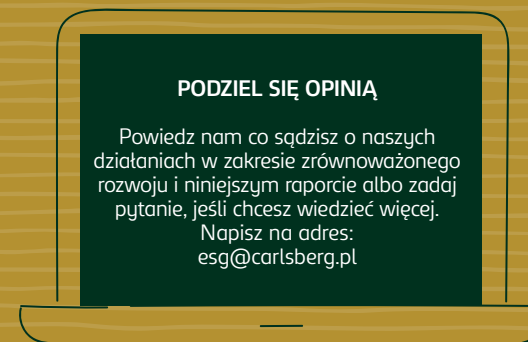


# RAPORT ESG 2021

**Carlsberg**  
Polska

# SPIS TREŚCI

## Zapraszamy do lektury Raportu ESG (Environment, Social, Governance) Carlsberg Polska za rok 2021.



### WSTĘP

Poznaj nas i naszą strategię biznesową wraz z założeniami programu zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO.

List CEO Grupy Carlsberg.....	3
List CEO Carlsberg Polska.....	4
Grupa Carlsberg.....	5
Together Towards ZERO.....	6
Carlsberg Polska.....	7

### TOGETHER TOWARDS ZERO

Odkryj jakie działania podejmujemy, aby zrealizować cele Together Towards ZERO.

<b>ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO</b> .....	12
<b>ZERO MARNOWANIA WODY</b> .....	21
<b>ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU</b> .....	27
<b>ZERO WYPADKÓW</b> .....	37

### ODPOWIEDZIALNY BIZNES

Sprawdź w jaki sposób realizujemy nasze zobowiązania w zakresie prowadzenia odpowiedzialnego biznesu.

Nasze wartości.....	47
Etyka i przeciwdziałanie korupcji.....	48
Zarządzanie różnorodnością.....	50
Rozwój talentów.....	52
Zaangażowanie pracowników.....	55
Zapewnianie jakości i bezpieczeństwa produktów.....	58
Rozwój społeczności lokalnych.....	62

### ZARZĄDZANIE I PRZEJRZYSTOŚĆ

Przeczytaj jak zarządzamy naszą organizacją i jej wpływem na otoczenie oraz jak budujemy relacje z interesariuszami.

Struktura zarządcza.....	69
Zarządzanie zrównoważonym rozwojem.....	70
Wpływ na otoczenie.....	71
Zarządzanie ryzykiem.....	73
Relacje z interesariuszami.....	74
O raporcie.....	77
• Realizacja celów zrównoważonego rozwoju.....	80
• Zestawienia tabelaryczne.....	81
• Tabela GRI.....	84

## LIST CEO GRUPY CARLSBERG



### W Carlsberg warzymy dla lepszego dziś i jutro.

Wierzymy, że nasze wyniki biznesowe oraz te w obszarach ESG idą w parze. Jedno nie może się rozwijać bez drugiego. Musimy być pewni, że w dłuższej perspektywie prowadzimy naszą działalność w zrównoważony sposób, optymalizując zwrot finansowy w krótkim okresie.

Jesteśmy przekonani, że zaangażowanie w zrównoważony rozwój wzmocniło naszą odporność na kolejny bardzo trudny rok. Solidne wyniki finansowe pozwalają nam podejmować dalsze odważne działania, aby przeciwdziałać coraz większym globalnym wyzwaniom w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Pandemia COVID-19 to w ostatnim czasie jedno z wielu wyzwań, przed którymi stoi świat. Ekstremalne warunki pogodowe, które wystąpiły w wielu regionach w 2021 roku pokazują potrzebę podjęcia pilnych działań, aby przeciwdziałać kryzysowi klimatycznemu. Nauka mówi jasno - znajdujemy się w kluczowym momencie, a najbliższe lata będą kluczowe dla ochrony przyszłości naszej planety.

Nikt nie jest w stanie samodzielnie stawić czoła temu globalnemu

wyzwaniu – potrzebujemy, aby firmy, rządy i społeczeństwa zjednoczyły się, aby zapewnić lepsze jutro. Carlsberg był jedną z pierwszych dziesięciu firm i pierwszym producentem piwa na świecie, które wyznaczyły cele oparte o naukę (Science Based Targets) zgodne z celem ograniczenia wzrostu globalnego ocieplenia do 1,5°C. Cieszę się, że coraz więcej firm dołącza do tego ruchu.

Przed COP26 dotoczyłem do innych dyrektorów generalnych z apelem do decydentów politycznych o zwiększenie tempa budowy gospodarek o zerowej emisji netto, w oparciu o śmiałe zobowiązania, polityki i działania. Z zadowoleniem przyjmuję zobowiązania podjęte w pakcie klimatycznym z Glasgow, aby utrzymać cel 1,5°C.

Konsumenci odgrywają również kluczową rolę w tworzeniu niskoemisyjnej przyszłości. Cieszy fakt, że coraz więcej osób chce kupować produkty od zaangażowanych marek.

ZERO śladu węglowego to jedna z czterech ambicji naszego programu zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO, który jest częścią biznesowej strategii firmy SAIL'22. Ciężko pracujemy, aby wnieść swój wkład w ograniczenie emisji CO<sub>2</sub> z naszych browarów i całego łańcucha

wartości. W ciągu ostatnich sześciu lat osiągnęliśmy bardzo wiele. Emisja dwutlenku węgla z browarów na hektolitr piwa spadła o 40% od 2015 roku i robimy duże postępy w ograniczaniu tzw. emisji „beer-in-hand”, czyli w łańcuchu wartości.

Analogicznie poprawiliśmy również wyniki w zakresie celu ZERO marnowania wody zmniejszając zużycie wody na hektolitr gotowego piwa o 21% . Aby realizować cel ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji zwiększyliśmy od 2015 roku o 114% liczbę oferowanych piw bezalkoholowych (AFB).

Niestety, w 2021 roku mieliśmy natomiast regres jeśli chodzi o cel związany z tworzeniem kultury ZERO wypadków. Zanotowaliśmy wzrost liczby wypadków drogowych i dwa śmiertelne wypadki naszych podwykonawców. Dokładamy starań, aby zintensyfikować jeszcze bardziej nasze działania i skuteczniej zapobiegać takim tragediom m.in. poprzez odświeżenie kampanii na rzecz egzekwowania naszych Zasad Ratujących Życie oraz wyeliminowanie niebezpiecznych zachowań.

Jesteśmy zaangażowani w przestrzeganie zasad UN Global Compact. W 2021 roku skoncentrowaliśmy uwagę na tematach takich jak:

różnorodność i integracja (diversity & inclusion). Dla mnie to, jak postępujemy, jest tak samo ważne, jak wyniki, które osiągamy. W ostatecznym rozrachunku chodzi o traktowanie wszystkich ludzi z szacunkiem. Szacunek sprawia, że zaangażowanie naszych pracowników pozostaje silne pomimo różnych wyzwań, w tym związanych z pandemią.

Pracownicy wspierają nas w codziennej pracy w zakresie realizacji celów zrównoważonego rozwoju jak również w rozwijaniu strategii na przyszłe lata. Z przyjemnością włączyliśmy 138 koleżanek i kolegów we współtworzenie biznesowej strategii SAIL'27 i aktualizację programu Together Towards ZERO.

Otoczający nas świat zmienia się, a my dbamy o to, aby zmieniać się wraz z nim pozostając punktem odniesienia dla naszych konsumentów i społeczeństwa. Nasza nowa strategia będzie napędzać rozwój biznesu w nadchodzących latach i pozostanie tak ambitna, jak zawsze.

**Cees't Hart**  
CEO, Carlsberg Group

04.02.2022 r.

**Jesteśmy przekonani, że zaangażowanie w zrównoważony rozwój wzmocniło naszą odporność na kolejny bardzo trudny rok.**

**Cees't Hart**  
CEO, Carlsberg Group

## LIST CEO CARLSBERG POLSKA



### Szanowni Państwo,

Trzymacie Państwo w rękach Raport ESG Carlsberg Polska za 2021 rok, podsumowujący nasze wyniki i działania w obszarze Środowiska (Environment), Społecznej odpowiedzialności (Social responsibility) i Ładu korporacyjnego (Corporate governance).

Dziś, gdy piszę ten list, światem wstrząsają doniesienia o dramatycznej wojnie w Ukrainie, więc na miniony rok patrzymy teraz z zupełnie innej perspektywy. Niemniej jednak rok 2021 postawił przed nami sporo wyzwań. Trwająca od marca 2020 roku pandemia sprawiła, że nadal działaliśmy w podwyższonym rygorze sani-

tarnym, aby zapewnić bezpieczeństwo załogi i utrzymać ciągłość produkcji. Obostrzenia z nią związane miały również negatywny wpływ na osiągnięte przez nas wyniki. Dużym wyzwaniem jest spadek rynku, który w porównaniu z rokiem poprzednim zmniejszył się wolumenowo aż o 4 punkty procentowe, jak również niespotykany dotąd wzrost kosztów działalności poprzez wzrost cen surowców, materiałów, energii i pracy.

