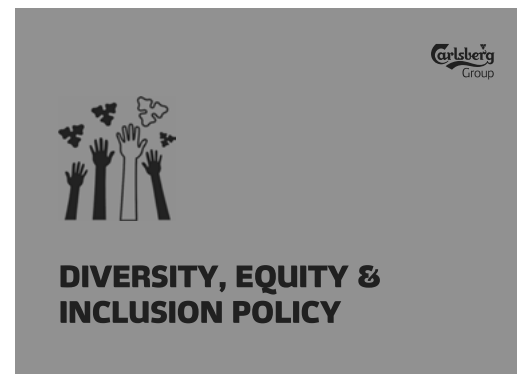
W Grupie Carlsberg każdy, bez względu na tożsamość społeczną, ma te same możliwości. To właśnie poszanowanie różnych perspektyw i bogate doświadczenia pozwalają na osiągnięcie przewagi konkurencyjnej i wzrost naszego biznesu. Takie podejście wymaga od nas zapewnienia równych szans w całej organizacji.



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 i stażystek, jak i dla pracowniczek i pracowników.

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.



Z Polityką Różnorodności, Równości i Włączania Grupy Carlsberg można się zapoznać pod tym adresem.

Do obszaru DE&I podchodzimy w sposób przemyślany i ustrukturyzowany. W tym celu w 2022 r. wspólnie z partnerem zewnętrznym, fundacją Diversity Hub, przeprowadziliśmy kompleksowe badania kultury organizacyjnej, a następnie na podstawie ich wyników opracowaliśmy plan działań na lata 2023-2024.

W 2023 r. m.in.:

- powołaliśmy stały, interdyscyplinarny zespół zadaniowy, który koordynuje działania w omawianej sferze,
- komunikowaliśmy wewnątrz firmy wyniki badań oraz treść planu,
- opracowaliśmy i zrealizowaliśmy cykl edukacyjny dla pracowniczek i pracowników,
- przeprowadziliśmy analizę zasad procesu rekrutacji i dokonaliśmy jego opomiarowania jakościowego,
- eksperymentalnie przeprowadziliśmy osiem rekrutacji z wykorzystaniem „ślepych” CV, tj. z usuniętymi informacjami na temat kandydatów i kandydatek, które mogą w nieświadomiony sposób wpływać na rekruterów/rekruterki,
- rozpoczęliśmy aktywne pozyskiwanie pracowników i pracowniczek z niepełnosprawnościami,
- kontynuowaliśmy program „Kobiecte Szlaki”.

W 2024 r. chcemy:

- zidentyfikować i odpowiedzieć na potrzeby osób neuro różnorodnych i z niepełnosprawnością,
- wprowadzić rozmowy na temat różnorodności, równości szans i włączania jako stały element do agendy spotkań wewnętrznych poszczególnych działów,
- zbudować kompetencje liderów i liderek w zakresie inkluzywnego przywództwa oraz wdrożyć oczekiwania w tym zakresie,
- opracować narzędzie dla liderów i liderek – „Jak wdrażać DE&I na co dzień w zespole”,
- opracować program wsparcia dla pracowniczek i pracowników opiekujących się dziećmi/dorosłymi z niepełnosprawnością,
- opracować procedurę i formy wsparcia dla osób, które doświadczyły molestowania,
- regularnie prowadzić badania poczucia bezpieczeństwa i gotowości zgłaszania zachowań niepożądanych,
- kontynuować promocję współpracy międzypokoleniowej.

W przyszłości mamy zamiar systemowo podjąć m.in. temat wsparcia pracowników i pracowniczek niepełnosprawnych w adaptacji społeczno-kulturowej.

RÓŻNORODNOŚĆ W REKRUTACJI

Jednym z kluczowych obszarów naszych działań na rzecz różnorodności i włączania jest proces rekrutacji:

- uwzględniamy żeńskie nazwy stanowisk w komunikacji do potencjalnych pracowników i pracowniczek,
- monitorujemy nabory pod kątem płci osób aplikujących na poszczególne stanowiska, zapraszanych na rozmowy rekrutacyjne itd.,
- tłumaczymy część ogłoszeń na język ukraiński,
- umieszczamy wybrane ogłoszenia na portalu Flexi.pl, poświęconym pracownikom i pracowniczkom 50+.

W 2023 r.:

- dostosowaliśmy ogłoszenia o pracę adresowane do osób 50+, m.in. pod względem wizualnym i językowym,
- nawiązaliśmy współpracę z Fundacją Aktywizacja i Fundacją BPO, które wspomogą nas w rekrutacji osób z niepełnosprawnościami, a także wspólnie z drugą ze wspomnianych organizacji przeszkoliliśmy menedżerów i menedżerki w zakresie zatrudniania takich pracowników i pracowniczek.

Rozwój kariery zawodowej wymaga uwagi, tak jak sztuka warzenia doskonałego piwa. Dlatego dbamy o pozytywne doświadczenia kandydatek i kandydatów już od samego początku ich drogi w naszej firmie. Co bardzo nas cieszy, mamy dowody na to, że z roku na rok coraz lepiej spełniamy oczekiwania osób, które ubiegają się o pracę w Carlsberg Polska. W 2023 r. wskaźnik rekomendacji netto (NPS) dla procesu rekrutacji wyniósł 71%, co oznacza wzrost aż o 16 pp. w stosunku do 2022 r.



Paweł Abramczyk,
Koordynator ds. rekrutacji
i EB

CZERWIEC MIESIĄCEM RÓŻNORODNOŚCI

W czerwcu 2023 r. w Carlsberg Polska odbył się szereg wydarzeń mających pomóc pracownikom i pracowniczkom lepiej zrozumieć tematykę różnorodności, włączania i równych szans:

- opublikowaliśmy w intranecie nasz wywiad z Katarzyną Ociepką-Miąsik – ekspertką Diversity Hub, która przybliżyła wyniki badania przeprowadzonego w naszej firmie i płynące z nich wnioski,
- zorganizowaliśmy panel dyskusyjny online z naszymi pracowniczkami i pracownikami, poświęcony m.in. oddolnej budowie kultury DE&I oraz intencjom, jakie stoją za poszczególnymi zachowaniami,
- przeprowadziliśmy spotkania fokusowe w każdym z browarów z kilkunastoma pracownikami i pracowniczkami, podczas których wsluchiwaliśmy się w ich głosy na temat budowania otwartego, szanującego i włączającego środowiska pracy, które będą podstawą przyszłych działań firmy,
- zrealizowaliśmy webinar poświęcony różnicom międzypokoleniowym i korzyściom ze współpracy osób w różnym wieku.

Trwa ogromna zmiana społeczna: uczymy się większej uważności na potrzeby innych oraz odkrywamy, jak bardzo się od siebie różnimy i jak wielka może z tego płynąć wartość, także w miejscu pracy. Budowa kultury organizacyjnej opartej na świadomym zarządzaniu różnorodnością i włączaniu wszystkich pracowniczek i pracowników we wszystkie sfery funkcjonowania firmy przynosi wiele korzyści, ale łączy się z nią także wyzwania. Carlsberg Polska w świadomy sposób buduje taką kulturę, a temat DE&I jest tutaj bardzo żywy.



Katarzyna
Ociepka-Miąsik,
ekspertka Diversity Hub

ZAPOBIEGANIE DYSKRYMINACJI I INNYM NADUŻYCIOM

W Carlsberg Polska każdy, bez względu na tożsamość społeczną, kulturową, płeć czy wiek ma gwarantowane te same prawa i możliwości. W firmie funkcjonuje szczegółowa procedura antymobbingowa i antydyskryminacyjna, w której opisano m.in. zakresy odpowiedzialności poszczególnych osób oraz możliwe konsekwencje wyciągane wobec sprawców i sprawczyń naruszeń. Dodatkowe informacje na temat systemu zgłaszania i rozpatrywania nieprawidłowości znajdują się na str. 75 i 77.

Nie dopuszczamy żadnych form molestowania seksualnego, a wszelkie sygnały w tej sprawie traktujemy bardzo poważnie. Chcemy zwiększyć umiejętności pracowniczek i pracowników w zakresie reagowania na niewłaściwe zachowania. W 2023 r. przeprowadziliśmy cykl tematycznych szkoleń. Łącznie wzięty w nim udział 1223 osoby: 211 osób uczestniczyło w warsztatach stacjonarnych, a 1012 w e-learningu.

Pozostałe zrealizowane w 2023 r. działania mające na celu zapobieganie dyskryminacji i innym nadużyciom oraz plany na 2024 r. można znaleźć na str. 61.

O

**POTWIERDZONYCH PRZYPADKÓW
DYSKRYMINACJI, MOLESTOWANIA
LUB MOBBINGU W NASZEJ FIRMIE
W 2023 R.**

O

**ZGŁOSZEŃ INCYDENTÓW
Z POWYŻSZEGO ZAKRESU**

Żelazną zasadą w całej Grupie jest to, że na zróżnicowanie płac na porównywalnych stanowiskach wpływają jedynie długofalowo osiągnięte wyniki indywidualne, doświadczenie (które jest źródłem zwiększonego wkładu w rozwój Carlsberg) i unikalne zdolności. Na wysokość wynagrodzenia nie wpływają natomiast cechy demograficzne czy osobiste: płeć, wiek, rasa, pochodzenie etniczne, narodowość, religia, wyznanie, światopogląd, poziom sprawności, orientacja seksualna czy tożsamość płciowa.

W ramach corocznego procesu podwyżkowego bierzemy pod uwagę obiektywne, niedyskryminujące kryteria, którymi są odległość płacy od mediany w danej grupie zaszerogowania oraz poziom zaangażowania pracownika /pracowniczki i uzyskany wynik oceny pracowniczej. Mamy jawny taryfikator płac. Każdy może zobaczyć, jak kształtuje się jego wynagrodzenie w odniesieniu do minimum, maksimum czy mediany w danej kategorii płacowej. Dodatkowo co roku przeprowadzamy szczegółowe badanie luki płacowej (tzw. gender pay gap).

Treść porozumienia płacowego jest każdorazowo uzgadniana ze związkami zawodowymi.

KOBIECE SZLAKI

W 2022 r. zainicjowaliśmy program „Kobiece Szlaki”, który 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 wszystkim zatrudnionym różnic w punktach widzenia i aspiracjach obu

płci. W 2023 r. program był kontynuowany – w jego ramach odbyły się dwa kolejne wydarzenia.

Jolanta Gieniec-Biegańska, Wiceprezesa Zarządu ds. finansowych, podzieliła się ze słuchaczkami i słuchaczami doświadczeniami

z wczesnych etapów kariery zawodowej, kiedy nauczyła się, że można pełnić odpowiedzialne stanowiska i zarządzać ludźmi, a jednocześnie być dla nich ciepłym i życzliwym. Opowiedziała także o roli przełożonego w sytuacjach trudnych dla pracowniczek i pracowników oraz o ciągłym uczeniu się od innych.

Ponieważ program jest m.in. po to, aby zrywać ze stereotypowym myśleniem oraz szukać uniwersalnych inspiracji i rozwiązań, kolejnym gościem był mężczyzna, Prezes Zarządu Carlsberg Polska Mieszko Musiał. Mówił on m.in. o „kobiecy pierwiastku”, stereotypie macho i męskich wrażliwościach, o tym, jak mężczyźni mogą wspierać kobiety w karierze zawodowej, ale i o tym, jak nie zwariować w trudnych chwilach.

W obu spotkaniach wzięło udział łącznie ponad 500 osób.



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. 95).



WYWARZONE DUETY

Aby pokazać, jak owocna może być współpraca osób w bardzo różnym wieku, w 2023 r. zainicjowaliśmy akcję Wywarzone Duety. W jej ramach pary międzypokoleniowe łączące generację Z i osoby 50+ wypracowywały pomysły na projekty, których realizacja pozwoliłaby zmienić ich miejsce pracy na jeszcze lepsze.

Zgłoszono 25 inicjatyw, z których komisja konkursowa wyłoniła 17, a następnie pracownicy w internetowym głosowaniu wskazali najbardziej im potrzebne. Członkowie zwycięskich duetów otrzymali nagrody, a ich projekty doczekają się realizacji. Są to:

- projekt miejsca do odpoczynku i integracji, czyli pokoju relaksu, który dla browaru w Brzesku opracowali Andrzej (64 l.) i Patryk (28 l.),
- inicjatywa zastąpienia wody butelkowanej bieżącą wodą z lokalnych źródeł, z którą wyszli w Sierpcu Angelika (26 l.) oraz Paweł (51 l.),
- QA-rsberg, czyli aplikacja dla pracowników Carlsberg Polska do dzielenia się wiedzą i historiami, którą wymyślili Zuzanna (26 l.) i Stanisław (51 l.) z naszego biura w Warszawie.

➤ **Więcej na temat zwycięskich projektów oraz międzypokoleniowe rozmowy pracowników Carlsberg Polska można znaleźć na stronie wywarzoneduety.pl.**

Kategorie projektów



Inspirujące
Przestrzenie

Zaproponuj zmiany w przestrzeni Twojego miejsca pracy. Mogą obejmować wygląd części wspólnych lub poprawę ich funkcjonalności. W tej kategorii docenimy odwołania do historii piwowarstwa, jak i do współczesnych trendów aranżacji wnętrz.



Tradycja
Bezpieczeństwa

Stwórz jeszcze bezpieczniejsze miejsce pracy. To jedna z naszych najważniejszych wartości i jesteśmy uważni na wszelkie wskazówki pomagające zadbać o pracowników. Skorzystaj z doświadczenia starszych pokoleń i połącz je z dobrymi praktykami BHP w innowacyjny sposób.



Niezwykłe
Historie

Historie i doświadczenia pracowników są najlepszym źródłem wiedzy dla świeżo zatrudnionych. Chcemy przekazywać je dalej z pokolenia na pokolenie! Opracuj sposób na promowanie dziedzictwa Carlsberg z myślą o nowych osobach w naszych zespołach.



Zielona
Przyszłość

Zmieniamy Carlsberg dla kolejnych pokoleń. Rozwiń działania na rzecz ludzi i środowiska. Zadbaj na przykład o ograniczenie produkcji odpadów, zużycia wody czy zdrowie i dobre samopoczucie innych. Zadbaj o wspólną przyszłość w duchu zrównoważonego rozwoju.



ROZWÓJ TALENTÓW I KOMPETENCJI LIDERSKICH

GRI 404-1, 404-2

Wszystkim naszym pracownikom zapewniamy możliwość wszechstronnego rozwoju. Służą temu m.in. szkolenia otwarte, dostęp do zdalnej platformy szkoleniowej oraz materiałów edukacyjnych i inspiracyjnych w intranecie (publikowanych m.in. na stronie Strefa Lidera), programy dla liderów oraz programy rozwoju konkretnych kompetencji, adresowane do określonych grup stanowisk.

Najważniejsze działania realizowane w 2023 r.:

- pierwsza edycja autorskiego programu szkoleniowego Rozwiń Liderские Żagle,
- wdrożenie zaprojektowanego w 2022 r. programu mentoringowego,
- kontynuacja globalnych akademii rozwoju,
- kontynuacja programu podnoszenia kwalifikacji operatorów maszyn.

ROZWIŃ LIDERSKIE ŻAGLE

W ramach wspomnianego programu zaoferowaliśmy zaproszonym pracownikom o potencjale na lidera 5 modułów szkoleniowych, zawierających łącznie 15 szkoleń z zakresu przywództwa i kompetencji miękkich. Premierową edycję ukończyło 18 osób, w tym 6 z wyróżnieniem. Spotkała się ona z bardzo pozytywnym odzewem uczestników oraz ich przełożonych, m.in. dzięki połączeniu przekazywania wiedzy teoretycznej

przez trenerów zewnętrznych z dzieleniem się praktycznymi doświadczeniami przez liderów naszej firmy. Na 2024 r. planowana jest druga edycja programu.

PROGRAM MENTORINGOWY

W 2023 r. wdrożyliśmy program mentoringowy dla zespołu Top 60. Przez 6 miesięcy 21 ambitnych reprezentantów różnych obszarów firmy otrzymywało wsparcie w rozwoju w postaci indywidualnych spotkań z przydzielonymi liderami. Pary dobierane były na podstawie obszarów, nad którymi chcieli pracować mentee oraz zakresu możliwego wsparcia zadeklarowanego przez mentorów. Zwracaliśmy również uwagę na to, aby tworzyć połączenia między osobami z różnych jednostek biznesowych, co zostało bardzo dobrze przyjęte zarówno przez mentorów, jak i mentee. Cała inicjatywa została bardzo wysoko oceniona przez odbiorców wsparcia (średnia ocen 4,4/5), co przełożyło się na duży poziom ich zaangażowania (średnia ocena tego aspektu przez mentorów wyniosła 4,6/5).