Dzięki temu, że zespół Carlsberg Polska tworzą ludzie bardzo zaangażowani i pełni pasji do tego, co robią, udało nam się w tych niesprzyjających okolicznościach osiągnąć bardzo wiele. To dzięki nim zrealizowaliśmy na czas kluczowe inwestycje oraz wprowadziliśmy na rynek nowe produkty, które zdobyły popularność wśród konsumentów i uznanie piwnych ekspertów.

W niniejszym raporcie prezentujemy m.in. wyniki, jakie osiągnęliśmy w Polsce w ramach globalnej strategii zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO. Obejmuje ona cztery obszary, opisujące nasze strategiczne cele: ZERO śladu węglowego, ZERO marnowania wody, ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu i ZERO wypadków w pracy. Są one zgodne z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDGs).

W 2021 roku utrzymaliśmy emisję dwutlenku węgla na poziomie 2,65 kg CO<sub>2</sub>/hl gotowego piwa, a względne zużycie wody na hl uwarzonego piwa spadło z 2,66 hl/hl w roku 2020 do 2,64. Nieustannie poszukujemy nowych rozwiązań, które przybliżają nas do realizacji naszych długoterminowych ambicji. Ważną rolę w tym zakresie odgrywają liczne projekty optymalizacyjne na liniach produkcyjnych oraz inwestycje w innowacyjne i energooszczędne rozwiązania, m.in. instalacje odzysku wody i ciepła, czy np. nowe urządzenie do mycia butelek, które zakupiliśmy do naszego browaru w Sierpcu.

Bezpieczeństwo naszych pracowników jest najważniejsze we wszystkim co robimy, wszędzie, gdzie działamy. Nieustannie przy każdej okazji komunikuję, że każda i każdy z nas ma bardzo ważne zadanie – aby codziennie po zakończonej pracy w dobrym zdrowiu i bezpiecznie wrócić do domu i swoich bliskich. Mimo ogromnych starań i koncentracji zespołu na kwestiach bezpieczeństwa, w 2021 aż dziewięciu pracowników uległo w ciągu roku wypadkom, skutkującym zwolnieniem lekarskim. Szczególnie bolesny jest fakt, że na terenie jednego z naszych browarów wydarzył się również wypadek śmiertelny, w którym życie stracił pracownik firmy zewnętrznej.

Zdarzenia te powodują, że jeszcze mocniej koncentrujemy się na bezpieczeństwie, wdrażając nowe zasady pracy, obserwacji zjawisk potencjalnie niebezpiecznych, aby powodować, że bezpieczne zachowania znajdują się w DNA naszej organizacji, tworząc kulturę ZERO wypadków.

W obszarze ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu przeprowadziliśmy m.in. piątą już edycję programu edukacyjno-społecznego „Trzeźwo myślę”, która swoim zasięgiem objęła ponad 3 mln osób. Na każdym kroku podkreślamy konieczność odpowiedzialnej konsumpcji jak również odpowiedzialnych zachowań. Promujemy m.in. zasadę „nigdy nie jeżdżę po alkoholu”. Cała nasza flota samochodowa wyposażona jest w alkostopy. Poszerzamy także swoją ofertę w obszarze piw bezalkoholowych. Ich dynamika sprzedaży w roku 2021 sięgnęła blisko 30%.

W 2021 roku kontynuowaliśmy programy wspierające społeczność lokalne. W programie grantowym „Inicjatywy” realizowanych zostało dziesięć inicjatyw. Marka Bosman wsparła w Zachodniopomorskim 14 projektów zgłoszonych przez lokalne społeczności, a marka Piast 16 w Dolnośląskim. Łącznie przekazaliśmy na te kilkadziesiąt grantów

ponad pół miliona złotych. Ponadto, marka Harnaś przekazała ponad milion złotych na wsparcie ochotniczych straży pożarnych.

To tylko niektóre dane i informacje z Raportu. W obliczu globalnych kryzysów w tym m.in. klimatycznego, kwestie ochrony zasobów naturalnych, troszczenia się o wodę i minimalizowanie emisji CO<sub>2</sub>, a także szacunku do życia i zdrowia ludzi czyli ochrony świata jaki znamy, są w mojej ocenie najwyższą koniecznością. Zdajemy sobie sprawę, jak wielką rolę jako biznes mamy do odegrania w tych obszarach. Osobiście wierzę, że tylko działalność biznesowa prowadzona w sposób odpowiedzialny w każdym obszarze - środowiskowym, społecznym, etycznym umożliwi dalszy, stabilny rozwój firmy i buduje prawdziwe zaangażowanie pracowników. Serdecznie zachęcam do lektury. Mam nadzieję, że pozwoli ona Państwu uzyskać więcej informacji o naszym podejściu do zrównoważonego rozwoju i dokładniej poznać naszą firmę.

### Mieszko Musiał

Prezes zarządu Carlsberg Polska

26.04.2022 r.

## GRUPA CARLSBERG

Założona w Danii w 1847 r. firma Carlsberg jest jedną z największych międzynarodowych grup piwowarskich na świecie. W 2021 roku sprzedaliśmy ponad 140 milionów hektolitrów (hl) piw i napojów.

Nasza działalność wykazała się odpornością na zmienność i niepewność rynku związaną z COVID-19. W 2021 r. całkowita wielkość sprzedaży Grupy Carlsberg wzrosła o 9,3%, piwa rzemieślnicze i specjalności piwne wzrosły o 15%, a piwa bezalkoholowe nadal rosły o 17%.

Nasz zasięg operacyjny obejmuje 96 oddziałów w Europie Zachodniej, Europie Środkowo-Wschodniej i Azji. Produkty są sprzedawane na całym świecie, docierając do konsumentów poprzez sprzedaż krajową, eksport i umowy licencyjne.

Wartość, jaką tworzymy dla społeczeństwa, wykracza daleko poza nasze działania. Wspieramy wzrost i zrównoważony rozwój poprzez pozytywny wkład, jaki wnosimy do gospodarek na całym świecie m.in. do polskiej gospodarki (patrz str. 71).

Nasz większościowy udziałowiec, Fundacja Carlsberg, wykorzystuje wygenerowane zyski dla budowania korzyści społecznych. W 2021 r. oznaczało to przekazanie 879 mln DKK dotacji na wsparcie badań naukowych, sztuki, kultury i 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 obiegu zamkniętego.

### Dystrybucja:

Dystrybucja odbywa się za pomocą kanałów bezpośrednich i pośrednich. Dążymy do minimalizacji emisji w łańcuchu wartości (tzw. "beer in hand").

### 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**

**39 000+**

pracowników w 31 krajach

**1,09 mln**

dodatkowych miejsc pracy stworzonych w ramach łańcucha wartości

**40 mld DKK**

kontrybucji podatkowej

**96 mld DKK**

całkowitej wytworzonej wartości ekonomicznej

# TOGETHER TOWARDS ZERO

Naszym celem jest warzenie dla lepszego dziś i jutra. Prowadzenie działalności w sposób odpowiedzialny i zrównoważony wspiera ten cel i starania, aby tworzyć wartość dla akcjonariuszy i społeczeństwa.

Nasz program zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO (TTZ) określa nasze ambicje, a są to: ZERO śladu węglowego, ZERO marnotrawstwa wody, ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji i kultura ZERO wypadków do 2030 r. Realizujemy go już cztery lata i jesteśmy na dobrej drodze do osiągnięcia celów pośrednich wyznaczonych na 2022 r. (patrz grafika).

TTZ pomaga nam łagodzić długoterminowe ryzyka dla naszej działalności, stawiać czoła palącym, globalnym wyzwaniom środowiskowym i społecznym, maksymalnie wykorzystywać możliwości rozwoju zrównoważonych produktów oraz wspierać zdrowe wybory konsumentów.

W miarę utrwalania go w naszej kulturze organizacyjnej, tworzy możliwości biznesowe, będąc powodem do dumy dla naszych pracowników.

Misja

## WARZYMY DLA LEPSZEGO DZIŚ I JUTRA

SAIL'22 priorytety

WZMOCNIĆ POZYCJĘ NA RYNKU

SKONCENTROWAĆ SIĘ NA WZROŚCIE

STWORZYĆ KULTURĘ ZWYCIĘSTWA

DOSTARCZYĆ WARTOŚĆ DLA AKCJONARIUSZY

Program zrównoważonego rozwoju

Priorytety zrównoważonego rozwoju

Cele 2030 r.

Wyniki Grupy Carlsberg w 2020 r.

Cele 2022 r.

Podstawy

## TOGETHER TOWARDS ZERO

	ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO		ZERO MARNOWANIA WODY		ZERO NIEODPOWIEDZIALNEGO PICIA ALKOHOLU		ZERO WYPADKÓW	
	ZERO emisji dwutlenku węgla w browarach Grupy	30% redukcji emisji dwutlenku węgla typu beer-in-hand w łańcuchu wartości	50% redukcji zużycia wody w naszych browarach	Partnerstwo na rzecz ochrony wspólnych zasobów wodnych na obszarach wysokiego ryzyka	100% rynków, na których działamy poprawia rok do roku parametry promocji odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu		ZERO wypadków	
	40% redukcji od 2015 r.	7% redukcji w latach 2015-2019	21% redukcji od 2015 r.	100% nowego sprzętu chłodniczego o niskiej emisyjności CO <sub>2</sub>	17% dynamiki wzrostu sprzedaży piw bezalkoholowych w 2021 r.	33,6 mln osób - zasięg działań promocji odpowiedzialnej konsumpcji	168 wypadków ze zwolnieniem w 2021 r.	46% redukcji od 2015 r.
	50% redukcji emisji dwutlenku węgla w naszych browarach	Zero zastosowania węgla w naszych browarach	25% redukcji zużycia wody w naszych browarach	Partnerstwo na rzecz ochrony zasobów wodnych na obszarach wysokiego ryzyka	100% dostępności piwa bezalkoholowego	100% rynków, na których działamy, prowadzi programy promujące odpowiedzialną konsumpcję alkoholu	Redukcja wskaźnika wypadków rok do roku	
	100% energii elektrycznej z odnawialnych źródeł w browarach Grupy	15% redukcji emisji dwutlenku węgla typu beer-in-hand w łańcuchu wartości	Obniżenie zużycia wody do poziomu 2.0 HL/HL w browarach na obszarach wysokiego ryzyka		100% informacji nt. odpowiedzialnej konsumpcji na naszych opakowaniach i w komunikacji marek			
		100% nowego sprzętu chłodniczego o niskiej emisyjności CO <sub>2</sub>						



Postępowanie zgodnie z kompasem wartości · Otwarcie na różnorodność · Rozwój i angażowanie naszych pracowników · Odpowiedzialne zakupy · Jakość i bezpieczeństwo produktów

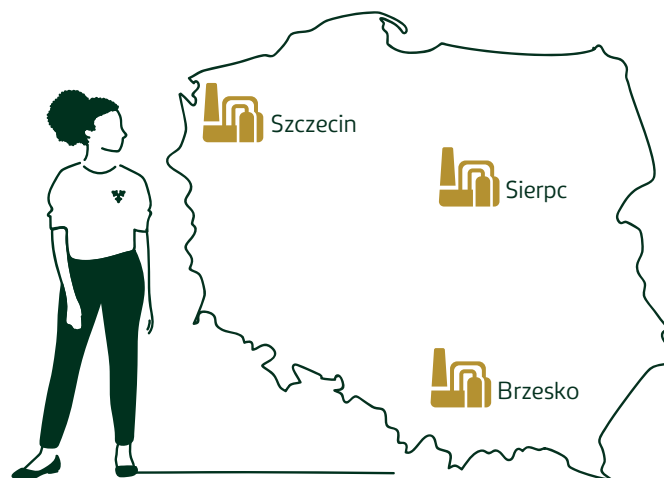
### ODPOWIEDZIALNY BIZNES

## CARLSBERG POLSKA

Carlsberg Polska zajmuje wiodące miejsce w polskiej branży piwowarskiej, będąc trzecim największym graczem na rynku piwa. Warzymy piwa najwyższej jakości, odwołując się do przyjemnych i radosnych stron dorosłego stylu życia. Konsumenci mogą wybierać z szerokiej oferty wielokrotnie nagradzanych marek piw, takich jak: Carlsberg, Okocim, Somersby, Garage, Kasztelan, Harnaś, Karmi, Grimbergen, Książ, Bosman oraz Piast. Od 2015 roku firma jest dystrybutorem piwa Guinness. Piwa z grupy Carlsberg Polska warzone są w trzech browarach o wieloletnich tradycjach piwowarskich, takich jak: Browar Okocim w Brzesku (1845), Browar Bosman w Szczecinie (1848) i Browar Kasztelan w Sierpcu (1972). Carlsberg Polska jest oddziałem duńskiej firmy Carlsberg działającej od 1847 roku.

Działamy w oparciu o strategię biznesową SAIL'22. Określa ona naszą działalność w obszarze piwa poprzez naszą misję – „Warzymy dla lepszego dziś i jutra”. Strategia określa nasze ambicje oraz sposób w jaki chcemy je osiągnąć, czyli strategiczne priorytety. Bezpośrednio ze strategią związany jest program zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO, który definiuje cele wyznaczone do 2030 roku. Są one zgodne z celami zrównoważonego rozwoju ONZ (Sustainable Development Goals).

### 3 browary



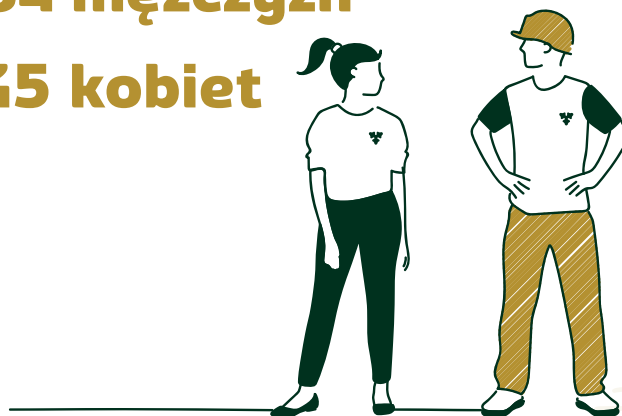
### 1329 pracowników

w 2021 r., w tym

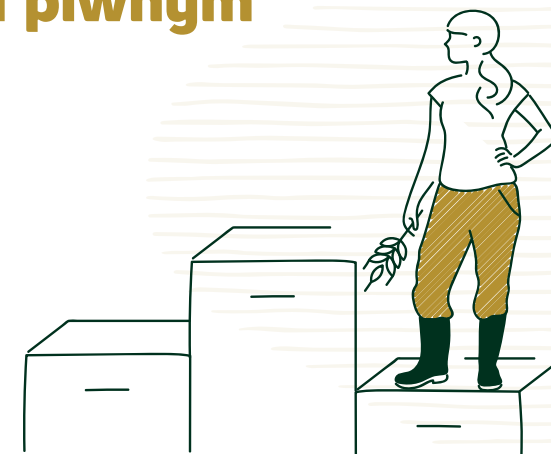
### 984 mężczyzn

oraz

### 345 kobiet



### 3 pozycja na polskim rynku piwnym



### 9 nowości piwnych w 2021 r.



# NASZE PIWA

## KATEGORIA: BEER TASTE

### Złoty paragon 2021

Nagroda Kupców Polskich



### Good Beer 2021

brązowy medal w kategorii „piwa pszeniczne”



### I miejsce

w kategorii piwa jasne w stylu europejski lager o ekstrakcie 11-12,9 błg w konkursie Chmielaki Krasnostawskie

### Good Beer 2021

srebro w kategorii „Ciemny Lager”





# NASZE PIWA FLAVOURED BEER

## Top Breakthrough Innovation 2021



## Piwnie akordy

w kategorii inspirowane alkoholem

## Srebrna perła ryнку FMCG

## I miejsce w konkursie Złoty paragon 2021

Nagroda Kupców Polskich



## Piwnie akordy

w kategorii owocowej

## Brązowa perła ryнку FMCG

## Piwnie akordy

w kategorii inspirowane alkoholem



Seth and Riley's Garage to marka od 2021 r. jest produkowane w Polsce. Wraz ze wzrostem znaczenia marki i piwa Garage w naszym portfelu, przenieśliśmy jego produkcję do Polski i w lutym 2021 r. w Browarze Okocim na linii B3 udało się rozlać pierwszą serię piwa Garage w butelce 400 ml. Wymagało to dostosowania linii B3 do butelki o nowej konstrukcji i pojemności, z nowym wymiarem etykiet, zamykanej kapslem typu pull-off, którego nigdy wcześniej nie stosowaliśmy.

# NASZE PIWA

## AFB - ALCOHOL FREE BEER

### I miejsce

na Chmielakach Krasnostawskich w kat. piwa bezalkoholowe w stylu Pils/Lager o zawartości alkoholu 0,0% obj.



**NOWOŚĆ!**



**NOWOŚĆ!**



### Złoty medal

w kategorii „smaki świata” w konkursie Piwne Akordy

### I miejsce

na Chmielakach Krasnostawskich w kat. piwa bezalkoholowe aromatyzowane lub z dodatkami o zawartości alkoholu 0,0% obj.