Czerpiąc lekcje z pilotażowej edycji programu i inspirując się pomysłami płynącymi od jego uczestników zamierzamy zrobić kolejny krok w budowaniu kultury mentoringu w naszej organizacji – będzie nim stworzenie otwartego Forum Mentorów. Ta formuła programu zakłada m.in. dowolność tworzenia par w ramach zespołu Top 60.

MOŻLIWOŚCI ROZWOJU KARIERY W RAMACH GRUPY CARLSBERG

Członkowie naszych zespołów, po pomyślnym przejściu procesu rekrutacji wewnętrznej, mogą korzystać z trzech opcji czasowej zmiany miejsca wykonywania pracy, pozwalającej na wymianę doświadczeń, poszerzenie wiedzy biznesowej, zwiększenie świadomości kulturowej oraz integrację. Są to:

- wymiana krótkoterminowa, trwająca do 18 miesięcy,
- wymiana długoterminowa, trwająca od 18 do 36 miesięcy,
- transfer międzynarodowy w ramach Grupy Carlsberg, nieograniczony czasowo.

Akademie rozwoju

Międzynarodowy zasięg Grupy Carlsberg stwarza naszym pracownikom możliwość uczestnictwa w globalnych programach rozwojowych. Przykładem takiego programu jest Leadership Academy, której celem jest wzmacnianie kompetencji przywódczych w oparciu o najnowsze badania i modele zarządzania. Ma ona na celu także wspieranie efektywności liderów bazując na Role Model Manager Carlsberg.

34

PRACOWNIKÓW CARLSBERG POLSKA
W 2023 R. WZIĘŁO UDZIAŁ
W WARSZTATACH ZORGANIZOWANYCH
W RAMACH LEADERSHIP ACADEMY

2023

15,5

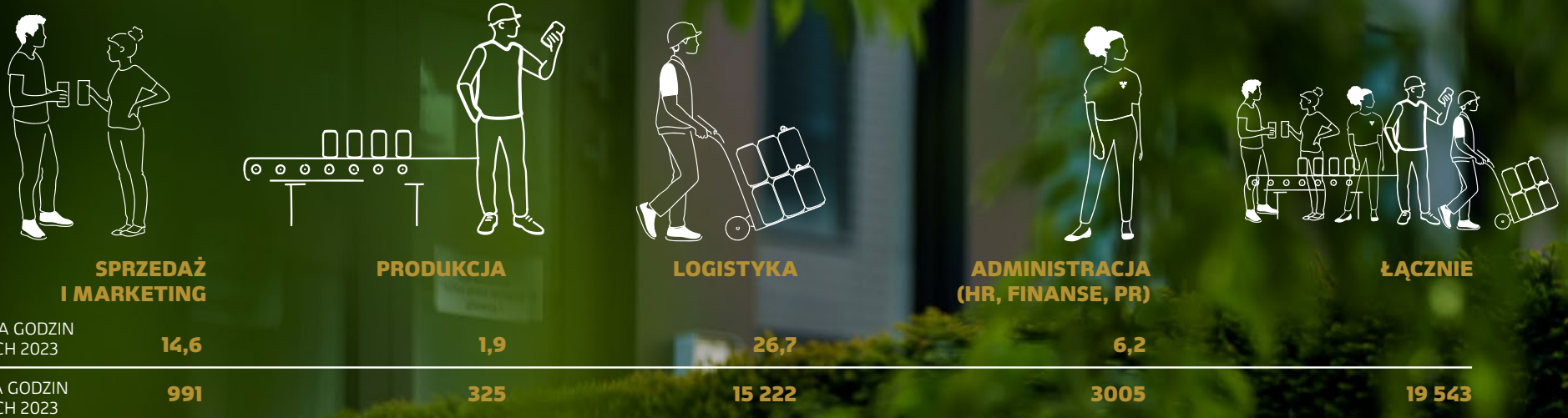
średnia liczba godzin
szkoleniowych
przypadająca
na osobę zatrudnioną

16,3

średnia liczba godzin
szkoleniowych
przypadająca
na pracowniczkę

14,6

Średnia liczba godzin
szkoleniowych
przypadająca
na pracownika



W celu umożliwienia pracownikom rozwoju kompetencji językowych, zapewniliśmy im dostęp do platformy edukacyjnej online. W jej ramach w formie krótkich lekcji (gier, quizów) mogą oni szlifować języki: angielski, niemiecki, hiszpański oraz włoski. Na dzień 31 grudnia 2023 r. zarejestrowanych na platformie było 375 członków naszego zespołu.

UDZIELANIE INFORMACJI ZWROTNYCH

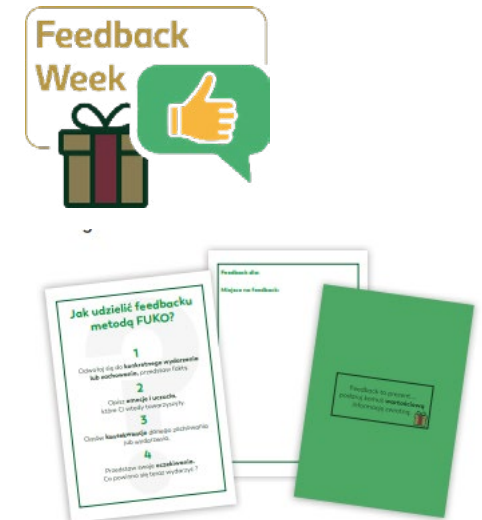
GRI 404-3

Ważnym aspektem indywidualnego rozwoju jest uzyskiwanie informacji zwrotnej od przełożonych i współpracowników, obejmującej w szczególności ocenę poziomu realizacji indywidualnych celów oraz ocenę zachowań pracownika w kontekście Kultury 3A (więcej na str. 70). 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. Przy różnych okazjach podkreślamy, że korzystanie z feedbacku na co dzień jest proste, pomaga nam się rozwijać, a ponadto może stanowić wyraz wdzięczności dla innych za ich wsparcie.

W 2023 r. ocenę roczną za 2022 r. otrzymali wszyscy nasi pracownicy.

Feedback Week

W dniach 13-17 listopada 2023 r. pierwszy raz zorganizowaliśmy w naszej firmie Feedback Week, czyli tydzień informacji zwrotnej. W tym czasie podzielił się z pracownikami poradami w zakresie efektywnego korzystania z takich informacji, przeprowadziliśmy 5 szkoleń i warsztatów tematycznych dla 68 osób oraz zachęcaliśmy wszystkich zatrudnionych do rozmów feedbackowych przy herbacie. W czasie wydarzenia został przygotowany zbiór dobrych praktyk oraz edytowalna ulotka feedbackowa, z których członkowie naszych zespołów mogą korzystać na co dzień przy przekazywaniu sobie informacji zwrotnych.



BUDOWANIE WIZERUNKU ATRAKCYJNEGO PRACODAWCY

W 2023 r. nasze najważniejsze działania z zakresu budowania marki pracodawcy (employer branding) stanowią:

- realizacja programu ambasadorskiego,
- udział w licznych targach pracy w kluczowych lokalizacjach w całej Polsce,
- odświeżenie wyglądu i zawartości strony WWW poświęconej możliwościom rozwoju kariery w Carlsberg Polska (znajduje się ona [tutaj](#)),
- pokazywanie studentom browaru jako bezpiecznego, nowoczesnego i atrakcyjnego miejsca pracy,
- prowadzenie na Instagramie profilu CarlsbergPolskaToMy.



Program ambasadorski dla studentów

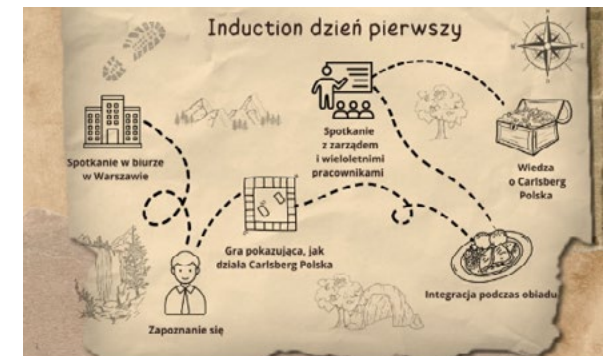
Celem programu „Jasne zasady, pełne zadowolenie” jest rozpropagowanie Carlsberg Polska jako atrakcyjnego pracodawcy umożliwiającego rozpoczęcie kariery zawodowej w różnych obszarach, nie tylko produkcyjnych. Rolą ambasadorów jest bycie łącznikiem pomiędzy nami a społecznościami akademickimi w pobliżu naszych browarów i biur, co pozwala szybciej reagować na zmieniające się oczekiwania nowego pokolenia, a w przyszłości umożliwi stworzenie programu stażowego dostosowanego do potrzeb osób dopiero wchodzących na rynek pracy. Ambasadorzy zachęcają do zapoznania się z naszą ofertą rekrutacyjną poprzez aktywność w mediach społecznościowych oraz organizację wydarzeń.

W 2023 r. pozyskaliśmy 7 ambasadorów i ambasaderek na co dzień uczących się w Warszawie, Krakowie, Ciechanowie, Szczecinie, Toruniu i Rawie Mazowieckiej i aktywnych w kołach oraz organizacjach studenckich, którzy wspierali nas w kontakcie z rówieśnikami. W sierpniu zakończyliśmy pierwszą edycję programu i z tej okazji wszyscy ambasadorzy zostali zaproszeni na jego podsumowanie. Troje najbardziej aktywnych otrzymało ofertę pracy w Carlsberg Polska, z której dwie osoby zdecydowały się skorzystać. Pod koniec roku rozpoczęliśmy drugą edycję programu, którą realizujemy na uczelniach wyższych w Warszawie, Szczecinie, Krakowie, Toruniu oraz Płocku.

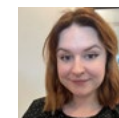
Dobry początek w Carlsberg Polska

Wiosną 2023 r. reaktywaliśmy cykl wydarzeń dla nowych pracowników naszych browarów i magazynów. Dbamy, by efektami procesu onboardingowego było dobre samopoczucie nowo zatrudnionych oraz szybkie zrozumienie przez nich charakterystyki firmy i specyfiki przewidzianych dla nich zadań. Dlatego wspomniane spotkania prowadzą dyrektorzy browarów, którzy opowiadają o misji Carlsberg Polska i strategii SAIL'27, a także ich doświadczeni pracownicy, którzy realizują warsztaty poświęcone naszej kulturze jakości, kulturze bezpieczeństwa pracy oraz planowaniu produkcji i pakowania. Atrakcją są wycieczki, podczas których można zobaczyć m.in. proces warzenia piwa oraz spróbować naszych produktów.

Jednocześnie odświeżyliśmy formułę analogicznych spotkań dla nowo zatrudnionych w naszym biurze w Warszawie oraz w obszarze sprzedaży. W ich ramach członkowie Zarządu witają osoby zaczynające pracę w Carlsberg Polska i prezentują im założenia SAIL'27.

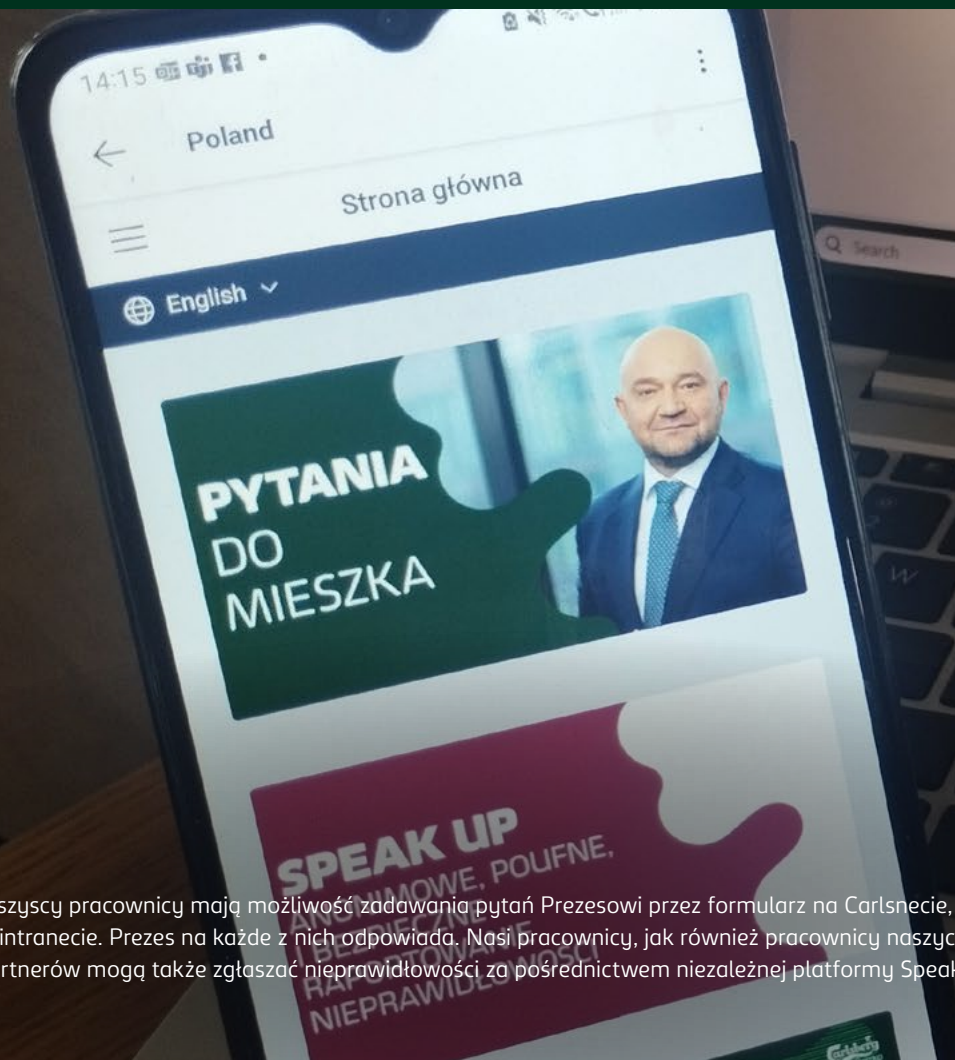
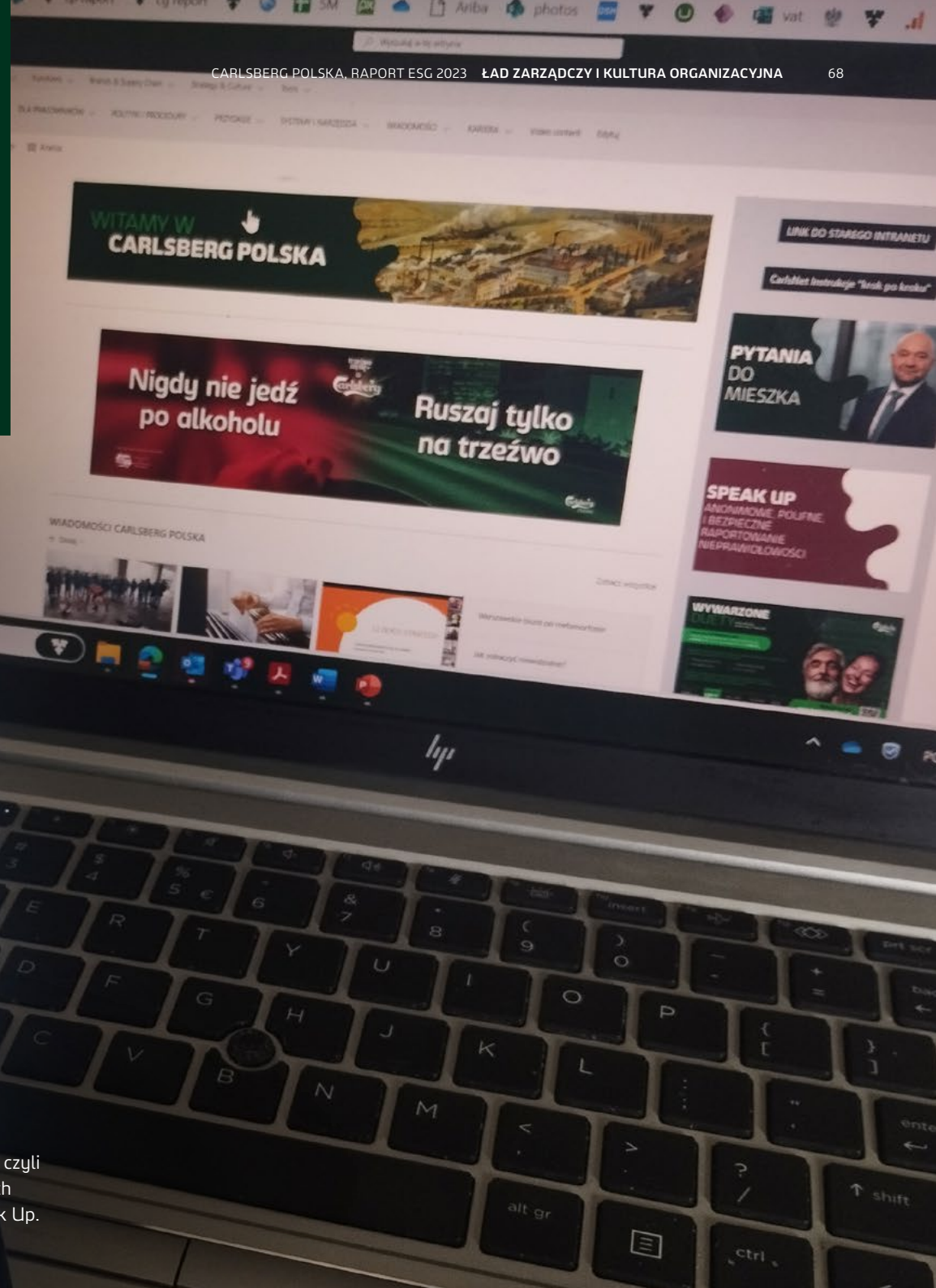


Niesamowita energia, świetna zabawa, inspirujący ludzie i duża dawka informacji – tak opisałabym dwa dni wprowadzenia w pracę w Carlsberg Polska. Zdobycie wiedzy o organizacji, jej produktach i związanych z nimi wyzwaniach oraz poznanie kolejnych osób sprawiło, że teraz czuję się już częścią firmy. Jednocześnie doskonale się bawiłam z ludźmi z różnych działów, z różnymi doświadczeniami i w różnym wieku. Do tego świetni prowadzący! Takie spotkania zawsze są inspirujące, nie tylko w wymiarze zawodowym, ale i prywatnym.