**NOWOŚĆ!**

### II miejsce

na Chmielakach Krasnostawskich w kat. piwa bezalkoholowe aromatyzowane lub z dodatkami o zawartości alkoholu 0,0% obj.



### III miejsce

na Chmielakach Krasnostawskich w kat. piwa bezalkoholowe aromatyzowane lub z dodatkami o zawartości alkoholu 0,0% obj.



# TOGETHER TOWARDS ZERO



## W TYM ROZDZIALE:

**ZERO**  
ŚLADU  
WĘGLOWEGO..... 12

**ZERO**  
MARNOWANIA WODY..... 21

**ZERO**  
NIEODPOWIEDZIALNEJ  
KONSUMPCJI ALKOHOLU..... 27

**ZERO**  
WYPADKÓW..... 37

Nasze ambicje, określone w programie zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO (TTZ) to: ZERO śladu węglowego, ZERO marnowania wody, ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji i kultura ZERO wypadków. Robimy postępy w zakresie ich realizacji współpracując z interesariuszami.



**2,65 kg CO<sub>2</sub>/hl**  
emisja CO<sub>2</sub> w naszych browarach

**2,64 hl/hl**  
względne zużycie wody

**9 wypadków**  
ze zwolnieniem lekarskim

**28,5%**  
dynamika wzrostu wartości sprzedaży piw  
bezałkoholowych Carlsberg Polska



**3 mln osób**  
zasięg programu „Trzeźwo Myślę”

# ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO

## CELE GRUPY CARLSBERG 2030

### ZERO

EMISJI DWUTLENKU WĘGLA  
W BROWARACH GRUPY

### 30%

REDUKCJI EMISJI DWUTLENKU  
WĘGLA TYPU BEER-IN-HAND  
W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI



## CELE GRUPY CARLSBERG 2022

### 50%

REDUKCJI EMISJI DWUTLENKU  
WĘGLA W BROWARACH GRUPY

### 100%

ENERGII ELEKTRYCZNEJ  
Z ODNAWIALNYCH ŹRÓDEŁ  
W BROWARACH GRUPY

### ZERO

ZASTOSOWANIA WĘGLA  
W BROWARACH GRUPY

### 15%

REDUKCJI EMISJI DWUTLENKU  
WĘGLA TYPU BEER-IN-HAND  
W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

### 100%

NOWEGO SPRZĘTU CHŁODNICZEGO  
O NISKIEJ EMISYJNOŚCI CO<sub>2</sub>

### 30

PARTNERSTW W CELU  
REDUKCJI EMISJI DWUTLENKU  
WĘGLA W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

## GRI 201-2

Musimy odegrać naszą rolę w przeciwdziałaniu kryzysowi klimatycznemu dla przyszłości naszej firmy i planety.

Konferencja klimatyczna COP26 i najnowszy raport Międzyrządowego Zespołu ds. Zmian Klimatu (IPCC) podkreśliły pilną potrzebę wspólnych działań w celu rozwiązania kryzysu klimatycznego. W ramach przygotowań do COP26 dyrektor generalny Grupy Carlsberg Cees 't Hart, dołączył do innych członków Alliance of CEO Climate Leaders, wzywając do odważnych zobowiązań, polityk i działań na rzecz zera emisji netto.

Nasze ambicje ZERO emisji dwutlenku węgla zobowiązują nas do wyeliminowania emisji z naszych browarów do 2030 r. i zmniejszenia śladu węglowego w naszym łańcuchu wartości – tzw. „beer-in-hand”. W 2017 roku byliśmy jedną z pierwszych dziesięciu firm na świecie i pierwszym browarem, którego cele zostały zatwierdzone przez inicjatywę Science Based Targets w zgodzie z celem ograniczenia globalnego wzrostu temperatury do 1,5°C. Cieszymy się, że od tego czasu ruch rozrósł się do ponad 1000 firm z różnych branż i regionów świata.

## PERSPEKTYWA GRUPY CARLSBERG

### CO DLA NAS OZNACZA „ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO”?

**Emisja z browarów:** Nasze emisje z browarów obejmują bezpośrednie emisje z tzw. Scope 1 i pośrednie emisje z tzw. Scope 2 (na przykład z zakupionej energii elektrycznej). Wykluczają one wewnętrzną logistykę i dystrybucję, które są ujęte w naszym celu emisji typu beer-in-hand. Do 2030 roku dążymy do wyeliminowania emisji dwutlenku węgla ze wszystkich naszych browarów i stodowni.

Jako cel pośredni zamierzamy zmniejszyć o połowę emisje na hektolitr (sto litrów lub hl) produkcji z naszych browarów w latach 2015-2022. Ten cel na 2022 r. obejmuje browary nowo dodane do naszego portfolio, a także istniejące browary i rozlewnie napojów bezalkoholowych oraz wody, jednakże wyłączając stodownie.

**Emisja typu beer-in-hand:** Dążymy do ograniczenia emisji z naszego łańcucha wartości (beer-in-hand) na każdy wyprodukowany hektolitr piwa o 15% do 2022 roku oraz o 30% do 2030 roku, względem bazowego 2015 roku. Oba cele obejmują tzw. Scope 1, 2 i 3 emisji dwutlenku węgla z: upraw i stodowania surowców, warzenia, pakowania, dystrybucji i chłodzenia naszych produktów oraz utylizacji naszych opakowań po użyciu.

Wiemy jednak, że cele nie wystarczą do walki ze zmianami klimatu, jeśli nie zostaną poparte działaniami. Dlatego ciężko pracujemy nad zwiększeniem wydajności, przejściem na odnawialne źródła energii i wyeliminowaniem węgla w naszych browarach. Współpracujemy również z dostawcami, aby zmniejszyć ślad naszego łańcucha wartości, pracując nad rozwojem innowacyjnych rozwiązań

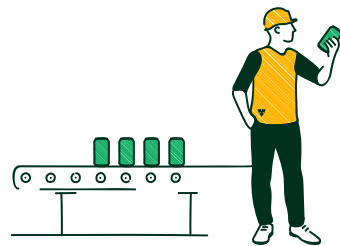
w zakresie opakowań, promując zrównoważone rolnictwo i przechodząc na niskoemisyjny transport i chłodzenie.

Zrozumienie zagrożeń, jakie zmiany klimatyczne stwarzają dla naszej działalności browarniczej i kluczowych składników piwa, takich jak uprawy i woda, pozwala nam przewidywać, dostosowywać się i budować odporność.

# WYNIKI CARLSBERG POLSKA

## 13%

- ograniczenie emisji CO<sub>2</sub> w przeliczeniu na hl gotowego produktu od 2015 roku



## 100%

energii elektrycznej pochodzi z odnawialnych źródeł energii (certyfikaty pochodzenia)



## 4 587

ton szkła oszczędzone w wyniku ograniczania grubości szkła w butelkach zwrotnych od 2017 roku



Patrząc kompleksowo na nasz wpływ na środowisko, dążymy do ograniczenia emisji z całego łańcucha wartości. Jest to tak zwana emisja typu beer-in-hand, zaś celem jest redukcja emisji na każdy wyprodukowany hektolitr piwa o 15% do 2022 roku oraz o 30% do 2030 roku, względem bazowego 2015 roku.

**Jest to pełen zakres emisji dwutlenku węgla (tzw. Scope 1, 2 i 3) obejmujący:**

- uprawy i słodowanie surowców,
- warzenie piwa,
- pakowanie,
- magazynowanie i dystrybucję,
- chłodzenie produktów,
- recykling opakowań po użyciu.

## 400 ton CO<sub>2</sub>

- oszczędność emisji w wyniku poprawy efektywności zwrotów opakowań



## 72%

wszystkich składników, które wykorzystujemy do produkcji piwa pochodzi z Polski



## 100%

nowych lodówek spełnia określone wysokie standardy ekologiczne (m.in. EMS i oświetlenie LED)



Równocześnie dążymy do poprawy wydajności produkcji w naszych browarach, chcąc zmniejszyć emisję o połowę na każdy hektolitr wyprodukowanego piwa.

## 674 000 kWh

rocznie - ograniczenie zużycia energii cieplnej oznaczające redukcję całkowitego zużycia ciepła o ok. 3% w wyniku wykonania pętli energetycznej w Browarze Kasztelan



### CAŁKOWITE ZUŻYCIE ENERGII ORAZ EMISJA CO<sub>2</sub> W BROWARACH CARLSBERG POLSKA GRI 302-1, 302-3, 305-1, 305-2, 305-4

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Energia (kWh/kl)	20,2	20,4	20,3	19,7	19,6	18,5	18,6
CO <sub>2</sub> (kg CO <sub>2</sub> /hl)	3,04	3,07	3,03	2,88	2,84	2,65	2,65

**OSIĄGNIĘCIA 2021**

**Browar Okocim**

- Wymiana oświetlenia na LED
- Odzysk ciepła z rozprężania kondensatu pary wodnej na liniach rozlewniczych
- Podłączenie ogrzewania budynków oczyszczalni ścieków do kotłowni na biogaz

**Browar Bosman**

- Modernizacja układu pompowania kondensatu na warzelni
- Modernizacja oświetlenia zewnętrznego - oświetlenie LED

**Browar Kasztelan**

- Wymiana oświetlenia na LED
- Instalacja pętli energetycznej

**PLANY 2022/2023**

**Browar Okocim**

- Wymiana oświetlenia zewnętrznego oraz w hali rozlewu do puszek i butelek na typu LED
- Modernizacja układu napowietrzania ścieków celem obniżenia zużycia energii elektrycznej

**Browar Bosman**

- Testy nowatorskich rozwiązań w zakresie odwadniaczy parowych
- Optymalizacja warzelni pod kątem energetycznym

**Browar Kasztelan**

- Wymiana centrali wentylacyjnej na linii butelkowej oraz wymiana transformatorów
- Kolejny etap wymiany oświetlenia na LED

**GRI 302-4, 302-5, 305-5**

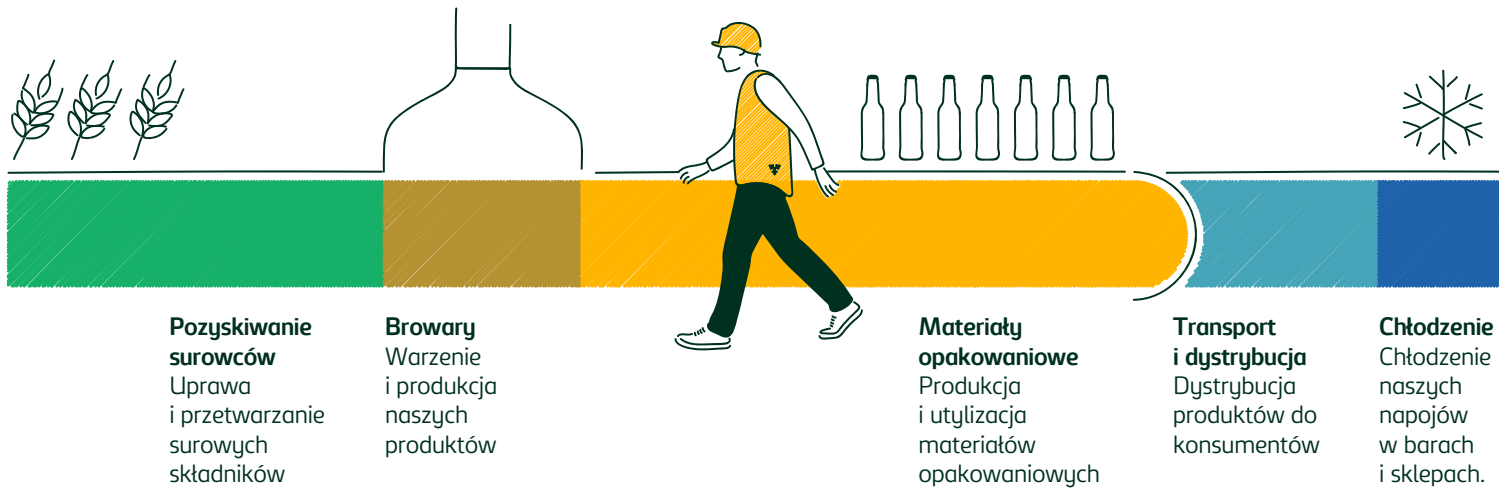
W 2021 roku zużyliśmy 1946 MWh więcej energii elektrycznej niż w 2020. 8% redukcji w Browarze Bosman i utrzymanie stałego poziomu zużycia w Browarze Sierpc, nie zniwelowały 11% wzrostu zużycia w Browarze Okocim. Na wynik ten znaczący wpływ miał rozruch nowej instalacji do de-alkoholizacji piwa, która do pracy wymaga dużych nakładów energii.

Energia elektryczna stanowi 30% energii wykorzystywanej w browarach. Całkowite zapotrzebowanie jest w całości pokryte certyfikatami gwarancji pochodzenia, które potwierdzają pochodzenie energii elektrycznej z odnawialnych źródeł energii. Tym samym ślad węglowy z energii elektrycznej jest zerowy.

Naszym największym wyzwaniem jest zmniejszenie zużycia energii cieplnej, niezbędnej do procesów technologicznych. W 2021 roku potrzeby produkcyjne wymagały o 5111 MWh więcej energii cieplnej, niż to miało miejsce w roku ubiegłym. Tylko Browar Bosman odnotował 4% spadek zużycia, podczas gdy w Browarze Sierpc zużycie wzrosło o 5%, a w Browarze Okocim o 6%.

Pomimo wzrostu zużycia energii, w wartościach absolutnych, wynikającego ze zwiększenia skali produkcji, utrzymaliśmy emisje CO<sub>2</sub> w przeliczeniu na hl gotowego produktu na tym samym poziomie co w 2020 roku, czyli 2,65 kg CO<sub>2</sub>/hl.

**UDZIAŁ EMISJI GAZÓW CIEPLARNIANYCH W CARLSBERG POLSKA NA KAŻDYM ETAPIE CYKLU ŻYCIA NASZYCH PRODUKTÓW**



Udział emisji typu beer-in-hand w 2021 r.

Systematycznie wraz z organizacją Carbon Trust liczymy kompleksowy rozkład śladu węglowego w naszym łańcuchu wartości.

## POZYSKIWANIE SUROWCÓW

GRI 204-1, 301-1

# 72%

wszystkich składników, które wykorzystujemy do warzenia piwa pochodzi z Polski

# 29%

udział emisji typu beer-in-hand z upraw i przetwarzania surowców

Globalny dział zakupów Grupy Carlsberg przekazuje dostawcom jasno określone wymogi ustalane przez Dział Jakości. Współpraca Działu Zakupów obejmuje również projekt obliczania śladu węglowego w łańcuchu wartości. Dzięki regularnej analizie danych wiemy, który obszar naszej działalności ma największy wpływ na środowisko. Dostęp do danych jest dla nas kluczowy w budowaniu współpracy z partnerami, otwartej komunikacji wyzwań oraz we wspólnym wypracowywaniu najlepszych rozwiązań.



To stód decyduje o smaku i kolorze naszego piwa, dlatego nasi doświadczeni audytorzy jeżdżą do stodoł i sprawdzają. Wszystko w myśl jednej z naszych zasad: „najlepsze z najlepszego”.

Adam Surmacz,  
kierownik obszaru produkcji  
z Browaru Okocim

## BROWARY

GRI 302-4, 302-5, 305-5

**Browar Okocim** w 2021 roku wdrożył odzysk ciepła z rozprężania kondensatu pary wodnej na liniach rozlewniczych. Planowana redukcja wskaźnika zużycia energii w 2021 to 0,40 kWh/hl.

Kluczowym projektem w **Browarze Bosman** była modernizacja układu pompowania kondensatu na warzelni. Dzięki temu osiągnięto znacznie wyższą sprawność, co pozwala ograniczyć straty energii cieplnej na jednym z największych odbiorników jakim jest warzelnia. Projekt ten pozwala zaoszczędzić ok. 250 MWh energii cieplnej rocznie.

Instalacja pętli energetycznej w **Browarze Kasztelan** pozwoliła na odbiór ciepła odpadowego z kolejnych prac technologicznych, takich jak młóto czy myjka do butelek. Odzyskane ciepło jest wykorzystywane do:

- przygotowania gorącej wody na obszarze pakowania,
- podgrzewania piwa niepasteryzowanego na linii rozlewniczej,
- przygotowania wody produkcyjnej w warzelni.

Wykonanie nowej pętli energetycznej i przekazanie zebranego ciepła odpadowego z obszaru procesu do obszaru pakowania, pozwoli na zmniejszenie zużycia pary, co następnie przekłada się na mniejsze zużycie gazu ziemnego w kotlewni i mniejszą emisję CO<sub>2</sub>. Wykorzystanie ciepła odpadowego pozwala na ograniczenie zużycia energii cieplnej o ok. 674 000 kWh rocznie, co oznacza redukcję całkowitego zużycia ciepła o ok. 3%.

## INWESTYCJE W NOWOCZESNE OŚWIETLENIE

Wśród projektów zrealizowanych w 2021 roku warto wspomnieć o modernizacji oświetlenia. Sukcesywna wymiana oświetlenia na LED ma miejsce we wszystkich browarach i magazynach.