Agnieszka Kwiatkowska,
Stażystka w dziale komunikacji

ŁAD ZARZĄDCZY I KULTURA ORGANIZACYJNA



Wszyscy pracownicy mają możliwość zadawania pytań Prezesowi przez formularz na Carlsneicie, czyli w intranecie. Prezes na każde z nich odpowiada. Nasi pracownicy, jak również pracownicy naszych partnerów mogą także zgłaszać nieprawidłowości za pośrednictwem niezależnej platformy Speak Up.

ŁAD ZARZĄDCZY I KULTURA ORGANIZACYJNA

GRI 2-1, 2-9, 2-10

Carlsberg Polska prowadzi działalność w formie dwóch spółek: Carlsberg Supply Company Polska SA oraz zależnej od niej Carlsberg Polska sp. z o.o. Pierwszy z wspomnianych podmiotów jest producentem piwa, drugi realizuje jego sprzedaż, a także funkcje marketingowe, finansowe i kadrowe.

Organ władzy wykonawczej w Carlsberg Polska sp. z o.o. stanowi Zarząd. Jest on powoływany przez Radę Nadzorczą, która sprawuje nad nim nadzór. Członków Rady Nadzorczej nominuje jedyny udziałowiec spółki – Carlsberg Breweries A/S.

W prowadzeniu spraw firmy Zarząd wspiera 11-osobowa grupa kierowników (tzw. zespół Green Ocean) oraz 70-osobowy zespół pracowników reprezentujących różne obszary i szczeble organizacji. Taki model zarządzania pozwala łączyć różnorodne perspektywy, doświadczenia i kompetencje, co sprzyja podejmowaniu trafnych decyzji oraz twórczemu planowaniu rozwoju.

Na dzień 31 grudnia 2023 r. skład Zarządu naszej firmy tworzyli:



Mieszko Musiał

**PREZES ZARZĄDU
CARLSBERG POLSKA SP. Z O.O.**



Agata Koppa

**DYREKTORKA DS.
KORPORACYJNYCH I ESG
PROKURENTKA
CARLSBERG POLSKA
SP. Z O.O.**



**Jolanta
Gieniec-Biegańska**

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



Michał Pertkiewicz

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



Joanna Glonek

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



Marek Krzysztoporski

**WICEPREZES
DS. ZINTEGROWANEGO
ŁAŃCUCHA DOSTAW
GRUPA CARLSBERG POLSKA**

**PREZES ZARZĄDU
CARLSBERG SUPPLY
COMPANY POLSKA SA**



Michał Jankowski

**CZŁONEK ZARZĄDU
CARLSBERG SUPPLY
COMPANY POLSKA SA**

**DYREKTOR BROWARU
KASZTELAN**

CZŁONKÓW ZARZĄDU POWOŁUJE RADA NADZORCZA, PODEJMUJĄC UCHWAŁY NA PODSTAWIE POSTANOWIEŃ UMOWY SPÓŁKI I PRZEPISÓW PRAWA.

1 Akcjonariat ma charakter pośredni: Carlsberg Breweries A/S jest jedynym akcjonariuszem Carlsberg Supply Company Polska SA, która to spółka jest jedynym udziałowcem Carlsberg Polska sp. z o.o.

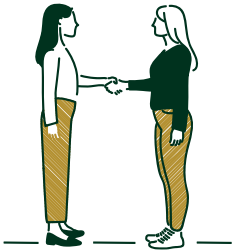
WARTOŚCI GRUPY CARLSBERG

Mamy jasną wizję postępowania we wszystkich sytuacjach. Pielęgnowujemy Kulturę 3A, na którą składają się Alignment (uzgadnianie), Accountability (odpowiedzialność) oraz Action (działanie). Aby ułatwić ich stosowanie w praktyce, każda z powyższych wartości została opisana za pomocą trzech atrybutów.

ALIGNMENT

(Uzgadnianie)

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



Idziemy ze sobą ramię w ramię, dlatego zawsze uzgadniamy wspólny kierunek działań. Rozumiemy wzajemnie nasze cele i pomagamy sobie je osiągać. Jest to możliwe dzięki dbaniu o wysoki standard współpracy, oparty na konstruktywnym dialogu. Jesteśmy świadomi naszego wpływu na codzienność. Dzięki uzgadnianiu podejmujemy najlepsze możliwe decyzje, precyzujemy ustalenia oraz współdziałamy w ramach zespołu.

ACCOUNTABILITY

(Odpowiedzialność)

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



Jesteśmy odpowiedzialni za ludzi, nasze produkty i wpływ na środowisko oraz otwarci na dialog. Z zaangażowaniem realizujemy swoje cele i myślimy jak jeden zespół.

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.



Rozwijamy się poprzez działanie. Pracujemy w międzydziałowym zespole. Budujemy na naszej różnorodności, wzajemnie się uzupełniając. Mamy przestrzeń, by wspólnie realizować duże i ambitne przedsięwzięcia. Zróżnicowane umiejętności napędzają naszą innowacyjność, za którą idą możliwości rozwoju zawodowego.

Jesteśmy zaangażowani społecznie. Globalna siła Carlsberg Polska ma źródła w lokalności. Jest ona nieodłączną częścią naszej misji warzenia dla lepszego dziś i jutra.

ZASADY POSTĘPOWANIA

W całej Grupie Carlsberg obowiązuje jeden wspólny Kodeks Etyki i Postępowania.

Zapisano w nim m.in.:

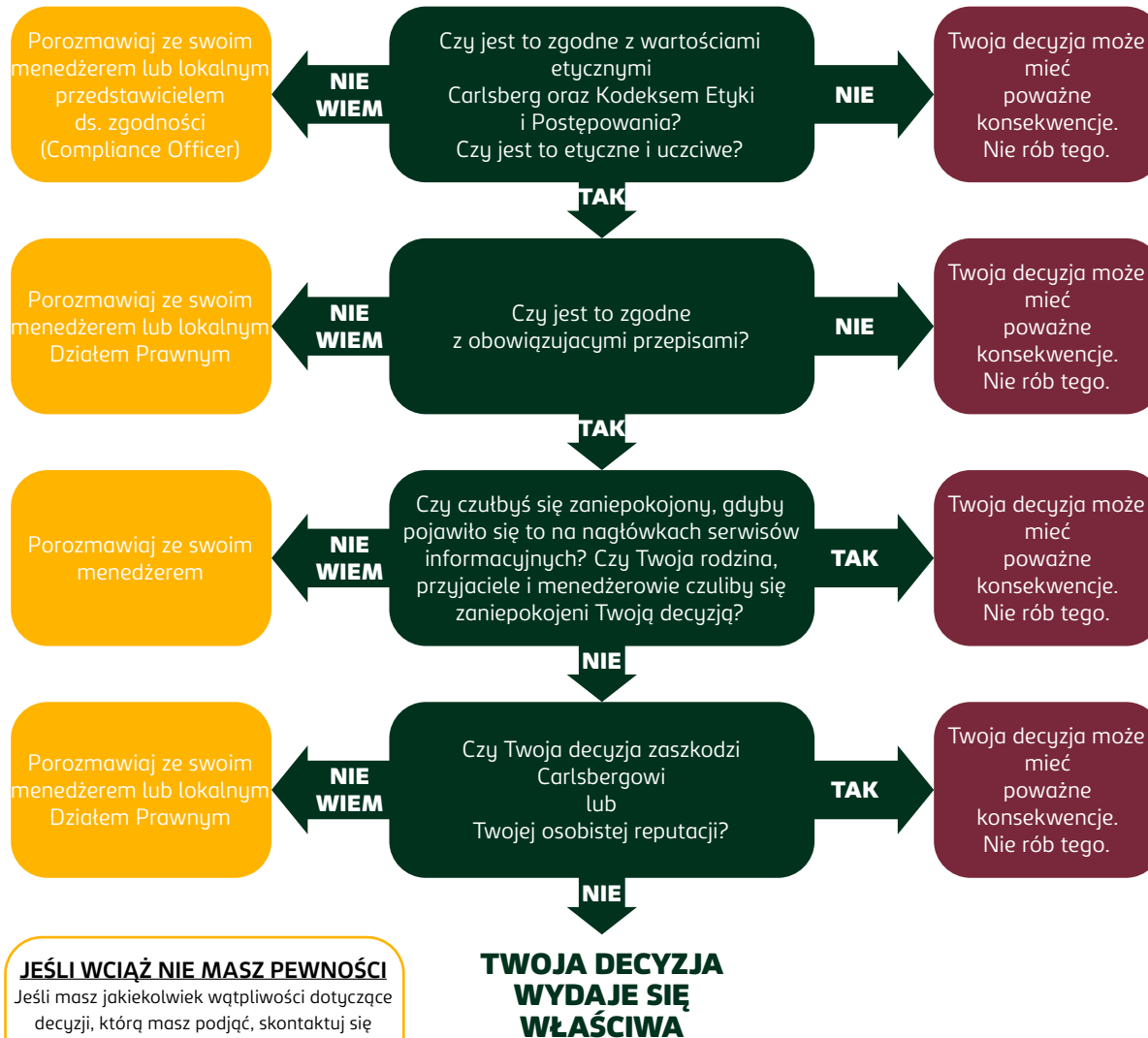
- podstawowe wymagania wobec naszych pracowników i osób, z którymi współpracujemy, w sferze przestrzegania prawa i wartości etycznych,
- przewodnik rekomendowanych i zakazanych praktyk, uwzględniający wnioski z dotychczas stwierdzonych niezgodności,
- przewodnik pomagający w podejmowaniu decyzji w sytuacjach, w których właściwe postępowanie może być niejasne,
- dane kontaktowe osób odpowiedzialnych za poszczególne obszary.

Dokument wyznacza cztery najważniejsze normy obowiązujące wewnątrz organizacji, którymi są:

- **uczciwość**, czyli mówienie prawdy sobie i innym,
- **zgodność z obowiązującymi regułami**, czyli przestrzeganie prawa, polityk i procedur firmy oraz wewnętrznych ustaleń,
- **poczucie odpowiedzialności**, czyli właściwe postępowanie także wówczas, gdy jest to trudne,
- **szacunek wobec innego człowieka**, czyli tolerancja, empatia i docenianie różnic.

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.



JEŚLI WCIAŻ NIE MASZ PEWNOŚCI

Jeśli masz jakiegokolwiek wątpliwości dotyczące decyzji, którą masz podjąć, skontaktuj się ze swoim menedżerem, lokalnym przedstawicielem ds. zgodności (Compliance Officer) lub lokalnym Działem Prawnym.

CARLSBERG EXCELLENCE

W 2023 r. dla wspierania strategii SAIL'27 skupiliśmy się na prostym, ujednoczonym i skutecznym sposobie pracy – Carlsberg Excellence. Ma on solidny fundament składający się z trzech elementów, które stanowią Zone Management (Zarządzanie strefą), Performance Management (Zarządzanie wydajnością) oraz Organizational Management (Zarządzanie organizacją). Wszystkie one pomagają w doskonaleniu naszych standardów operacyjnych, wykorzystywaniu możliwości oraz maksymalizacji wydajności.

Zone Management – obejmuje fizyczne strefy, w których pracujemy i procesy, z których korzystamy.

Performance Management – opisuje sposób, w jaki zarządzamy naszymi wynikami oraz różne sposoby ich polepszania.

Organizational Management – koncentruje się na ludziach, w szczególności na umożliwianiu każdemu rozwoju umiejętności oraz budowie solidnej kultury przywództwa.



➤ **Z Kodeksem Etyki i Postępowania możesz zapoznać się pod tym adresem.**

Wymagania wobec naszych partnerów w zakresie etyki opisano na str. 76.

CIĄGŁE DOSKONALENIE

GRI 3-3, Własny 2

Istotną częścią naszej tożsamości jest nieustające dążenie do innowacji i ulepszeń. Kluczem do doskonałości jest dla nas praktyczne doświadczenie i kreatywność pracowników, dlatego realizujemy proces Kaizen. Polega on na zgłaszaniu przez nich pomysłów (tzw. inicjatyw) na usprawnienia w poszczególnych obszarach (ludzie, jakość, serwis oraz koszty). Służy do tego specjalna aplikacja, a najlepsze pomysły są nagradzane i wdrażane.



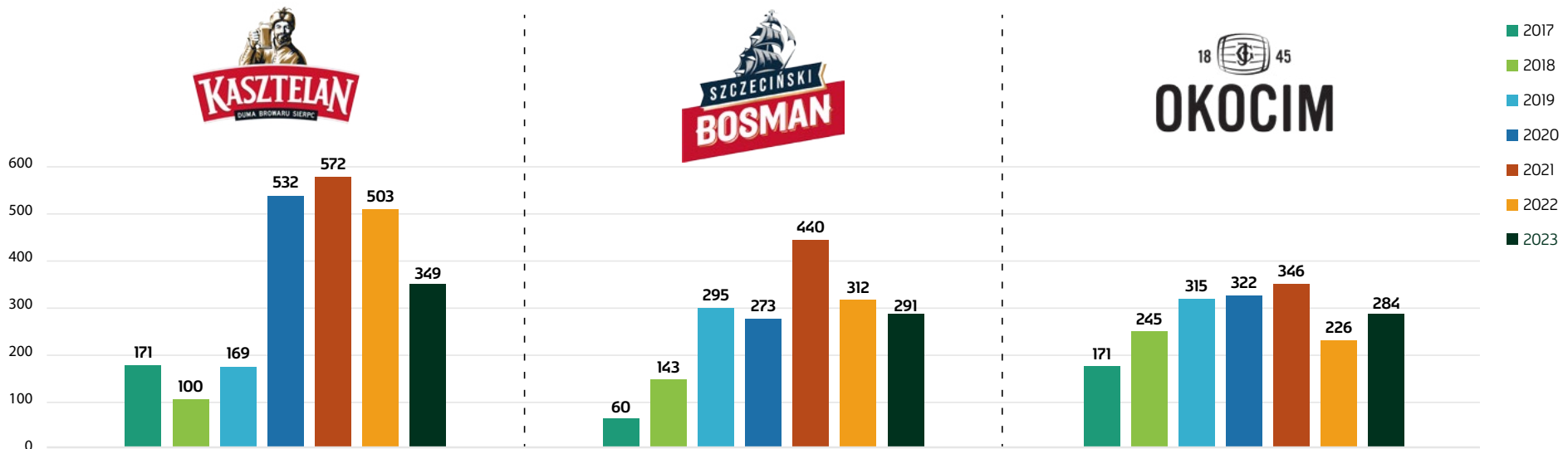
W 2023 r. zainicjowaliśmy akcje promujące proces Kaizen, ściśle powiązane z priorytetami biznesowymi firmy. Pracownicy mogli otrzymać dodatkowe nagrody:

- w pierwszym półroczu za inicjatywy w zakresie optymalizacji zużycia energii elektrycznej, pary oraz wody, a także za pomysły wykorzystujące elementy zarządzania wizualnego na stanowisku pracy,
- w drugim półroczu promowane były kaizeny mające na celu eliminację źródeł zabrudzeń i liczby miejsc trudnodostępnych na obszarach produkcyjnych.