Modernizacja oświetlenia przeprowadzona w 2020 roku na linii rozlewniczej B3 w Browarze Okocim zmniejszyła średnie zużycie prądu o 63%, 171,886 MWh na rok. Redukcja ta została potwierdzona w styczniu 2021 roku w postaci białych certyfikatów, czyli tzw.

Świadectwa Efektywności Energetycznej, które są wydawane przez Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki, jako potwierdzenie wdrożenia inwestycji zmniejszających zużycie energii. Otrzymaliśmy certyfikaty na 14,78 toe (toe – tona oleju ekwiwalentnego 1 toe = 41,868 GJ), czyli zmniejszyliśmy ślad węglowy o ok. 120 ton CO<sub>2</sub> na rok.

W 2021 roku projekt objął wymianę oświetlenia wewnętrznego w obiektach produkcyjnych: nowa filtracja horyzontalna, instalacja Aldox oraz pomieszczenie tanków

drożdżowych. Pomieszczenia te nie korzystają ze światła dziennego, pracują w trybie 24/7 przez cały rok, ze względów operacyjnych konieczne jest, aby oświetlenie było włączone. Wymieniono 53 lampy, co przełoży się na zmniejszenie naszego śladu węglowego o ok. 24 tony CO<sub>2</sub> rocznie.

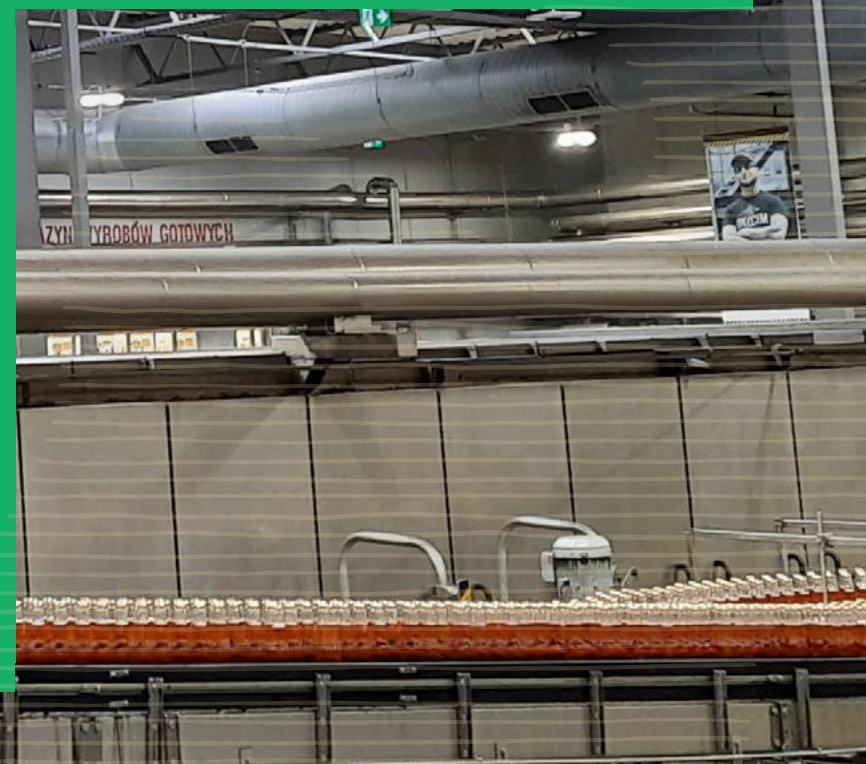
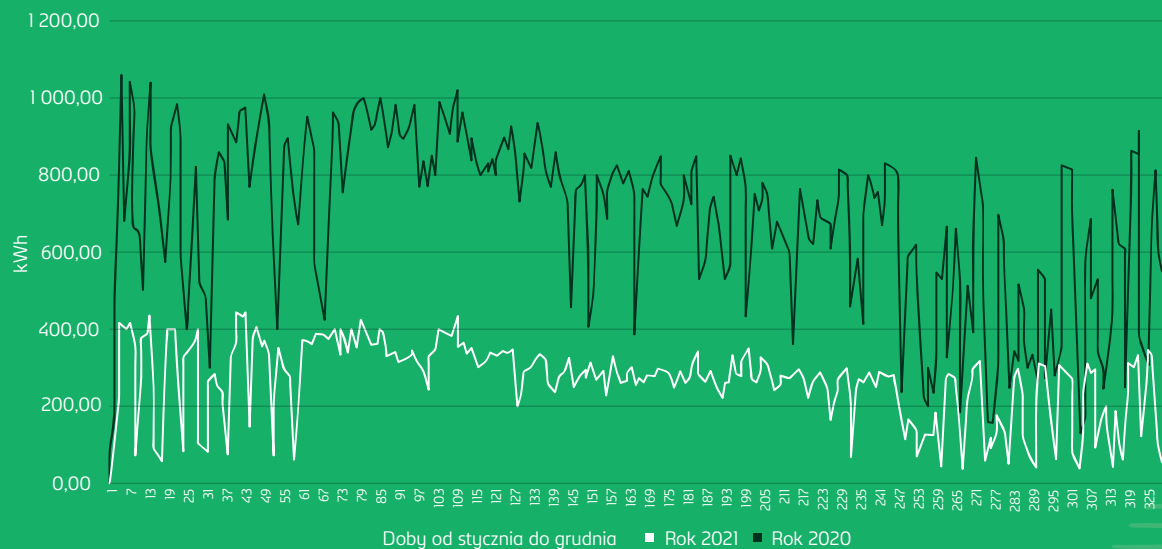
Modernizacja oświetlenia objęła także magazyn MMiS (Magazyn Materiałów i Surowców) w Brzesku, w którym wymieniono oświetlenie na LED wraz z czujnikami ruchu oraz zmierzchowymi, co pozwoli na

redukcje zużycia energii o ponad połowę i przełoży się na redukcję CO<sub>2</sub> o 27 ton rocznie. Dodatkowym beneficjentem wynikającym z inwestycji jest to, że nowe oświetlenie poprawiło znacznie bezpieczeństwo.

Browar Kasztelan również zmodernizował oświetlenie na terenie produkcji. Nowe lampy zmniejszyły zużycie energii o 73 MWh, redukując ślad węglowy o 59 ton CO<sub>2</sub>.

Program modernizacji oświetlenia będzie kontynuowany w 2022 roku.

**BROWAR OKOCIM LINIA BUTELKOWA B3 ZUŻYCIE ENERGII ELEKTRYCZNEJ NA OŚWIETLENIE PRZED I PO MODERNIZACJI**





# MATERIAŁY OPAKOWANIOWE

**70%**  
puszek z cieńszej blachy

**50%**  
kartonów do pakowania produktów posiada certyfikat FSC

Ponad  
**4,5 tys.**  
ton szkła zaoszczędzone dzięki lżejszym butelkom zwrotnym

Gospodarka opakowaniowa zaczyna się od pomysłu – składu, materiału, wykonania, poprzez produkcję, dystrybucję, użytkowanie przez klientów i konsumentów, skończywszy na recydingu bądź ponownym wykorzystaniu. Każda zmiana formy, rodzaju czy grubości opakowania musi przejść analizę wpływu na każdym z tych etapów. Od 2021 roku każdy z projektów jest oceniany wg tzw. Sustainability scorecard. Jest to nowe narzędzie, które zwraca uwagę na różne aspekty związane ze zrównoważonym rozwojem. Ocena ma głównie charakter jakościowy i jest łatwa do wypełnienia przez kierownika projektu. Korzystanie z tego narzędzia pomaga nam rozwijać kulturę zrównoważonego rozwoju w firmie we wszystkich działach i na wszystkich etapach łańcucha wartości.

**Puszki.** Zwracamy uwagę gdzie i jak produkowane są nasze puszkę, sprawdzamy także ile surowca z recydingu zawierają. Od lat systematycznie ograniczamy wagę puszek, co przekłada się na niższy ślad węglowy z ich produkcji i z transportu naszych produktów. Obecnie 70% wszystkich puszek to puszkę pocienione, czyli lżejsze. Od 2018 roku ilość aluminium w przeliczeniu na wyprodukowany hl piwa zmalała o 7% - do 3,10 kg aluminium/hl.

**Butelki.** Blisko 1/3 naszych piw jest w butelkach zwrotnych. W 2021 roku 89% butelek zwrotnych wróciło do browaru i zostało ponownie napełnionych. Tzw. zwrotność butelek ma bardzo duży wpływ na ślad węglowy naszych opakowań, więc dokładamy wszelkich starań, aby krążyły w rynku jak najdłużej.

Od 2017 roku ograniczamy grubość szkła w butelkach zwrotnych.