Łączna wartość nagród przyznanych autorom najlepszych inicjatyw wyniosła niemal 20 tys. zł.

Ponadto w 2023 r. rozpoczęliśmy pracę nad implementacją systemu Kaizen w obszarach innych niż produkcja.

Łączna liczba kaizenów w browarach Carlsberg Polska w latach 2017-2023



ZARZĄDZANIE RYZYKIEM

W całej Grupie Carlsberg obowiązują jednolite, kompleksowe zasady zarządzania ryzykiem, dla których ramy tworzy tematyczna polityka. Gwarantując one ciągłość i bezpieczeństwo działania naszej firmy, a więc także osiąganie obranych celów strategicznych, gdyż pozwalają na efektywną identyfikację zagrożeń wewnętrznych oraz niekorzystnych zmian w otoczeniu. Umożliwia to zapobieganie ryzykom, a w przypadku ich materializacji skuteczną minimalizację skutków.

Pierwszy etap analizy ryzyk ma formę warsztatów funkcyjnych w poszczególnych obszarach naszej działalności, podczas których identyfikowane są ryzyka i ustaleni ich właściciele. Drugi etap ma charakter międzypespółowy, a jego celem jest określenie czynników ryzyka, jego wycena (tj. oszacowanie kosztów w przypadku urzeczywistnienia) oraz ustalenie metod minimalizacji poszczególnych ryzyk oraz sposobów postępowania w przypadku ich urzeczywistnienia. Za przygotowanie i realizację

wspomnianych planów odpowiadają właściciele ryzyk, do których należy także monitorowanie czynników, których zmiany przekładają się na istotność danego ryzyka. Identyfikacja ryzyk jest integralnym elementem wszystkich kluczowych procesów biznesowych – od 3-letniego planowania finansowego po operacyjne zarządzanie ciągłością działania. Raz na kwartał odbywa się przegląd tych spośród zidentyfikowanych ryzyk, które uznano za istotne z punktu widzenia realizacji strategii spółki.

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



ZGODNOŚĆ Z PRAWEM I REGULACJAMI WEWNĘTRZNYMI

Najważniejsze regulacje wewnętrzne obowiązujące w całej Grupie Carlsberg, podlegające przeglądowi raz na dwa lata, stanowią poza Kodeksem Etyki i Postępowania:

- Polityka przeciwdziałania korupcji i łapownictwu,
- Polityka zgodności z przepisami ochrony konkurencji,

- Polityka prywatności i ochrony danych osobowych,
- Polityka sankcji handlowych.

Ich aktualne wersje, jak również inne ważne polityki Grupy, można znaleźć pod [tym adresem](#). Wszyscy nowi pracownicy pisemnie zobowiązują się do ich przestrzegania.

W celu zapewnienia zgodności funkcjonowania firmy z prawem i wewnętrznymi regulacjami realizowane są kontrole. Zasady ich przeprowadzania określa dokument wspólny dla całej Grupy Carlsberg, Legal & Compliance Control Framework, a ich efekty są raportowane na koniec kwartału i roku do grupowej jednostki Legal & Compliance. Najważniejsze obszary podlegające kontroli to analiza ryzyka i wdrożenie na jej podstawie

planu compliance. Za realizację kontroli i raportowanie ich wyników, a ponadto za podejmowanie działań poprawiających efektywność i skuteczność kontroli, odpowiada Dyrektor ds. prawnych i podatkowych.

GRI 2-27

Niezgodności o krytycznym znaczeniu, np. wykryte w toku kontroli lub zgłoszone za pośrednictwem mechanizmów sygnalizowania potencjalnych nieprawidłowości, kierowane są do Zespołu Zarządzania Kryzysowego, któremu przewodniczy Dyrektor Działu Audytu Wewnętrznego i Rozwoju Procesów Biznesowych, a w jego skład wchodzi ponadto Dyrektor ds. korporacyjnych i ESG oraz Dyrektor ds. prawnych i podatkowych. Postępowanie w odniesieniu do tej kategorii niezgodności określa Polityka Zarządzania Kryzysowego oraz powiązany z nią podręcznik.

10 **NIEZGODNOŚĆ O KRYTYCZNYM ZNACZENIU (DOTYCZYŁA RYZYKA WEWNĘTRZNEGO) STWIERDZONYCH PRZEZ ODPOWIEDNIE INSTYTUCJE, ISTOTNYCH PRZYPADKÓW NIEZGODNOŚCI DZIAŁAŃ CARLSBERG POLSKA Z PRAWEM I REGULACJAMI W 2023 R.**

Najważniejsze działania w sferze compliance w 2023 r.:

- Cykliczne szkolenia i okresowe aktywności komunikacyjne budujące świadomość pracowników, w tym:
 - szkolenia dotyczące regulacji prawnych implementujących w Polsce tzw. dyrektywę Omnibus i zwiększających poziom ochrony praw konsumentów,
 - szkolenia dla pracowników działu marketingu dotyczące Rekomendacji Prezesa UOKiK dotyczących oznaczania treści reklamowych przez influencerów w mediach społecznościowych.
- Realizacja kontroli w obszarze compliance zgodnie z grupowym planem kontroli.
- Przekrojowy audyt przeprowadzony przez Dział Audytu Grupy Carlsberg i dotyczący raportowania zgodnie z Legal & Compliance Control Framework.
- Wdrożenie narzędzia do weryfikacji, zatwierdzania, podpisywania i archiwizacji umów z wbudowanymi mechanizmami kontroli zgodności z przepisami prawa oraz wewnętrznymi regulacjami.
- Wdrożenie procesu i procedury kontroli trzeźwości pracowników.

Proces weryfikacji kontrahentów pod kątem compliance opisano na str. 80.

OCHRONA DANYCH KLIENTÓW

GRI 3-3, 418-1

Szanujemy prywatność naszych klientów i dbamy o bezpieczeństwo ich danych, w czym kierujemy się obowiązującymi przepisami oraz Polityką prywatności i ochrony danych osobowych, wspólną dla całej Grupy Carlsberg. Spełniamy wszystkie wymogi nałożone przez RODO, monitorujemy przestrzeganie prawa ochrony danych osobowych oraz wyznaczaliśmy osobę będącą punktem kontaktowym we wszystkich sprawach z tego obszaru, także dla klientów. Można się z nią kontaktować pod adresem daneosobowe@carlsberg.pl.

Z pracownikami oraz podmiotami zewnętrznymi, z którymi podejmujemy współpracę, zawieramy umowy o poufności (lub stosujemy klauzule zachowania poufności) oraz umowy powierzenia przetwarzania danych osobowych. Dostęp personelu Carlsberg Polska do danych osobowych klientów firmy jest ograniczony do zakresu wynikającego z pełnionych funkcji. Systemy informatyczne przetwarzające dane osobowe posiadają niezbędne ograniczenia dostępu i zabezpieczenia, a ponadto okresowo podlegają audytom. Co więcej, zdefiniowaliśmy i wdrożyliśmy zasady dotyczące zabezpieczania dokumentów zawierających dane osobowe oraz ich bezpiecznego udostępniania.

Liczba zidentyfikowanych w 2023 r. naruszeń z obszaru ochrony danych osobowych:

3 **ZGŁOSZENIA OTRZYMANE Z ZEWNĄTRZ**

1 **NARUSZENIE ZIDENTYFIKOWANE WEWNĘTRZNIE**

➤ **Zasady prywatności w zakresie przetwarzania danych osobowych przedsiębiorców oraz klauzule informacyjne dla kandydatów do pracy w Carlsberg Polska można znaleźć [tutaj](#).**

PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI I ŁAPOWNICTWU ORAZ KONFLIKTOM INTERESÓW

GRI 2-15, 3-3

W przyjętej w Grupie Carlsberg polityce antykorupcyjnej zapisano nie tylko bezwzględny zakaz przyjmowania i wręczania przez pracowników firmy jakichkolwiek form łapówek, ale także m.in. zakaz dokonywania płatności przyspieszających bieg spraw (facilitation payments), nawet jeśli nie zabraniają ich przepisy. Dodatkowo dokument zawiera wytyczne w sprawach takich jak otrzymywanie i wręczanie prezentów, darowizny i sponsoring. W Grupie obowiązuje także podręcznik przeciwdziałania łapownictwu i korupcji, zaktualizowany w 2022 r.

Dla zagwarantowania przestrzegania regulacji antykorupcyjnych wdrożyliśmy procesy kontroli wewnętrznej określone w grupowym dokumencie Legal & Compliance Control Framework, zgodne z tzw. podejściem opartym na ryzyku (risk based approach). Co więcej wszyscy nasi kontrahenci są weryfikowani pod kątem ryzyka naruszenia przepisów prawa i zasad etyki, a więc także w kontekście korupcji (więcej na str. 80).

GRI 205-3



ODNOTOWANYCH PRZYPADKÓW KORUPCJI W 2023 R.

Nowi pracownicy Carlsberg Polska (z wyjątkiem kierowców, operatorów produkcji czy magazynierów) przechodzą obowiązkowe szkolenie antykorupcyjne w formie e-learningu oraz podpisują oświadczenie o niewystępowaniu konfliktu interesów. Kierownicy i menedżerowie od określonego poziomu mają obowiązek składania takiej deklaracji każdego roku.

O obowiązujących w naszej firmie regulacjach i procedurach antykorupcyjnych informowani są wszyscy nasi partnerzy biznesowi.



Nasze działania zapobiegające korupcji wspierają realizację 16 Celu Zrównoważonego Rozwoju ONZ (zadanie 16.5.) – patrz str. 95.

ZGŁASZANIE NIEPRAWIDŁOWOŚCI

GRI 2-25, 2-26

Przypadki niezgodności z prawem czy etyką oraz podejrzenia w tym zakresie nasi pracownicy mogą zgłaszać, w zależności od okoliczności:

- bezpośrednio przełożonemu,
- przedstawicielowi działu HR,
- przedstawicielowi działu prawnego,
- Business Ethics & Compliance Officerowi.

Ponadto niezależna firma zewnętrzna zapewnia dostęp do platformy do zgłaszania nieprawidłowości Speak Up, z której mogą, także anonimowo, korzystać nie tylko członkowie naszego zespołu, ale każda osoba bądź podmiot, z którymi współpracaliśmy lub współpracujemy.

Osoba, która otrzyma zgłoszenie w sprawie nieprawidłowości, nie może samodzielnie rozpocząć postępowania wyjaśniającego – zamiast tego musi natychmiast poinformować Dyrektora ds. prawnych i podatkowych.

Wszystkie zgłoszenia są wnikliwie analizowane w oparciu o grupowy podręcznik badania naruszeń, a sygnaliści działający w dobrej wierze mają zagwarantowaną ochronę przed działaniami odwetowymi. Jeśli powiadomienia dokonano w sposób nieanonimowy lub anonimowo za pośrednictwem platformy Speak Up, jego autor otrzymuje informacje o podjętych krokach.

W 2023 r. miały miejsce 2 zgłoszenia z wykorzystaniem platformy Speak Up. Zgodnie z grupowym podręcznikiem zostały przeprowadzone czynności wyjaśniające, w wyniku których zarzuty przedstawione w obu zgłoszeniach zostały uznane za niezasadne. Poza platformą Speak Up przekazano 3 zgłoszenia dotyczące potencjalnych nieprawidłowości (mailem i pocztą tradycyjną) – w każdym z tych przypadków podjęto czynności wyjaśniające.



POSZANOWANIE PRAW CZŁOWIEKA

GRI 2-23

Szacunek jest jedną z naszych podstawowych wartości i istotną częścią sposobu prowadzenia biznesu.

Zobowiązanie do respektowania praw człowieka obejmuje wszystkie nasze działania i relacje – m.in. z pracownikami, dostawcami produktów i usług oraz licencjobiorcami – w całym łańcuchu wartości.

Naszemu postępowaniu przyświecają Wytyczne ONZ dotyczące biznesu i praw człowieka. Carlsberg jest sygnatariuszem inicjatywy ONZ Global Compact zobowiązany do przestrzegania jej dziesięciu zasad, które kładą na prawa człowieka duży nacisk.

Polityka w zakresie praw człowieka, której realizację nadzoruje Komitet Wykonawczy Grupy Carlsberg, określa oczekiwania firmy wobec pracowników i partnerów biznesowych na całym świecie. Wszyscy dostawcy i licencjobiorcy muszą również

zobowiązać się do przestrzegania naszego Kodeksu Postępowania dla Dostawców i Licencjobiorców, który także obejmuje zagadnienia z obszaru praw, w tym wymóg zapewniania dobrych warunków zatrudnienia. Łamanie postanowień dokumentu może być podstawą do zerwania współpracy.

W dzisiejszym zglobalizowanym i spolaryzowanym świecie wyzwania w omawianej sferze stale ewoluują, dlatego Grupa Carlsberg co roku ponownie ocenia ryzyka najbardziej istotne z punktu widzenia jej działalności.

Pierwszy osobny raport Grupy dotyczący praw człowieka zawiera poszerzony opis jej polityki należytej staranności i działań, które podejmuje w całym łańcuchu wartości. Ponieważ jest to kluczowy obszar programu Together Towards ZERO and Beyond, poniżej przedstawiamy podsumowanie publikacji, którą można znaleźć pod [tym adresem](#).



➤ **Polityka w zakresie praw człowieka jest dostępna [tutaj](#).**

➤ **Kodeks Postępowania dla Dostawców i Licencjobiorców jest dostępny [tutaj](#).**



PRAWA CZŁOWIEKA W PRAKTYCE FUNKCJONOWANIA ORGANIZACJI

GRI 2-23, 3-3

Wdrażamy zobowiązanie do poszanowania praw człowieka w całej naszej działalności i łańcuchu wartości, w oparciu o międzynarodowe standardy. Wśród nich znajduje się Powszechna deklaracja praw człowieka, Międzynarodowy pakt praw gospodarczych, społecznych i kulturalnych, Międzynarodowy pakt praw obywatelskich i politycznych oraz jego dwa protokoły fakultatywne, Deklaracja Międzynarodowej Organizacji Pracy dotycząca podstawowych zasad i praw w pracy, a także dodatkowe konwencje MOP określające standardy dotyczące czasu pracy, wynagrodzeń i świadczeń oraz bezpieczeństwa i higieny pracy.

Standardy te są zapisane w Polityce w zakresie praw człowieka, która kieruje naszymi codziennymi działaniami i relacjami biznesowymi. Nad podejściem organizacji czuwa starszy menedżer ds. praw człowieka, który pomaga poszczególnym funkcjom biznesowym we wcielaniu polityki w życie.

Tematyka praw człowieka jest również poruszana w naszym Kodeksie Etyki i Postępowania oraz podczas poświęconych mu szkoleń dla nowo zatrudnionych, które wybrane grupy pracowników powtarzają co trzy lata. Dodatkowe szkolenia z omawianej sfery są dostępne dla wszystkich członków zespołu i obowiązkowe dla osób na określonych stanowiskach, m.in. związanych z zarządzaniem personelem, procesami zakupowymi czy kwestiami prawnymi. Z kolei Podręcznik promotora marki zawiera szczegółowe informacje na temat gwarantowania praw człowieka przez osoby zajmujące się promocją naszych marek.

Nasze wymogi w zakresie praw człowieka odnoszą się również do wszystkich partnerów biznesowych w łańcuchu wartości, w tym dystrybutorów i sprzedawców. Jak już wspomniano, dostawcy i licencjobiorcy muszą przestrzegać grupowego kodeksu postępowania. Firmowy program odpowiedzialnych zakupów ogranicza ryzyko naruszeń praw człowieka w łańcuchu dostaw, a dostawcy są przez nas szkoleni w tym zakresie.

➤ **Aktualna wersja Kodeksu Etyki i Postępowania Grupy Carlsberg znajduje się [tutaj](#).**

➤ **Z podręcznikiem promotora marki można się zapoznać pod [tym adresem](#).**

PROCES NALEŻYTEJ STARANNOŚCI

GRI 2-23

Grupa Carlsberg realizuje gruntowny proces należytej staranności w celu sprawdzania swoich działań i relacji biznesowych pod kątem potencjalnych negatywnych wpływów na prawa człowieka związanych z określonymi rodzajami ryzyka i rynkami. Następnie współpracuje z partnerami, aby wdrożyć środki zaradcze w celu zapobiegania lub łagodzenia tych wpływów.

Co najmniej raz w roku odbywa się przegląd najistotniejszych ryzyk z obszaru praw człowieka, uwzględniający ich zakres, skalę i możliwości zaradzenia oraz prawdopodobieństwo wystąpienia. W 2023 r. został on oparty na wynikach wstępnej analizy podwójnej istotności, a w przyszłości przeglądy będą także uwzględniać oceny przestrzegania praw człowieka na rynkach wysokiego ryzyka. Dane te, wraz z informacjami od odpowiednich interesariuszy wewnętrznych, pomagają nam skupić się na kwestiach, relacjach i rynkach o kluczowym znaczeniu z punktu widzenia zagrożeń dla praw człowieka.

Powyższy proces pozwolił zidentyfikować obszary, w których możemy potencjalnie wywierać negatywny wpływ na różnych szczeblach naszego łańcucha wartości. Są to godziny pracy, wynagrodzenia i świadczenia, praca przymusowa i praca dzieci oraz mobbing i dyskryminacja. Te ustalenia, wraz z wynikami audytów dostawców przeprowadzonych w ub.r. w ramach naszego programu odpowiedzialnych zakupów, wykorzystujemy do doskonalenia działań w zakresie należytej staranności.

W związku ze skalą naszej działalności i wielkością sieci dostawców szukamy również sposobów współpracy w sferze globalnych wyzwań związanych z prawami człowieka. Nasze zaangażowanie obejmuje członkostwo w inicjatywie ONZ Global Compact, platformie do zarządzania relacjami z dostawcami Sedex oraz AIM-Progress, forum współpracy dla firm z branży FMCG.

MECHANIZMY ROZPATRYWANIA SKARG I ŚRODKI ZARADCZE

Zobowiązujemy się do naprawiania lub współpracy w celu naprawienia wszelkich negatywnych skutków w zakresie praw człowieka, które mogliśmy spowodować lub do których mogliśmy się przyczynić.

Zachęcamy każdego pracownika, który uważa, że doszło do naruszenia naszych wewnętrznych regulacji, by zgłaszał swoje

obawy bezpośrednio przełożonemu, odpowiedniemu przedstawicielowi obszaru zgodności bądź HR lub anonimowo za pośrednictwem systemu Speak Up. Jest on utrzymywany przez niezależnego operatora i dostępny dla wewnętrznych i zewnętrznych interesariuszy firmy. Więcej na jego temat można przeczytać na str. 75.

SPEAK UP!
ANONIMOWE, POUFNE I BEZPIECZNE RAPORTOWANIE
NIEPRAWIDŁOWOŚCI DOSTĘPNE 24/7

„Zostałem poproszony o pozyskanie cenników konkurentów. Mój przełożony powiedział, że jest to powszechna praktyka. Czuję, że to nie jest w porządku, ale obawiam się utraty pracy, jeśli nie wykonam polecenia.”

Reaguj, takie postępowanie jest niezgodne z naszymi zasadami!

Więcej szczegółów nt. procesu SPEAK UP znajdziesz w intranecie w zakładce Systemy i narzędzia.


Carlsberg SpeakUp Line - Powered by Convercent

SpeakUp@carlsberg.com

00 800 111 3819

SCAN ME

ROZWIJANIE NASZYCH PRODUKTÓW I ZAPEWNIANIE ICH JAKOŚCI



Piwa Kasztelan Niepasteryzowany oraz Harnaś LodoHerbata zwyciężyły w dwóch kategoriach Konsumenckiego Konkursu Piw, który towarzyszy najstarszemu w Polsce festiwalowi piwnemu – Chmielakom Krasnostawskim. Na podium znalazły się również bezalkoholowe propozycje z portfolio Carlsberg Polska: Żatecką 0,0%, Okocim Limonka z Miętą 0,0% oraz tegoroczna nowość: Garage Energy Pomgranate & Guarana 0,0%.

ROZWIJANIE NASZYCH PRODUKTÓW I ZAPEWNIANIE ICH JAKOŚCI

TWORZENIE PIWNYCH NOWOŚCI

Nasze udziały w wolumenie i wartości sprzedaży piwnych innowacji stanowią dwukrotność udziału Carlsberg Polska w całym krajowym rynku piwa, co najlepiej pokazuje znaczenie takich produktów dla budowania relacji z naszymi klientami. Osiągnięcie i utrzymanie takiej pozycji w branży to zasługa procesu tworzenia nowości zwanego Growth Story. Proces ten, doskonalony przez nas latami, gwarantuje osiągnięcie smaku i jakości wymaganych przez konsumentów. Trwa on ok. półtora roku i rozpoczyna się od analizy danych pochodzących z różnych źródeł, a dotyczących m.in. trendów konsumenckich. Najpierw zespół ds. nowych produktów funkcjonujący w browarze w Brzesku przeprowadza kompleksowe testy wewnętrzne projektowanego piwa, aż do uzyskania najlepszego smaku, a następnie odbywają się niezwykle wymagające

testy eksperckie. Produkt planowany do wprowadzenia na rynek musi również zostać pozytywnie zaopiniowany przez konsumentów.

Projektując nowe produkty z obowiązkowym wykorzystaniem wdrożonej w 2023 r. Karty Wyników Zrównoważonego Rozwoju, o której piszemy także na str. 31, bierzemy pod uwagę także czynniki istotne z punktu widzenia dążenia do najwyższej jakości. Zgodnie z tą procedurą znacznie większą szansę na wysoką ostateczną ocenę mają piwa uwarzone wyłącznie z naturalnych i nieprzetworzonych składników, a zawartość sztucznych dodatków czy syropu glukozowo-fruktozowego może przesądzić o rezygnacji z komercjalizacji projektowanego produktu.

W 2023 r. wprowadziliśmy do sprzedaży aż 17 nowości:

NOWOŚCI W NASZYM PORTFOLIO



Okocim
Granat z Maliną
0,0%



Okocim
Kwaśne Jabłko
4,5%



Harnaś
Energetyk
0,0%



Somersby
Blackcurrant & Lime
0,0%



Somersby
Strawberry & Mint
0,0%



Somersby
Pear
4,5%



Somersby
Cherry & Apple
4,5%



Somersby
Elderflower & Lime
4,5%



Somersby
Pomelo & Grenade
4,5%



Somersby
Raspberry &
Dragonfruit
0,0%



Garage Energy
Yuzu & Mint
0,0%



Garage Energy
Mango
0,0%



Garage Energy
Pomegranate &
Guarana
0,0%



Garage
Melon & Lime
Madness
4,6%



Garage
Hardcore Pink
Explosion
6%



Garage Hardcore
Whisky Sour
6%



Garage Hardcore
Tropical Elixir
6%



W 2023 r., tak jak rok wcześniej, nasze piwa zostały docenione przez organizatorów konkursu Złote Innowacje FMCG & Retail, wyróżniającego produkty, które cechuje wyjątkowe nowatorstwo:

Somersby Cherry & Apple 4,5% zdobyło pierwsze miejsce w kategorii piwo

Somersby Blackcurrant & Lime 0,0% otrzymało wyróżnienie w kategorii napoje alkoholowe 0%

Linie Garage Energy 0,0% wyróżniono w kategorii odpowiedź na potrzeby – piwo alkoholowe i bezalkoholowe

Dbamy o jakość nie tylko poprzez staranne warzenie, ale także odpowiednio projektując innowacje. Pragniemy nie tylko sprostać aktualnym oczekiwaniom konsumentów, ale także wyznaczać przyszłość branży piwnej. Ta ambicja motywuje nas do ciągłego doskonalenia produktów i śmiałego wymyślania nowych.



Marcela Mazurek,
Menedżerka ds. rozwoju nowych produktów

3 AUDYTY STRATEGICZNYCH DOSTAWCÓW:



JAK ZAPEWNIAMY NAJWYŻSZĄ JAKOŚĆ SUROWCÓW I SKŁADNIKÓW?

GRI 3-3, 416-1, Własny 4

Wybór dostawców odbywa się na podstawie opracowanych na poziomie Grupy Carlsberg szczegółowych wytycznych, które określają dokładne parametry, sposób produkcji, obróbki i przechowywania wykorzystywanych przez nas surowców, składników i opakowań. Z powyższego powodu wszyscy nasi dostawcy przechodzą proces kwalifikacji.

Dokonanie zakupów od potencjalnego nowego dostawcy wymaga złożenia wniosku o jego weryfikację za pomocą narzędzia Compliance Catalyst2, które automatycznie sprawdza wszelkie

informacje na jego temat w oparciu o zasoby dostępne w Internecie, publicznych rejestrach, bazach orzeczniczych i listach sankcyjnych. Jeżeli Compliance Catalyst2 zidentyfikuje ryzyko dotyczące planowanej współpracy, sprawa zostaje przekazana do analizy przez prawników i specjalistów w zakresie zgodności. Zaletą narzędzia jest to, że raz zweryfikowany kontrahent jest objęty ciągłym monitoringiem, dlatego w przypadku pojawienia się nowych ryzyk nasza firma jest o nich niezwłocznie informowana.

Jeśli opisana procedura nie wykaże istotnych ryzyk związanych z zweryfikowanym

podmiotem, kolejnym etapem jest wypełnienie przez niego listy kontrolnej za pośrednictwem naszego narzędzia do współpracy z dostawcami – SF360. Znajdują się w nim specyfikacje produktowe, dokumentacja kontrahentów oraz komplet raportów z audytów. Następnie na podstawie przekazanych informacji audytor sprawdza, czy kandydat na dostawcę spełnia wszystkie wymagania.

Dalsze kroki zależą od przedmiotu współpracy. Dostawcy słoju, szkła, puszek, wieczek i kapsli przechodzą audyt zatwierdzający. Po podpisaniu umowy odbywa się

ocena ryzyka, uwzględniająca m.in. kwestię bezpieczeństwa żywności, od której wyników uzależniona jest częstotliwość kolejnych audytów (na początku współpracy i później raz na trzy lata lub rzadziej niż raz na trzy lata). Za dalszą współpracę z dostawcami odpowiedzialni są pracownicy działu zakupów na szczeblu danego kraju, którzy regularnie rozmawiają o wynikach, ustalają plany i wspólnie szukają najlepszych rozwiązań. W przypadku wystąpienia znaczących 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

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.

KONTROLOWANIE JAKOŚCI NA POZIOMIE BROWARÓW

GRI 416-1

Na wszystkich etapach produkcji, od zakupu surowców, przez warzenie, fermentację, filtrację i rozlew, a kończąc na pakowaniu i gotowym produkcie, nasze piwa są poddawane szeregowi analiz mikrobiologicznych, fizykochemicznych i sensorycznych. Każda partia butelek, puszek i kegow przed trafieniem do konsumenta przechodzi ok. 200 analiz. 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. Potwierdzeniem skuteczności całego procesu jest fakt, że coraz mniej partii produkcyjnych nie przechodzi ostatecznych testów jakościowych, dopuszczających piwo do dystrybucji.

W 2023 r. zorganizowano symulację zarządzania kryzysowego w przypadku poważnego incydentu z obszaru jakości produkcji. W toku międzywydziałowych warsztatów wypracowano kompleksowe scenariusze, które dodatkowo zwiększyły naszą zdolność reakcji w takich hipotetycznych 90 sytuacjach.

PODNIOSIMY KWALIFIKACJE NASZYCH DEGUSTATORÓW

Na straży doskonałego smaku i najwyższej jakości produkowanych przez nas piw stoją degustatorzy – we wszystkich browarach w każdym z codziennych paneli sensorycznych uczestniczy co najmniej 6 z nich. Kandydaci na degustatorów przechodzą tygodniowe szkolenie wewnętrzne zakończone egzaminem, a następnie co 2-3 miesiące są weryfikowani (dostają zapachy do testów).

Przez cały 2023 r., podobnie jak w latach poprzednich, podnosiliśmy kwalifikacje degustatorów oraz sprawdzaliśmy ich kompetencje, w tym w zakresie identyfikacji wad produktów. Każdy z nich m.in. dostał od firmy zewnętrznej ślepe próbki, z zadaniem uzyskania co najmniej 70% możliwych do

zdobycia punktów za poprawną identyfikację. We wszystkich trzech naszych browarach zespoły degustatorów wyszły z tego wyzwania zwycięsko.

Jednym z dowodów na wysokie kwalifikacje naszych degustatorów jest wybranie dwójki z nich, Marty i Sylwii, na sędzie w prestiżowym konkursie Good Beer 2023 podczas Polskiego Kongresu Browarniczego.

ZGŁOSZENIA KONSUMENCKIE

Wszelkie uwagi dotyczące jakości naszych produktów można zgłaszać pod numerem 801 883 333, który podajemy na każdej etykiecie, puszcze i na stronach internetowych poszczególnych marek, a także za pośrednictwem naszych profili w mediach społecznościowych oraz formularzy

kontaktowych na firmowych stronach WWW. Przyjmowaniem zgłoszeń zajmują się stali konsultanci infolinii, a po stronie Carlsberg Polska specjaliści ds. obsługi klienta i konsumenta, którzy nadają zgłoszeniom odpowiednią kategorię i bieg. Pytania często dotyczą informacji o firmie lub jej konkretnych piwach, szczegółów trwających promocji oraz możliwości kontaktu z określonymi osobami. Przyjmowane są także zastrzeżenia co do jakości produktów i reklamacje. Wszystkie zgłoszenia są dokładnie analizowane.

W uzasadnionych przypadkach odbieramy próbki piwa i poddajemy je szczegółowej analizie. Dokładamy wszelkich starań, aby na każde zgłoszenie zareagować jak najszybciej, a jednocześnie nie później niż w ciągu 14 dni. W szczególnych przypadkach odpowiedzi konsultowane są z odpowiednimi działami (np. prawny, sprzedaż, komunikacji).

0

PRZYPADKÓW WYCOFAŃ PRODUKTÓW ZE SPRZEDAŻY ZE WZGLĘDU NA STWIERDZONE WADY JAKOŚCIOWE

0

PRZYPADKÓW NIEZGODNOŚCI Z PRZEPISAMI I DOBROWOLNIE STOSOWANYMI KODEKSAMI DOTYCZĄCYMI WPŁYWU PRODUKTÓW I USŁUG NASZEJ FIRMY NA ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO KLIENTÓW W 2023 R.

NIEMAL

90%

SPADKU KOSZTÓW ZWIĄZANYCH Z NISKĄ JAKOŚCIĄ PRODUKTU (COPQ, COST OF POOR QUALITY) DZIĘKI KULTURZE BEZPIECZEŃSTWA ŻYWNOSCI I EFEKTYWNIENIE DZIAŁAJĄCEMU PROCESOWI ZARZĄDZANIA JAKOŚCIĄ

JAKOŚĆ POTWIERDZONA NAGRODAMI

Każdego roku nasze produkty odnoszą sukcesy w krajowych i międzynarodowych rywalizacjach, w tym w Konsumenckim Konkursie Piw „Chmielaki Krasnostawskie” – najstarszej i największej krajowej imprezie tego typu. W 2023 r. uznanie jurorów, wśród których większość stanowili konsumenci, zdobyły:

- Kasztelan Niepasteryzowany – 1. miejsce w kategorii piw jasnych w stylu Mild Lager o ekstrakcie do 11 Blg,
- Harnaś LodoHerbata – 1. miejsce w kategorii piw smakowych i aromatyzowanych,
- Żatecký 0,0% – 2. miejsce w kategorii piw jasnych bezalkoholowych w stylu Pils/Lager o zawartości alkoholu do 0,5% obj.,
- Okocim Limonka z Miętą 0,0% oraz Garage Energy Pomegranate & Guarana 0,0% – odpowiednio 2. i 3. miejsce w kategorii piw bezalkoholowych aromatyzowanych lub z dodatkami o zawartości alkoholu do 0,5% obj.

Z kolei warzone przez nas w Szczecinie piwa marki Grimbergen zdobyły aż cztery medale w międzynarodowym konkursie piwowarskim World Beer Awards. To już czwarty rok z rzędu, kiedy wspomniane produkty zdobywają laury w tej prestiżowej rywalizacji. Jest to dowód wysokich kompetencji naszych piwowarów i warzenia przez nich trunków najwyższej jakości. Każde piwo biorące udział w konkursie jest bowiem poddawane kilkuetapowej ocenie przez ekspertów i cervesarios z całego świata.




Nasze produkty doceniają zarówno eksperci, np. jurorzy prestiżowych konkursów, jak i konsumenci – potwierdzają to ich codzienne decyzje zakupowe. Utrzymująca się popularność naszych flagowych marek oraz bardzo dobry odbiór proponowanych przez nas nowości to dowody na to, że spełniamy oczekiwania miłośników piwa. Jest to możliwe dzięki koncentracji na dwóch równoważnych celach: zapewnianiu ekscytujących smaków oraz gwarantowaniu najwyższej i stabilnej jakości.



Joanna Glonek,
Wiceprezesa ds.
sprzedaży



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

A group of people, including children and adults, are gathered outdoors in a grassy area. They are wearing light-colored beekeeping suits with wide-brimmed hats and veils. One person is holding a wooden frame containing a honeycomb, which is being examined by others. The scene is bright and sunny, suggesting a pleasant day for an outdoor activity.