W 2021 roku we współpracy z naszymi dostawcami udało się nam ograniczyć wagę opakowań o 1224 tony szkła. Od początku projektu zaoszczędziliśmy ponad 4 587 ton szkła.

**Folia wielopakowa.** Folia, której używamy do wielopaków piw, także podlega odchudzaniu, ograniczaniu oraz jest stopniowo zastępowana folią pochodzącą w 100% z odzysku. W 2021 roku wszystkie czteropaki marki Kasztelan i Carlsberg były pakowane w folie z recydingu. W 2022 roku planowane jest zwiększenie liczby opakowań w folii w 100% z recydingu. Aby zminimalizować udział folii w opakowaniach w 2021 roku rozpoczęliśmy sprzedaż piwa marki Carlsberg w innowacyjnych opakowaniach – snap pack. W 2022 roku planujemy dalszą promocję tego typu opakowań.

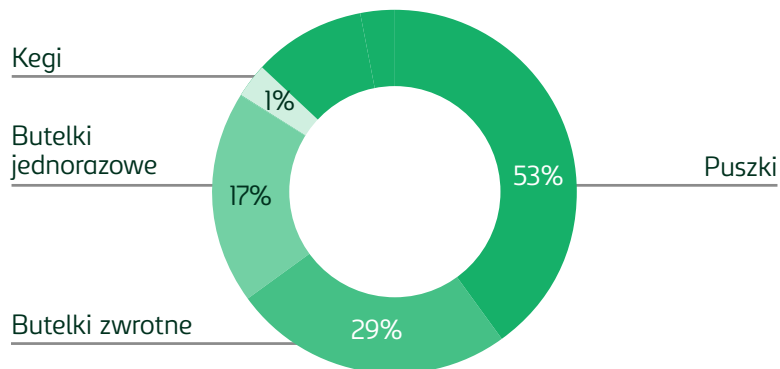
**Kartony.** Część produktów uwzględnia wykorzystanie papieru zarówno do etykiet, jak i formie kartonów do pakowania butelek, czy tacek do puszek. Systematycznie zwiększamy udział opakowań wyprodukowanych z materiałów z certyfikatem FSC.

**W 2021 roku 17% produktów butelkowanych miało kontretykiety z certyfikatem, 53% kartonów na butelki oraz 34% tacek na puszkę.**



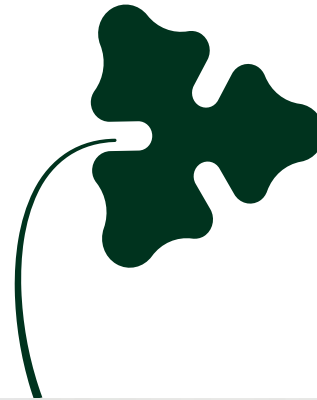
**Nieustannie poszukujemy najlepszych rozwiązań. W Grupie Carlsberg prowadzone są liczne projekty badawcze, w których testujemy różne rozwiązania. Odnosnie opakowań będących już w użyciu regularnie spotykamy się z naszymi partnerami, rozmawiamy o wyzwaniach i testujemy różne projekty optymalizacyjne.**

Jarosław Sepioto,  
manager ds. rozwoju pakowania



## EKOLOGICZNE OPAKOWANIA MARKI CARLSBERG

Marka Carlsberg od lat testuje ekologiczne rozwiązania w zakresie opakowań. Butelki dostępne na rynku mają m.in. etykiety z certyfikatem Cradle to Cradle™ i kapsle ZeroO<sub>2</sub>, które eliminują tlen z wnętrza butelki, przedłużając jego trwałość. W 2021 roku w sklepach Żabka pojawił się innowacyjny wielopak o nazwie Snap Pack, w którym nie zastosowano plastikowej owijki. Pionierska technologia skleja puszki ze sobą za pomocą kropli specjalnego kleju redukując w rezultacie zużycie folii aż o 82% w porównaniu do standardowego multipaka owiniętego folią i tym samym zmniejsza emisję CO<sub>2</sub>.



### ŚWIEŻSZE PIWO

Kapsel ZeroO<sub>2</sub>, który eliminuje tlen z wnętrza butelki pozostawiając piwo świeże na dłużej

### NOWY SNAP PACK

Rewolucyjne opakowanie zmniejszające zużycie folii o 82%

### ZIELEŃSZA ZIELEŃ

Na etykietach zastosowano farby z certyfikatem Cradle to Cradle™ zwiększające ich potencjał recyklingowy



# TRANSPORT I DYSTRYBUCJA

GRI 305-3, 305-5

Ubiegły rok to czas konsekwentnej pracy nad zwiększaniem efektywności transportu, dystrybucji i dostaw do naszych klientów. Optymalizacja wypełnienia zleconych transportów przekłada się na redukcję przejechanych kilometrów przez współpracujących z nami przewoźników.

Efektom tych działań jest:

- ograniczanie liczby kilometrów niezbędnych do dostarczenia tej samej liczby produktów,
- obniżanie emisji dwutlenku węgla typu beer-in-hand o ponad 950 ton.



Cały czas szukamy kolejnych obszarów i procesów do optymalizacji, aby dalej zwiększać efektywność łańcucha dostaw. Poprawa procesów operacyjnych w transporcie i dystrybucji, zmniejszanie liczby przejechanych kilometrów wpływa bezpośrednio na redukcję emisji dwutlenku węgla w łańcuchu wartości.

Dariusz Krasoń,  
menedżer ds. transportu  
i dystrybucji w Carlsberg Polska

Kontynuujemy optymalizację procesów logistycznych, których efektem jest również redukcja CO<sub>2</sub>.

- W dostawach zwiększamy wypełnienie ciężarówek. Szczegółowa analiza w obszarze dystrybucji i realizacji dostaw oraz bliska współpraca z klientami umożliwia zwiększenie wypełnienia ciężarówek. Już na etapie zamówienia weryfikujemy każde zlecenie i optymalizujemy sposób dostawy. W efekcie zredukowaliśmy przejazdy o około 200 tys. kilometrów, co dało ograniczenie emisji CO<sub>2</sub> o ok. 157 ton.
- Analiza sposobu pakowania produktów pokazała nam, że możliwa jest zmiana paletyzacji piw w puszkach oraz dodanie dodatkowej warstwy puszek. W efekcie uzyskaliśmy lepsze wykorzystanie powierzchni magazynowej i załadunkowej, co wpływa na mniejszą liczbę transportów.

- Rozszerzamy współpracę z klientami w zakresie odbiorów własnych na kolejnych kierunkach transportowych. Wymierne korzyści w zakresie redukcji „pustych” kilometrów obserwujemy zarówno po stronie klienta, jak i w ramach naszej dystrybucji.

- Dzięki realizacji projektu „Network Study” podejmujemy lepsze decyzje w zakresie alokacji produkcji w każdym z browarów, dzięki czemu zmniejszamy liczbę transportów pomiędzy lokalizacjami. Efekt tej inicjatywy to około 500 tys. rocznie mniej kilometrów, czyli około 390 ton redukcji CO<sub>2</sub>.
- W ramach inicjatywy „Empties Management 3.0” poprawiamy efektywność zwrotów opakowań. Wzrosła skala transportów pełnych samochodów. Poprawiliśmy także jakość informacji (rodzaj, ilość, typ opakowań) w zleceniach na zwroty od naszych klientów. Dzięki temu możliwe jest planowanie transportu pustych opakowań od razu do właściwej lokalizacji, bez tzw. transportów wtórnych i konieczności relokacji pustych skrzynek i butelek. Efektom tej inicjatywy jest oszczędność emisji o kolejnych 400 ton CO<sub>2</sub>.

Wszystkie kontynuowane procesy zmniejszają liczbę zamówionych transportów lub przejechanych kilometrów, co bezpośrednio przekłada się na redukcję emisji CO<sub>2</sub>. Podsumowując kluczowe działania z poprzedniego roku - zredukowaliśmy emisję CO<sub>2</sub> o około 950 ton.

## MAGAZYNOWANIE

W ramach gospodarki magazynowej systematycznie wdrażamy działania minimalizujące nasz wpływ na środowisko, dotyczące organizacji pracy, zarządzania powierzchnią magazynową oraz nowych inwestycji i rozwiązań.



Jedną z większych inwestycji w 2021 roku było **przeniesienie centrum dystrybucyjnego** do Jasienia. W efekcie osiągnęliśmy skrócenie odległości w transporcie wadłowym, tj. ograniczyliśmy liczbę przejechanych kilometrów między browarem a magazynem. Dzięki oszczędności na przejazdach oraz spalaniu paliwa, redukcja emisji CO<sub>2</sub> wyniosła 322,5 ton rocznie.