Warsztaty pszczelarskie prowadzone przez Fundację Ekologiczną Pszczola Musi Być podczas rodzinnego ekopikniku dla pracowników Browaru Kasztelan w Muzeum Wsi Mazowieckiej w Sierpcu.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

Aktywnie uczestniczymy w życiu lokalnych społeczności wszędzie tam, gdzie prowadzimy działalność, m.in. organizując wydarzenia integrujące mieszkańców. Pielęgnowujemy pamięć o długiej historii naszych browarów, w szczególności poprzez wsparcie, jakiego udzielamy oddolnemu Stowarzyszeniu Miłośników Browaru Okocim.

Nie zapominamy o lokalnych drużynach sportowych i ich fanach:

- marka Bosman współpracuje ze Stowarzyszeniem Kibiców Pogoni Szczecin „Portowcy”,
- Carlsberg Polska jest partnerem Wisły Płock – utytułowanego klubu piłki ręcznej.

Nieobojętne są nam również inne wspólnoty, których członkami są konsumenci naszych piw. Marka Harnaś wybrała szczególny obszar odpowiedzialności społecznej: od 2021 r. prowadzi program pomocy ochotniczym strażom pożarnym z całej Polski.

Nie tylko podejmujemy działania społeczne, ale także wspieramy liczne inicjatywy naszych pracowników. Wykorzystując możliwości firmy, choćby komunikacyjne czy lokalowe, są oni w stanie skutecznie realizować projekty ważne dla ich społeczności.

W 2023 r.:

- z inicjatywy pracowników działu marketingu po raz 12. zorganizowaliśmy zbiórkę w ramach Carlsbergowej Świątecznej Paczki i pomogliśmy 5 rodzinom,
- z inicjatywy Trade Marketingu pracownicy uczestniczyli w Akcji Gwiazdor i przekazali potrzebującym 186 paczek.

URODZINY BOSMANA

Z okazji 175. rocznicy powstania browaru w Szczecinie wyłoniliśmy i nagrodziliśmy pracowników, którzy najlepiej wpływają na browar i jego okolicę. We współpracy z Nadleśnictwem Trzebież zorganizowaliśmy piknik rodzinny. Podczas wydarzenia załoga zakładu wraz z bliskimi m.in. sadziła drzewa oraz wzięła udział w warsztatach pszczelarskich, poprowadzonych przez fundację Pszczoła Musi Być. Ponadto wyprodukowaliśmy okolicznościową puszkę piwa Bosman z podpisami wszystkich zatrudnionych i wznowiliśmy prowadzenie zakładowej kroniki.

Krótki film z obchodów można znaleźć tutaj:



EKOPIKNIK NA UL. BROWARNEJ

Z okazji obchodów Dnia Ziemi pierwszy raz zorganizowaliśmy w Brzesku ekopiknik, na który zaprosiliśmy mieszkańców osiedla przy Browarze Okocim. Pracownicy zakładu razem z sąsiadami wspólnie porządkowali okoliczne tereny zielone, wykonali nasadzenia nowych roślin na terenie osiedla oraz stworzyli taką kwitnącą powierzchnię ponad 1200 m², a ponadto zbudowali kolejny domek dla zapylaczy. Dodatkowo zebrano kilkanaście worków śmieci z terenu przy rzece Uszwicy.

Wideozrelacja z wydarzenia znajduje się tutaj:



Z kolei o ekopikniku w Sierpcu napisaliśmy na str. 25.

WSPÓŁPRACA ZE STRAŻAKAMI

Chylimy czoła przed zaangażowaniem strażaków ochotników i ich poświęceniem w niesieniu pomocy drugiemu człowiekowi. Słowa często nie wystarczą, by wyrazić szacunek dla codziennej bezinteresownej służby, stąd idea, by marka Harnaś w wymierny sposób wspomagała jednostki OSP w ich pracy na rzecz lokalnych społeczności.

W 2023 r. w ramach programu „Harnaś wspiera Strażaków Ochotników” przeprowadziliśmy szereg aktywności, których efektem końcowym było doposażenie społecznych jednostek ratowniczo-gaśniczych i podkreślenie ich znaczenia konsumentom w całym kraju. Na stronie piwoharnas.pl każdy chętny mógł codziennie wskazać OSP, która powinna uzyskać wsparcie, a 57 jednostek z największą liczbą głosów otrzymało łącznie 200 tys. zł ze sprzedaży piw marki.



1,55 MLN ZŁ

WYNIOSŁO WSPARCIE HARNASIA DLA STRAŻAKÓW
OCHOTNIKÓW W LATACH 2021-2023



DLA WSPÓLNEGO BEZPIECZEŃSTWA

Już od kilkudziesięciu lat trwa wielowymiarowa współpraca między browarem w Brzesku i państwową strażą pożarną. 24 października 2023 r. na jego terenie odbyły się ćwiczenia z udziałem ponad 150 zawodowych strażaków z powiatu brzeskiego oraz innych społeczności woj. małopolskiego. Sprawdzali oni swoje umiejętności w różnych sytuacjach symulujących realne zagrożenia. Scenariusze obejmowały m.in. gaszenie pożarów, przeszukiwanie budynków, ewakuację pracowników oraz udzielanie kwalifikowanej pierwszej pomocy. Ćwiczą metody dostarczania wody na znacznej odległości oraz modelowano różne warianty wykorzystywania sprzętu ratowniczego. Dodatkowo sprawdzono możliwości współdziałania wielu jednostek oraz służb i szlifowano kierowanie działaniami podczas dużych akcji.

Ćwiczenia na rzeczywistych obiektach, gdzie występuje zwiększone ryzyko poważnej awarii przemysłowej, są najlepszą okazją do doskonalenia umiejętności realizacji działań ratowniczo-gaśniczych. Możliwość szkolenia na terenie Browaru Okocim, gdzie mamy do czynienia z ogromną przestrzenią, różnymi budynkami, materiałami, instalacjami i pracującymi tu na co dzień ludźmi, jest bezcenna. Nasze ćwiczenia mają istotne znaczenie dla bezpieczeństwa nie tylko pracowników browaru, ale także mieszkańców i innych przedsiębiorstw w naszym powiecie.



Dominik Machał,
Oficer prasowy Komendanta
Powiatowego PSP
w Brzesku

STOWARZYSZENIE MIŁOŚNIKÓW BROWARU OKOCIM

Stowarzyszenie założone przez pracowników zakładu w 2016 r. pełni ważną rolę w upowszechnianiu wiedzy o jego historii oraz popularyzacji wiedzy z dziedziny piwowarstwa i kultury piwnej. Browar i stowarzyszenie blisko współpracują chociażby podczas organizacji corocznego pikniku i innych lokalnych wydarzeń, takich jak odwiedziny wakacyjnego pociągu

w ramach kampanii Małopolskiej Organizacji Turystycznej „Daj się ugościć”. Gdy w sierpniu ub.r. zatrzymał się on na stacji w Brzesku, na turystów czekały orzeźwiająco „zerówki” marki Okocim. W 2023 r. SMBO oprowadziło łącznie 4000 turystów, opowiadając niezwykłą historię rodziny Goetzów i pokazując różne zakamarki zakładu.



WSZYSTKO ZACZEŁO SIĘ OD POCZTÓWKI

Dzięki Stowarzyszeniu Miłośników Browaru Okocim niezwykły, oryginalny pojazd Jana Albina Goetza-Okocimskiego, syna założyciela zakładu w Brzesku, zaparkował przed niegdysiejszą siedzibą barona.



1913 r.



2023 r.

Pomysł na sprowadzenie auta zrodził się po zobaczeniu na jednym z portali aukcyjnych pocztówki z samochodem stojącym przed pałacem Goetzów. Nasze stowarzyszenie chciało ją kupić, ale ktoś nas niestety ubiegł, więc postanowiliśmy ją odtworzyć. Z dużym zaangażowaniem pielęgnujemy tradycje związane z Browarem Okocim i rodziną Goetzów. Sprowadzenie do Brzeska samochodu, którym poruszał się sam baron, jest tego ważnym elementem. 110-letni pojazd z pewnością będzie dużą gratką nie tylko dla lokalnych fanów motoryzacji czy historii. Możliwość zobaczenia na własne oczy tak zasłużonego auta z pewnością pozostanie w pamięci na długo.

Jerzy Babraj,
Lider Działu Pakowania
Browaru Okocim

RELACJE Z INTERESA- RIUSZAMI



Sesja dialogu społecznego zorganizowana w grudniu w Browarze Okocim w Brzesku. Wśród uczestników byli przedstawiciele naszych klientów, dostawców, reprezentanci władz samorządowych, szkół i społeczności lokalnych.

INFORMOWANIE I ANGAŻOWANIE INTERESARIUSZY

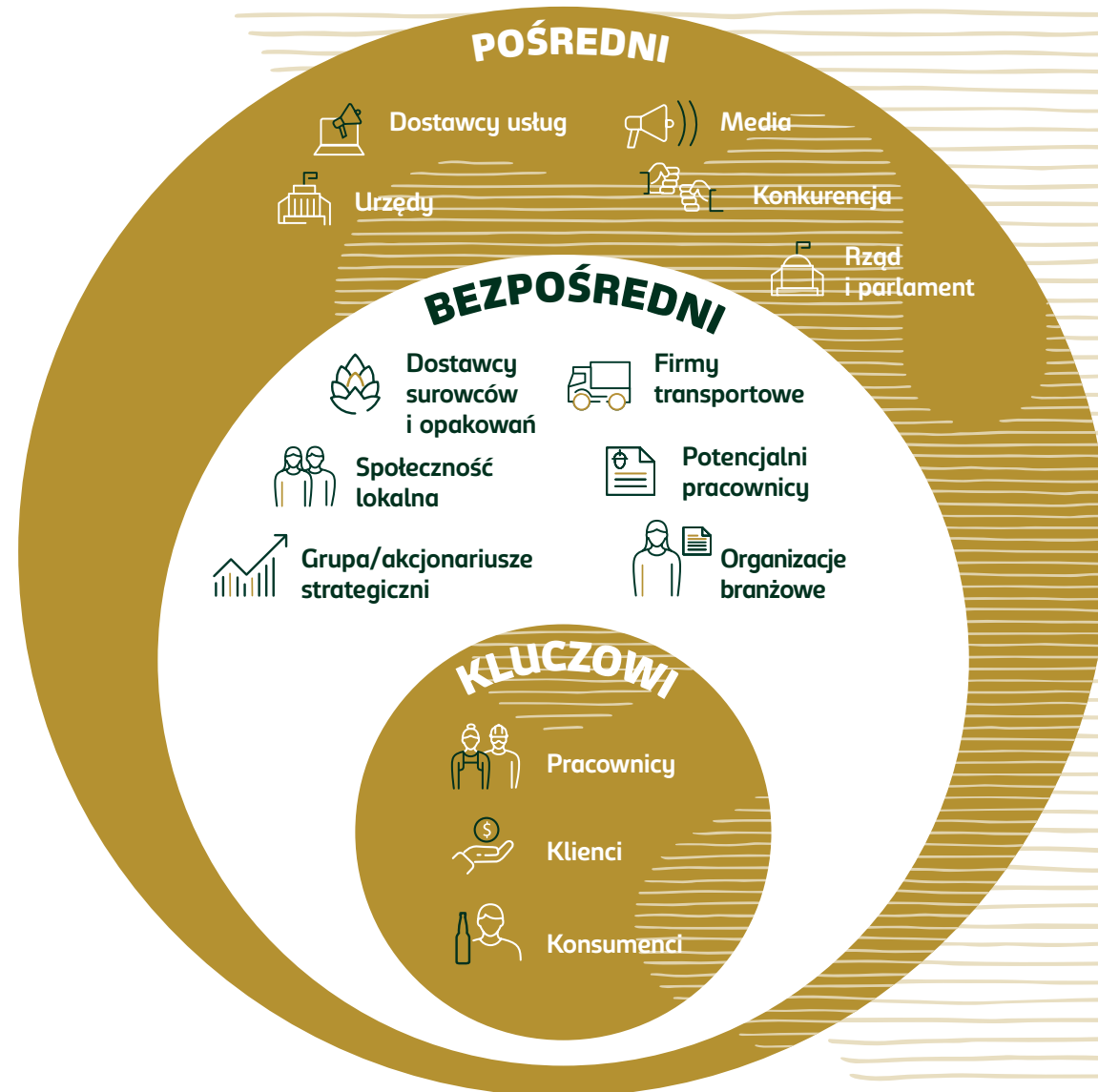
GRI 2-29

Ze względu na aktualną istotność wzajemnych relacji naszych interesariuszy podzieliłiśmy na trzy kategorie:

- **kluczowi** – od nich zależy nasza działalność,
- **bezpośredni** – bez nich utrudnione byłoby sprawne funkcjonowanie naszego biznesu, dlatego na bieżąco ich informujemy i aktywnie pogłębiajmy relacje,
- **pośredni** – wpływają na nasze działania, ale kontaktujemy się z nimi i współpracujemy jedynie w zależności od potrzeb.

Sposób i zakres informowania, konsultowania bądź angażowania danej grupy zależy nie tylko od przypisanej jej kategorii, ale także od aktualnej sytuacji, np. rynkowej, oraz potrzeb naszej organizacji. Istnieją jednak pewne uniwersalne zasady kształtowania relacji z otoczeniem firmy, które stanowią:

- transparentność i zrozumiałość komunikacji,
- otwartość i partnerskie traktowanie,
- uważność na potrzeby i oczekiwania innych,
- szacunek dla różnorodności,
- gotowość do kompromisu.



DIALOG I WSPÓŁDZIAŁANIE Z PRACOWNIKAMI

Nasi pracownicy mogą liczyć na szacunek, szczerą rozmowę, chęć uwzględniania zgłaszanych postulatów oraz stworzenie przestrzeni do współdziałania w podejmowaniu decyzji. O sprawach, które ich dotyczą, są informowani z niezbędnym wyprzedzeniem i w odpowiednim zakresie. Władze firmy swoimi działaniami i postawą wspierają kulturę dialogu z zatrudnionymi, który ma charakter bezpośredni, ale także bieżącej współpracy ze związkami zawodowymi. Komunikacja i konsultacje z reprezentacją pracowników odbywają się z dbałością o respektowanie ich uprawnień, w tym dotrzymywanie właściwych terminów. Kluczowe kwestie dotyczące warunków zatrudnienia podlegają negocjacji, a następnie zapisaniu w układzie zbiorowym pracy, który obejmuje cały zespół pracowniczy.

W Carlsberg Polska regularnie organizowane są spotkania informacyjne w biurach i browarach, podczas których pracownicy mają okazję zadawać pytania członkom Zarządu. Pracownicy działu sprzedaży spotykają się z władzami firmy raz na kwartał i wówczas m.in. omawiają plany na przyszłość i podsumowują uzyskane wyniki. Innym narzędziem dialogu jest system umożliwiający pisemne zadawanie pytań Prezesowi (pod nazwiskiem lub anonimowo), na które odpowiedzi są dostępne dla wszystkich w intranecie. Kulturowujemy ponadto zasadę „otwartych drzwi”, a nawet „braku drzwi” w przestrzeniach biurowych.

Badania satysfakcji i zaangażowania pracowników

Dzięki cyklicznemu badaniu Moja Opinia możemy tworzyć jeszcze lepsze miejsce pracy dla wszystkich. W 2023 r. w kolejnej jego edycji wzięło udział 89% pracowników, w tym aż 96% personelu działu sprzedaży oraz 95% zatrudnionych w dziale HR i łańcuchu dostaw. Tym razem pytania dotyczyły nie tylko zwyczajowych tematów związanych z zaangażowaniem, motywacją i oceną miejsca pracy, ale także dobrostanu, różnorodności, równości i włączenia. Główny wskaźnik badania, czyli poziom zaangażowania, wyniósł 73%. W kontekście nieprawdopodobnych wyzwań, z którymi mierzymy się jako firma, wynik ten jest bardzo budujący – pokazuje dużą siłę i odporność całego naszego zespołu.

Odnotowano wysoki wynik w kategorii jasne obowiązki: 86%. Oznacza to, że pracownicy czują się dobrze poinformowani o stawianych przed nimi oczekiwaniach i celach. Wysoko oceniono także m.in. działania firmy w sferze społecznej odpowiedzialności i zdolność liderów do motywowania zespołów. Obszary ocenione poniżej oczekiwania są wnikliwie analizowane, a poprawa wyników jest dla Zarządu priorytetem.

ZAANGAŻOWANIE



73%
-2 pp.
w porównaniu
do 2021

ZADOWOLENIE

Ogólnie jestem zadowolony(-a) z mojej firmy jako miejsca pracy



75%
-2 pp.
w porównaniu
do 2021

REKOMENDACJA

Polecił(a)bym moją firmę jako dobre miejsce pracy.



71%
-2 pp.
w porównaniu
do 2021

DUMA

Jestem dumny(-a) z tego, że pracuję w mojej firmie



73%
-1 pp.
w porównaniu
do 2021

WSPÓŁPRACA Z INNYMI INTERESARIUSZAMI

GRI 2-28, 3-3

Aktywnie działamy w Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie, w ramach którego współpracujemy przy projektach istotnych dla całej branży (zob. str. 48 i 91). Za jego pośrednictwem należymy także m.in. do:

- Konfederacji Lewiatan,
- Związku Przedsiębiorców i Pracodawców,
- Krajowej Izby Gospodarczej,
- Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy.

Ponadto włączamy się w:

- działania Związku Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK,
- prace grup roboczych programu Climate Positive, w ramach członkostwa w UN Global Compact (więcej na str. 11).

Informacje na temat zgłoszeń konsumenckich i sposobów ich uwzględniania można znaleźć na str. 82.

USTAWA O SYSTEMIE KAUCYJNYM

GRI 3-3, Własny 5

2023 r. był czasem intensywnych prac nad prawnym uregulowaniem systemu kaucyjnego w Polsce. Braлиśmy w tych pracach czynny udział za pośrednictwem organizacji branżowych, głównie Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie oraz Polskiej Federacji Producentów Żywności. Wnoszone przez nas propozycje poprawek do projektu ustawy miały na celu zapewnienie realnej ochrony środowiska bez narażania producentów na ryzyko problemów finansowych. W związku z tym były one ukierunkowane przede wszystkim na utrzymanie:

- znaczenia butelki zwrotnej, która jest opakowaniem najbardziej przyjaznym środowisku (ślad węglowy piwa w takiej butelce jest 10-krotnie niższy niż w piwa w butelce jednorazowej),
- już funkcjonujących mechanizmów, dzięki którym 92% butelek trafiających na rynek wraca do browarów do ponownego napełnienia.

W ramach prac nad regulacją przeprowadziliśmy wiele analiz i braлиśmy aktywny udział w spotkaniach branżowych. Oprócz realizacji strategii lobbystycznej, animowaliśmy debatę publiczną. Dzięki zrealizowanej przez nas kampanii medialnej stanowisko Carlsberg Polska zostało zaprezentowane w 22 artykułach o zasięgu 278 466 osób, a postulaty branży piwnej w 28 artykułach o zasięgu 1 417 732 osób.

Ustawa wprowadzająca system kaucyjny¹ została opublikowana 12 września 2023 r., a weszła w życie 30 dni później.

Wejście w życie ustawy wiązało się z uruchomieniem wdrażania systemu. Pierwszym i najważniejszym elementem procesu było rozpoczęcie prac nad powołaniem operatora systemu, z udziałem reprezentantów sektora piwowarskiego. Czasu na przygotowanie praktycznych rozwiązań jest bardzo mało, a sprostanie wymogom ustawy będzie dużym wyzwaniem operacyjnym dla wszystkich obszarów funkcjonowania naszej firmy i będzie wymagało poniesienia olbrzymich kosztów.

Podstawowe założenia ustawy

- System kaucyjny będzie obowiązywał od 1 stycznia 2025 r. i obejmie:
 - butelki jednorazowego użytku z tworzyw sztucznych o pojemności do 3 l,
 - butelki szklane wielokrotnego użytku o pojemności do 1,5 l,
 - puszki metalowe o pojemności do 1 l.
- Wszystkie sklepy będą pobierały kaucję w momencie sprzedaży produktów w wymienionych opakowaniach. Sklepy o powierzchni powyżej 200 mkw. będą miały obowiązek odbioru pustych opakowań i wypłacania kaucji, bez potrzeby pokazania paragonu. Mniejsze placówki będą mogły przystąpić do systemu dobrowolnie.
- Kaucja będzie wliczona do podstawy opodatkowania VAT.
- Na rynku będzie mogło funkcjonować wielu operatorów systemu.
- Założone w ustawie minimalne poziomy selektywnego zbierania opakowań i odpadów opakowaniowych:
 - 77% w 2025 r.,
 - 90% w 2029 r.



¹ Ustawa z dnia 13 lipca 2023 r. o zmianie ustawy o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi oraz niektórych innych ustaw.

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 2023 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 zaszyły znaczące zmiany w metodykach dla poszczególnych wskaźników, których poziomy ustalano w oparciu o dane z wspólnego dla całej Grupy Carlsberg systemu raportowania Enablon. Dokument powstał we współpracy z niezależną firmą doradczą; nie został poddany zewnętrznej weryfikacji.

Raporty ESG przygotowujemy w cyklu rocznym, poprzedni został opublikowany w marcu 2023 r. Niniejsza publikacja wprowadza do niego korekty wskazane na str. 96..

Osobą kontaktową w sprawach związanych z raportowaniem ESG jest Teresa Aldea, Kierowniczka ds. zrównoważonego rozwoju, z którą można się skontaktować pod adresem Teresa.Aldea@carlsberg.pl.

Definiowanie istotnych tematów raportowania

Zakres tematyczny dokumentu został ustalony w procesie analizy podwójnej istotności zgodnym z Europejskimi Standardami Sprawozdawczości w zakresie Zrównoważonego Rozwoju. Wspomniany proces został zrealizowany przy użyciu metod jakościowych i ilościowych, a jego wynikiem jest lista tematów zrównoważonego rozwoju istotnych z punktu widzenia działalności Carlsberg Polska.

Etapy analizy podwójnej istotności

W celu rekonstrukcji łańcucha wartości i modelu biznesowego w listopadzie 2023 r. zewnętrzna agencja doradcza przeprowadziła warsztat diagnostyczny. Jego przedmiotem był przegląd łańcucha wartości przedsiębiorstwa, rekonstrukcja jego otoczenia biznesowego oraz dyskusja nad kluczowymi wpływami firmy w filarach środowiskowym, społecznym i zarządczym. Celem było ustalenie perspektywy interesariuszy wewnętrznych i uporządkowanie wiedzy.

W grudniu 2023 r. w formie spotkania na żywo odbył się w browarze w Brzesku dialog z interesariuszami zewnętrznymi: przedstawicielami i przedstawicielkami klientów, podwykonawców, dostawców, władz samorządowych, placówek edukacyjnych i stowarzyszeń. Ze strony Carlsberg Polska w części wprowadzającej wzięli udział Kierowniczka ds. zrównoważonego rozwoju, Dyrektor Browaru Okocim oraz

Dyrektorka ds. korporacyjnych i ESG. Dialog, zorganizowany w oparciu o międzynarodowy Standard AA1000 (AccountAbility), był animowany przez niezależnych i bezstronnych moderatorów z firmy doradczej wspierającej proces raportowania. Spotkanie miało charakter warsztatowy (dyskusja w grupie), co sprzyjało zaangażowaniu uczestniczek i uczestników, a także stwarzało możliwość zgłaszania własnych propozycji zagadnień do uwzględnienia w raporcie i wymiany myśli na dyskutowane tematy. Zostało przygotowane i przeprowadzone tak, aby osoby biorące w nim udział mogły otwarcie wyrażać swoje zdanie – bez obaw o przyszłe relacje z firmą. Celem warsztatów było ustalenie perspektywy otoczenia przedsiębiorstwa i uzupełnienie wniosków z warsztatów diagnostycznych, a także zebranie informacji na temat postulatów i potrzeb interesariuszy dotyczących zarządzania przez nas zrównoważonym rozwojem. Przedstawicielki i przedstawiciele interesariuszy zwrócili uwagę m.in. na kwestie związane z ochroną środowiska oraz edukacją ekologiczną i możliwe dalsze działania firmy na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym, a także wyrazili oczekiwania w odniesieniu do wspólnych działań mających na celu wzmacnianie tożsamości lokalnej i popularyzację historii Brzeska.

Efekty dialogu zostały wykorzystane podczas opracowywania niniejszego raportu, a także będą przez nas brane pod uwagę przy planowaniu dalszych działań w sferach:

środowiskowej, pracowniczej, społecznej i ładu wewnętrznego.

Firma doradcza poddała analizie materiały wewnętrzne Carlsberg Polska (m.in. wcześniejsze raporty ESG) oraz notatki z warsztatów diagnostycznych i sesji dialogu społecznego i na tej podstawie stworzyła wstępną rozszerzoną listę 22 istotnych tematów raportowania. Została ona następnie poddana ocenie istotności wpływu oraz istotności finansowej.

W ramach pomiaru istotności wpływu przeprowadzona została ankieta online. Interesariusze zewnętrzni oraz pracownicy oceniali dotkliwość, zakres i nieodwracalność poszczególnych wpływów firmy na pięciostopniowej skali Likerta. Wyniki zostały zagregowane i uśrednione, a każdemu tematowi zrównoważonego rozwoju została przypisana wartość liczbowa.

W ramach pomiaru istotności finansowej został przeprowadzony stacjonarny warsztat z przedstawicielami działów finansowych oraz działów kluczowych dla generowania przychodów w Carlsberg Polska. Ich uczestnicy zostali zapoznani z tematami zrównoważonego rozwoju oraz założeniami analizy podwójnej istotności, a następnie poproszeni o przyporządkowanie każdemu tematowi wartości liczbowej na pięciostopniowej skali Likerta. Ich odpowiedzi zostały zagregowane i uśrednione, a każdemu tematowi zrównoważonego rozwoju została przypisana wartość liczbowa.

Dzięki uzyskaniu dwóch ilościowych wymiarów istotności dla każdego z nich możliwe było wyselekcjonowanie tematów o najwyższych wynikach, a następnie stworzenie na tej podstawie listy tematów istotnych.

Istotne tematy zrównoważonego rozwoju

W ramach badania podwójnej istotności wyłoniono 15 tematów istotnych, w tym 5 tematów środowiskowych, 2 tematy pracownicze, 4 tematy społeczne i 4 tematy dotyczące ładu zarządczego. Spośród

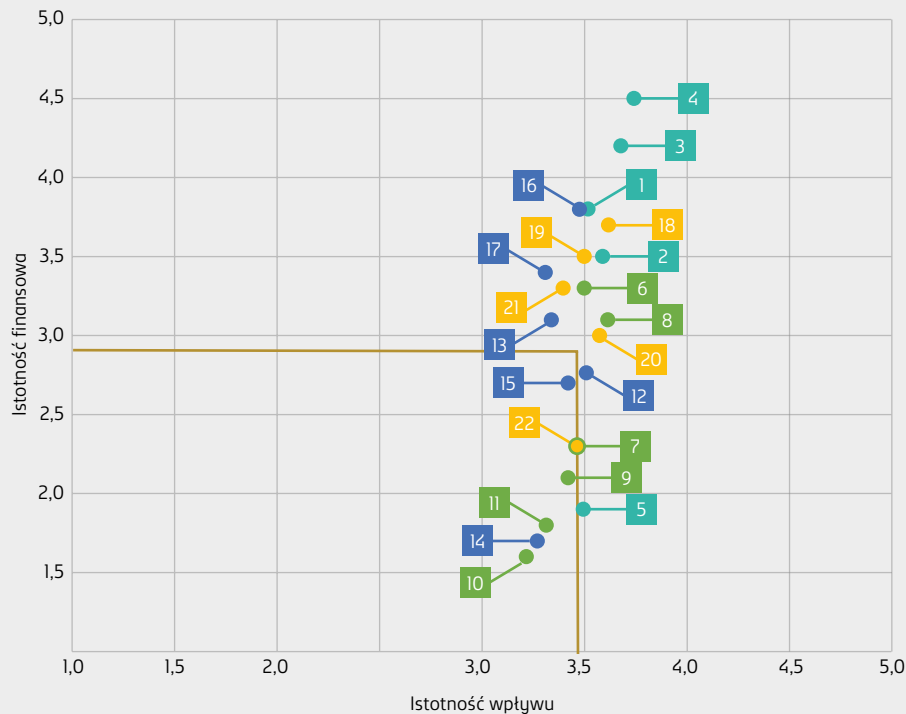
szerokiej listy zagadnień najwyższą wagę przypisana została tematom środowiskowym, w tym przede wszystkim odpowiedzialnemu gospodarowaniu zasobami i zarządzaniu odpadami, w tym działaniom na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym, a także zrównoważonej produkcji opakowań i działaniom na rzecz ich ponownego użycia oraz recyklingu.

Na tegoroczną listę trafiły cztery tematy, które nie mają swoich ścisłych odpowiedników

w szeszciorocznym procesie raportowania. Są to: ochrona danych klientów, partnerskie stosunki z kontrahentami, zapewnienie dobrych warunków zatrudnienia w całym łańcuchu wartości oraz pozyskiwanie surowców rolnych z dbałością o środowisko naturalne. Kilka zagadnień zostało uznanych za mające mniejsze znaczenie niż w analizie zrealizowanej na potrzeby poprzedniego raportu i nie uzyskały one statusu tematów istotnych. Są to: wkład w rozwój społeczno-ekonomiczny kraju i regionów, wspieranie

rozwoju pracowników, działania z obszaru DEI (różnorodność, równość i włączanie) oraz współpraca ze społecznościami lokalnymi i wspieranie wolontariatu.

W raporcie w pewnym zakresie uwzględniono część tematów, które w toku analizy opisaną powyżej nie zostały uznane za istotne. Kierowano się m.in. dążeniem do ciągłości raportowania oraz chęcią uwzględnienia dodatkowych oczekiwań zgłaszanych przez interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych.



Całość listy przedstawia się następująco (wytłuszczono tematy wybrane jako istotne):

Tematy środowiskowe:

- 1. Redukcja emisji gazów cieplarnianych i innych zanieczyszczeń w łańcuchu wartości, w tym zmniejszanie zużycia energii**
- 2. Minimalizacja zużycia wody i wpływu na ekosystemy wodne**
- 3. Odpowiedzialne gospodarowanie zasobami i zarządzanie odpadami, w tym działania na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym**
- 4. Zrównoważona produkcja opakowań i działania na rzecz ich ponownego użycia oraz recyklingu, w tym prace nad systemem kaucyjnym**
- 5. Pozyskiwanie surowców rolnych z dbałością o środowisko naturalne**

Tematy pracownicze:

- 6. Zapewnianie dobrych warunków zatrudnienia w całym łańcuchu wartości**
- 7. Dbałość o dobrostan pracowników
- 8. Bezpieczeństwo i higiena pracy**
- 9. Wspieranie rozwoju pracowników
- 10. Działania z obszaru DEI (różnorodność, równość i włączanie)
- 11. Respektowanie praw pracowniczych, w tym wolności zrzeszania się, oraz współpraca ze związkami zawodowymi

Tematy społeczne:

- 12. Edukacja społeczna, m.in. na temat odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu
- 13. Odpowiedzialny marketing i komunikacja z interesariuszami**

- 14. Współpraca ze społecznościami lokalnymi i wspieranie wolontariatu
- 15. Wkład w rozwój społeczno-ekonomiczny kraju i regionów
- 16. Wysoka jakość i bezpieczeństwo oferowanych produktów**
- 17. Wprowadzanie innowacji w produkcji oraz optymalizacja dystrybucji**

Tematy dotyczące ładu zarządczego:

- 18. Ochrona danych klientów**
- 19. Partnerskie stosunki z kontrahentami**
- 20. Przeciwdziałanie korupcji**
- 21. Udział w działaniach lobbingskich i konsultacjach społecznych**
- 22. Dostępność kanałów zgłaszania nieprawidłowości oraz ochrona sygnalistów

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. 46		<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. 15, 39
	<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. 63		<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. 63
	<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. 39		<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. 30, 31, 39
	<p>7.2. Do 2030 roku znacząco zwiększyć udział odnawialnych źródeł energii w globalnym miesie energetycznym.</p> <p>7.3. Do 2030 roku podwoić wskaźnik wzrostu globalnej efektywności zużycia energii.</p>	str. 15		<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. 54, 63		<p>16.5. Znacząco zmniejszyć poziom korupcji i łapówkarstwa we wszystkich formach.</p>	str. 75

ZESTAWIENIA TABELARYCZNE

DANE ŚRODOWISKOWE

GRI 2-7

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
GRI 302-1	CAŁKOWITE ZUŻYCIE ENERGII W BROWARACH CARLSBERG POLSKA (MWh)								
Okocim	85 943	74 650	79 663	81 878	79 513	75 210	82 227	80 848	77 939
Kasztelan	38 251	36 433	39 834	36 906	37 444	36 133	37 812	38 294	35 497
Bosman	30 261	25 156	25 392	26 851	26 850	30 761	29 123	28 650	23 706
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	19,92	20,62
Kasztelan	16,5	17,16	17,05	15,76	15,18	14,28	14,27	14,03	14,02
Bosman	21,58	22,16	22,76	22,34	25,42	22,38	23,01	21,17	22,48
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	12 903 985
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	6 490 369
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	3 300 533
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	2,76	3,41
Kasztelan	2,40	2,49	2,51	2,28	2,18	2,02	2,04	1,94	2,56
Bosman	3,08	3,15	3,26	3,17	3,54	3,12	3,25	2,91	3,13
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	9 937 284
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	5 830 150
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	2 989 490
GRI 306-3	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	2,63
Kasztelan	3,00	2,98	2,85	3,06	2,63	2,54	2,45	2,36	2,3
Bosman	3,30	3,29	3,15	3,05	3,31	2,90	2,79	2,72	2,84
GRI 306-3	CAŁKOWITA WAGA WYTWORZONYCH ODPADÓW STAŁYCH [t]								
Okocim								10 968	10 467
Kasztelan								7 603	5 718
Bosman								2 414	1 843

W stosunku do poprzedniego raportu skorygowano dane dotyczące 2022 r. dla wskaźników 302-3 oraz 305-4, a także poprawiono jednostkę dla wskaźnika 302-1.

PRACOWNICY

GRI 2-7

CAŁKOWITA LICZBA PRACOWNIKÓW FIRMY W PODZIALE NA PLEĆ

Kobiety	341
Mężczyźni	951
RAZEM	1292

PRACOWNICY NA UMOWIE NA CZAS NIEOKREŚLONY

Kobiety	312
Mężczyźni	849
RAZEM	1161

PRACOWNICY NA UMOWIE NA CZAS OKREŚLONY

Kobiety	29
Mężczyźni	102
RAZEM	131

PRACOWNICY ZATRUDNIENI NA PEŁEN ETAT

Kobiety	333
Mężczyźni	928
RAZEM	1261

PRACOWNICY ZATRUDNIENI NA CZĘŚĆ ETATU

Kobiety	8
Mężczyźni	23
RAZEM	31

Stan na 31.12.2023 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	1	3
powyżej 50 lat	1	2	
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	1	3
powyżej 50 lat	1	2	
ŁĄCZNIE	6	3	3

DYREKTORZY			
poniżej 30 lat			
od 30 do 50 lat	27	8	19
powyżej 50 lat	5	3	2
ŁĄCZNIE	32	11	21

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

poniżej 30 lat	6	3	3
od 30 do 50 lat	196	65	131
powyżej 50 lat	37	1	36
ŁĄCZNIE	239	69	170

PODZIAŁ ZE WZGLĘDU NA KATEGORIĘ I WIEK:	ŁĄCZNIE	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI
PRACOWNICY OPERACYJNI			
poniżej 30 lat	107	6	83
od 30 do 50 lat	267	25	242
powyżej 50 lat	174	24	150
ŁĄCZNIE	530	55	475

PRACOWNICY ADMINISTRACYJNI			
poniżej 30 lat	70	27	43
od 30 do 50 lat	358	165	193
powyżej 50 lat	57	11	46
ŁĄCZNIE	485	203	282

URLOPY RODZICIELSKIE

GRI 401-3

URLOPY RODZICIELSKIE	2023		
	ŁĄCZNIE	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI
Liczba pracowników, którzy między 1.01. a 31.12.2022 r. posiadali uprawnienie do urlopu rodzicielskiego	83	29	54
Liczba pracowników, którzy między 1.01. a 31.12.2022 r. skorzystali z uprawnienia do urlopu rodzicielskiego	83	29	54
Liczba pracowników, którzy od między 1.01. a 31.12.2022 r. powrócili do pracy po wykorzystaniu urlopu rodzicielskiego	71	22	49
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	91	38	53

ŚREDNIA LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH W ROKU PRZYPADAJĄCA NA PRACOWNIKA

GRI 404-1

CAŁKOWITA LICZBA PRACOWNIKÓW W PODZIALE NA PŁEĆ	2023
Kobiety	343
Mężczyźni	955
RAZEM	1 298
LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH W PODZIALE NA PŁEĆ PRACOWNIKÓW	
Kobiety	5 596
Mężczyźni	13 947
RAZEM	19 543
LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH W PODZIALE NA KATEGORIE PRACOWNIKÓW	
PODZIAŁ ZE WZGLĘDU NA POZYCJĘ W STRUKTURZE:	
Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej	151
Dyrektorzy	423
Menedżerowie niższego szczebla, tj. kierownicy i ich odpowiednicy	2 949
Pracownicy operacyjni	2 212
Pracownicy administracyjni	13 808
RAZEM	19 543
ŚREDNIA LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH PRZYPADAJĄCA NA PRACOWNIKA	15,5
Średnia liczba godzin szkoleniowych w podziale na płeć	
Średnia liczba godzin szkoleniowych przypadająca na kobiety	16,3
Średnia liczba godzin szkoleniowych przypadająca na mężczyzn	14,6

INDEKS TREŚCI GRI

Spółka Carlsberg Polska sp. z o.o. sporządziła raport zgodnie ze Standardami GRI za okres od 1.01.2023 do 31.12.2023.

GRI 1: Foundation 2021

WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	KOMENTARZ
OGÓLNE UJAWNIECIA			
GRI 2: Ogólne ujawnienia 2021	2-1	2-1 Dane na temat organizacji	str. 4, 69
	2-2	Podmioty objęte raportowaniem zrównoważonego rozwoju w organizacji	str. 93
	2-3	Okres objęty raportem, częstotliwość raportowania i dane kontaktowe	str. 93
	2-4	Korekty informacji	str. 94
	2-5	Weryfikacja zewnętrzna	str. 93
	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 str. 7, na temat rynków eksportowych – na str. 4.
	2-7	Pracownicy	str. 97
	2-8	Osoby świadczące pracę niebędące pracownikami	W 2023 r. zatrudniliśmy 134 osoby niebędące pracownikami Carlsberg Polska, lecz podwykonawcami lub pracownikami agencji pracy tymczasowej (stan na 31.12.2023); ponadto z 14 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. 11, 69 W ramach najwyższych organów zarządzających nie funkcjonują komitety, które odpowiadałyby za podejmowanie decyzji i kontrolę zarządzania wpływem na gospodarke, środowisko i społeczeństwo.
	2-10	Powoływanie i wybór najwyższych organów zarządzających	str. 69
	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. 9
	2-13	Delegowanie odpowiedzialności za zarządzanie wpływem	str. 9
	2-14	Rola najwyższych organów zarządzających w raportowaniu zrównoważonego rozwoju	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. 75
	2-16	Komunikacja kwestii krytycznych	Kwestie krytyczne zgłaszane są, zgodnie z Polityką i Podręcznikiem Zarządzania Kryzysowego, do Zespołu Zarządzania Kryzysowego, któremu przewodniczy Dyrektor Działu Audytu Wewnętrznego i Rozwoju Procesów Biznesowych. Pominięte wymagania: Firma nie raportuje liczby ani charakteru kwestii krytycznych komunikowanych Zarządowi w roku objętym raportem. Powód: Informacje poufne. Wyjaśnienie: Dane mają charakter poufny.

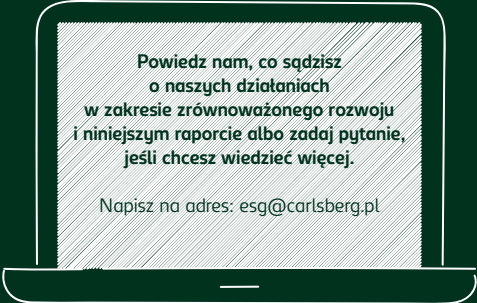
WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	KOMENTARZ
	2-17	Zbiorowa wiedza najwyższych organów zarządzających	str. 9
	2-18	Ocena działań najwyższych organów zarządzających	str. 9
	2-19	Polityki wynagrodzeń	Pominięte wymagania: Firma nie raportuje niniejszego wskaźnika. Powód: Informacje poufne. Wyjaśnienie: Dane mają charakter poufny.
	2-20	Proces ustalania wynagrodzeń	Pominięte wymagania: Firma nie raportuje niniejszego wskaźnika. Powód: Informacje poufne. Wyjaśnienie: Dane mają charakter poufny.
	2-21	Roczny wskaźnik całkowitego wynagrodzenia	Pominięte wymagania: Firma nie raportuje niniejszego wskaźnika. Powód: Informacje poufne. Wyjaśnienie: Dane mają charakter poufny.
	2-22	Oświadczenie w sprawie strategii zrównoważonego rozwoju	str. 2, 3
	2-23	Zobowiązania w ramach polityk	str. 8, 11, 76-77 Polityki i zawarte w nich zobowiązania są zatwierdzone przez Komitet Wykonawczy Grupy Carlsberg.
	2-24	Realizacja zobowiązań w ramach polityk	str. 11
	2-25	Procesy łagodzenia negatywnego wpływu	str. 75
	2-26	Mechanizmy zasięgania porad i sygnalizowania potencjalnych nieprawidłowości	str. 75
	2-27	Zgodność z prawem i regulacjami	str. 74
	2-28	Członkostwo w organizacjach	str. 90
	2-29	Podejście do angażowania interesariuszy	str. 89
	2-30	Układy zbiorowe	W Carlsberg Polska funkcjonuje układ zbiorowy pracy, obejmujący wszystkich pracowników.
ISTOTNE ZAGADNIENIA			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-1	Proces określania istotnych zagadnień	str. 93
	3-2	Lista istotnych zagadnień	str. 93
ISTOTNY TEMAT: PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Przeciwdziałanie korupcji	str. 75
GRI 205: Zapobieganie korupcji 2016	205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	str. 75
ISTOTNY TEMAT: ODPOWIEDZIALNE GOSPODAROWANIE ZASOBAMI I ZARZĄDZANIE ODPADAMI, W TYM DZIAŁANIA NA RZECZ GOSPODARKI O OBIEGU ZAMKNIĘTYM			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Odpowiedzialne gospodarowanie zasobami i zarządzanie odpadami, w tym działania na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym	str. 29
GRI 301: Materiały i surowce 2016	301-2	Wykorzystane materiały wejściowe z recyklingu	str. 29

WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	KOMENTARZ
ISTOTNY TEMAT: MINIMALIZACJA ZUŻYCIA WODY I WPŁYWU NA EKOSYSTEMY WODNE			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Minimalizacja zużycia wody i wpływu na ekosystemy wodne	str. 34, 40
GRI 303: Woda i ścieki 2018	303-1	Interakcje z wodą jako zasobem wspólnym	str. 34
	303-2	Zarządzanie skutkami związanymi z odprowadzaniem wody	str. 36, 40
	303-5	Zużycie wody	str. 35, 96
ISTOTNY TEMAT: REDUKCJA EMISJI GAZÓW CIEPLARNIANYCH I INNYCH ZANIECZYSZCZEŃ W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI, W TYM ZMNIEJSZANIE ZUŻYCIA ENERGII			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Redukcja emisji gazów cieplarnianych i innych zanieczyszczeń w łańcuchu wartości, w tym zmniejszanie zużycia energii	str. 13, 18
GRI 302: Energia 2016	302-1	Zużycie energii w organizacji	str. 96
	302-3	Intensywność zużycia energii	str. 96
	302-4	Redukcja zużycia energii	str. 18
GRI 305: Emisje 2016	305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1)	str. 96
	305-2	Pośrednie energetyczne emisje gazów cieplarnianych (Zakres 2)	str. 96
	305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych	str. 16, 96
	305-5	Redukcja emisji gazów cieplarnianych	str. 29
ISTOTNY TEMAT: ZRÓWNOWAŻONA PRODUKCJA OPAKOWAŃ I DZIAŁANIA NA RZECZ ICH PONOWNEGO UŻYCIA ORAZ RECYKLINGU, W TYM PRACE NAD SYSTEMEM KAUCYJNYM			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Zrównoważona produkcja opakowań i działania na rzecz ich ponownego użycia oraz recyklingu, w tym prace nad systemem kaucyjnym	str. 27, 32, 91
GRI 306: Odpady 2020	306-3	Wytworzone odpady	str. 32, 96
ISTOTNY TEMAT: ZAPEWNIANIE DOBRZYCH WARUNKÓW ZATRUDNIENIA W CAŁYM ŁAŃCUCHU WARTOŚCI			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Zapewnianie dobrych warunków zatrudnienia w całym łańcuchu wartości	str. 57, 76, 90
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. 99
ISTOTNY TEMAT: BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Bezpieczeństwo i higiena pracy	str. 50
GRI 403: BHP 2018	403-1	403-1 System zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy	str. 52
	403-2	403-2 Identyfikacja zagrożeń, ocena ryzyka i badanie wypadków	str. 52

WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	KOMENTARZ
	403-4	403-4 Wpływ pracowników na decyzje, konsultacje i komunikacja w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	str. 52
	403-5	403-5 Szkolenia dla pracowników w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	str. 54
	403-6	403-6 Programy promocji zdrowia dla pracowników	Pracownicy Carlsberg Polska są objęci opieką medyczną LUX MED.
	403-7	403-7 Zapobieganie i łagodzenie wpływu na zdrowie i bezpieczeństwo związane z relacjami biznesowymi organizacji	str. 53
	403-8	403-8 Pracownicy objęci systemem zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy	str. 52
	403-9	403-9 Urazy związane z pracą	str. 51
	403-10	403-10 Problemy zdrowotne związane z pracą	Brak zdiagnozowanych chorób zawodowych.
ISTOTNY TEMAT: WYSOKA JAKOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO OFEROWANYCH PRODUKTÓW			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Wysoka jakość i bezpieczeństwo oferowanych produktów	str. 80, 81
GRI 416: Zdrowie i bezpieczeństwo klientów 2016	416-1	Ocena wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo	str. 80, 81, 82
ISTOTNY TEMAT: ODPOWIEDZIALNY MARKETING I KOMUNIKACJA Z INTERESARIUSZAMI			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Odpowiedzialny marketing i komunikacja z interesariuszami	str. 47
GRI 417: Marketing oraz znakowanie produktów i usług 2016	417-1	Wymagania dotyczące informowania o produktach i usługach oraz ich znakowania	str. 48
	417-2	Przypadki niezgodności z zasadami dotyczącymi informowania o produktach i usługach oraz ich znakowania	str. 48
	417-3	Przypadki niezgodności z zasadami dotyczącymi komunikacji marketingowej	str. 47
ISTOTNY TEMAT: POZYSKIWANIE SUROWCÓW ROLNYCH Z DBAŁOŚCIĄ O ŚRODOWISKO NATURALNE			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Pozyskiwanie surowców rolnych z dbałością o środowisko naturalne	str. 22
	Własny 1	Produkcja piwa uwarzonego z jęczmienia z upraw regeneratywnych	str. 23
ISTOTNY TEMAT: WPROWADZANIE INNOWACJI W PRODUKCJI ORAZ OPTYMALIZACJA DYSTRYBUCJI			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Wprowadzanie innowacji w produkcji oraz optymalizacja dystrybucji	str. 72
	Własny 2	Innowacje organizacyjne i techniczne wdrożone w roku objętym raportem	str. 72

WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	KOMENTARZ
ISTOTNY TEMAT: EDUKACJA SPOŁECZNA, M.IN. NA TEMAT ODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Edukacja społeczna, m.in. na temat odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu	str. 42
	Własny 3	Łączny zasięg działań promujących odpowiedzialną konsumpcję napojów alkoholowych	str. 43
ISTOTNY TEMAT: OCHRONA DANYCH KLIENTÓW			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Ochrona danych klientów	str. 74
GRI 406: Zapobieganie dyskryminacji 2016	418-1	Uzasadnione skargi dotyczące naruszenia prywatności i utraty danych klientów	str. 74
ISTOTNY TEMAT: PARTNERSKIE STOSUNKI Z KONTRAHENTAMI			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Partnerskie stosunki z kontrahentami	str. 80
	Własny 4	Liczba audytów strategicznych dostawców	str. 80
ISTOTNY TEMAT: UDZIAŁ W DZIAŁANIACH LOBBINGOWYCH I KONSULTACJACH SPOŁECZNYCH			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi tematami – aspekt: Udział w działaniach lobbingowych i konsultacjach społecznych	str. 91
	Własny 5	Zasięg działań animujących debatę publiczną	str. 91
POZOSTAŁE WSKAŹNIKI UJĘTE W RAPORCIE, NIEPRZYPISANE DO TEMATÓW ISTOTNYCH			
GRI 203. Pośredni wpływ ekonomiczny 2016	203-2	Znaczący pośredni wpływ ekonomiczny	str. 6
GRI 404. Szkolenia i edukacja 2016	404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika	str. 65, 99
GRI 404. Szkolenia i edukacja 2016	404-2	Programy podnoszenia kwalifikacji pracowników i programy wsparcia w okresie przejściowym	str. 65
GRI 404. Szkolenia i edukacja 2016	404-3	Odsetek pracowników regularnie otrzymujących oceny pracy i rozwoju kariery	str. 66
GRI 405: Różnorodność i równość szans 2016	405-1	Różnorodność organów zarządzających i pracowników	str. 98

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 filled with a light-colored, textured background of fine, overlapping lines. Centered on the screen is a block of text in a bold, sans-serif font. Below the text, there is a small horizontal line representing the laptop's keyboard.

**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