Konsekwentnie wymieniamy naszą **flotę wózków widłowych** na elektryczne. Aktualnie już 90% z nich zostało zastąpionych, zaś w planie jest osiągnięcie poziomu 99%. Optymalizacja procesów logistycznych, a tym samym liczby floty wózków pozwoli na redukcję emisji CO<sub>2</sub> o 300 ton, które jest kalkulowane dla całego okresu najmu wózków.



W Browarze Bosman wymieniamy natomiast **flotę samochodów** - dzięki zastosowaniu nowych ciągników z lepszymi normami spalania oraz zmianą typu naczep (zwiększenie pojemności załadunkowej), emisja CO<sub>2</sub> zostanie zredukowana o 22,4 tony rocznie.



**Modernizacja oświetlenia** w Magazynie Materiałów i Surowców w Brzesku w Browarze Okocim, wymiana na oświetlenie LED wraz z czujnikami ruchu oraz zmierzchowymi, pozwoli na redukcję zużycia energii o ponad 50%, co oznacza redukcję emisji CO<sub>2</sub> o 27 ton rocznie. Dodatkowym beneficjentem wynikającym z inwestycji jest poprawa bezpieczeństwa na magazynie.

## LODÓWKI

Zgodnie z obowiązującą strategią Grupy Carlsberg wszystkie zakupione nowe lodówki muszą spełniać określone wysokie standardy ekologiczne. W kartach specyfikacji zamawianych lodówek jest m.in. system zarządzania energią (EMS) i oświetlenie LED.

Program wymiany lodówek z rynku uwzględnia sukcesywne zastępowanie starych lodówek, które nie spełniają naszych wymagań środowiskowych. W 2021 roku do utylizacji oddaliśmy 3793 lodówki.

### SCHŁADZIARKI

Od 2017 roku Carlsberg Polska kupuje wyłącznie sprzęt chłodniczy z naturalnym czynnikiem chłodniczym jakim jest gaz propan butan (R290). Od tego czasu podwoiliśmy ilość sprzętu chłodniczego z propan butanem i obecnie stanowi on 41% naszego sprzętu chłodniczego. Jedynym wyjątkiem są urządzenia Flex (DraughtMaster), które do zeszłego roku były produkowane wyłącznie z freonem (R134).





### GRI 303-1

**Warząc piwa jesteśmy uzależnieni od wody. Ochrona zasobów wodnych ma kluczowe znaczenie dla naszej firmy i społeczności lokalnych obok naszych browarów.**

Woda jest jednym z najcenniejszych zasobów naturalnych. Jest ona także jednym z najbardziej wrażliwych na czynniki środowiskowe, na które wpływa działalność człowieka. Niedobór wody dotyka już wszystkich kontynentów, a około 4 miliardów ludzi doświadcza obecnie poważnych niedoborów przez co najmniej jeden

miesiąc w roku<sup>1</sup>. Sytuację pogarszają rosnące społeczności miejskie i kryzys klimatyczny.

Chmiel i zboża potrzebują wody do wzrostu, a sama woda jest jednym z kluczowych składników naszego produktu. Zapewnienie maksymalnej wydajności browarów, pomaga nam zapobiegać marnowaniu wody i utrzymywać niezbędne zapasy.

Naszym celem na 2030 r. jest zmniejszenie o połowę ilości wody zużywanej do wytworzenia każdego hektolitra (stu litrów lub hl) piwa

w porównaniu z poziomem bazowym z 2015 r. Jesteśmy na dobrej drodze, aby zgodnie z planem osiągnąć półmetek w 2022 r., poprawiając wydajność, modernizując sprzęt i instalując nowoczesne stacje uzdatniania wody.

W nadchodzących latach będziemy musieli kontynuować inwestycje w infrastrukturę i projekty odzysku wody, aby zabezpieczyć się przed ryzykiem związanym z brakiem wody i rosnącym jej kosztem.

Pracujemy nad poprawą jakości, przejrzystości i zakresu danych. Obejmuje to śledzenie naszego bezwzględnego zużycia wody według lokalizacji i globalnie. Nasza autorska ocena ryzyka związanego z wodą i analiza scenariuszy pomogą nam przygotować się na przyszłe wyzwania związane z niedoborem wody.



<sup>1</sup> UN water facts

## PERSPEKTYWA GRUPY CARLSBERG

### CO DLA NAS OZNACZA „ZERO MARNOWANIA WODY”?

**Browary.** Dążymy do zmniejszenia zużycia wody w naszych browarach. Obejmuje to zarówno pracę biura, produkcję jak i pracę magazynów.

Nasze globalne cele to zmniejszenie relatywnego zużycia wody o 25% do 2022 roku, zaś do 2030 roku – o 50%, w porównaniu z bazowym rokiem 2015. Wtedy zużywano 3,4 hektolitra wody do wyprodukowania 1 hektolitra naszego piwa i napojów (3,4 hl/hl).

**Spółeczności lokalne.** Do 2030 roku dążymy do ustanowienia partnerstw w celu ochrony wspólnych zasobów wodnych dla społeczności we wszystkich dorzeczach rzek, w których prowadzimy działalność, które są określane jako obszary wysokiego ryzyka. Obecnie 17 naszych browarów znajduje się w obszarach geograficznych, w których ryzyko niedoborów wody jest wysokie, wg. narzędzia WWF - Water Risk Filter.

#### CELE GRUPY CARLSBERG 2030

# 50%

REDUKCJI ZUŻYCIA WODY  
W NASZYCH BROWARACH

#### PARTNERSTWO

NA RZECZ OCHRONY WSPÓLNYCH  
ZASOBÓW WODNYCH NA  
OBSZARACH WYSOKIEGO RYZYKA

#### CELE GRUPY CARLSBERG 2022

# 25%

REDUKCJI ZUŻYCIA WODY  
W NASZYCH BROWARACH

#### OBNIŻENIE

ZUŻYCIA WODY DO POZIOMU  
2.0 HL/HL W BROWARACH  
NA OBSZARACH WYSOKIEGO  
RYZYKA

### WATER RISK FILTER

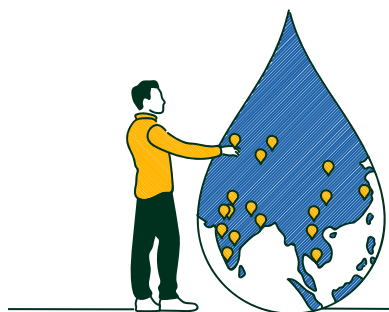
W Grupie Carlsberg dbamy, by nasza działalność nie oddziaływała negatywnie na zasoby wodne w lokalizacjach naszych browarów. Patrząc w przyszłość, analizujemy dostępność wody i sprawdzamy, by nie brakło jej zarówno do naszej produkcji, ale także dla lokalnych społeczności i cennych ekosystemów.

W mapowaniu ryzyka istotną rolę odgrywa narzędzie WWF **Water Risk Filter**, które jest wykorzystywane przez Grupę Carlsberg do oceny ryzyka w poszczególnych krajach. Narzędzie to uwzględnia m.in. ocenę dostępności wody, zagrożenie powodzią, zmiany jakości wody, wpływ na bioróżnorodność, a także przyszłe lokalne zmiany prawne, czy czynniki wpływające na reputację.

Dotychczasowe wyniki analizy sytuacji w Polsce nie wskazywały wysokiego ryzyka, jednakże ze względu na istotność wody dla naszej działalności takie analizy będą regularnie wykonywane.

# WYNIKI CARLSBERG POLSKA

**2,64 hl/h**  
- względne zużycie wody w 2021 r.



**4%** - spadek względnego zużycia wody (2021 r./2020 r.) w Browarze Bosman



W 2021 roku prowadziliśmy działania optymalizujące, modernizacje oraz inwestycje, w dużej mierze w zakresie odzysku i ponownego wykorzystania wody używanej w naszych browarach. Celem każdorazowo było zamykanie obiegów wody oraz zwiększanie wydajności istniejących instalacji. Wraz ze wzrostem produkcji całkowite zużycie wody wzrosło o 3%, natomiast zużycie względne tj. hl wody na hl piwa udało się zmniejszyć o 1%.

Największą inwestycją w 2021 roku był zakup i instalacja nowej myjki butelek zwrotnych w Browarze Kasztelan. Projekt ten przybliżył nas do realizacji celu redukcji zużycia wody o 0,13 hl/hl. Kolejny ważny projekt z Sierpca to wdrożenie systemu odzysku wody w Browarze Kasztelan, co pozwoli na redukcję zużycia wody o ponad 21 840 m<sup>3</sup> w skali roku i zmniejszy zużycie o 0,09 hl/hl. Browar Okocim analogicznie zrealizował projekt odzysku wody na linii puszek, który ma wygenerować oszczędności ok. 23 760 m<sup>3</sup> na rok. Browar Bosman zoptymalizował system lubrykacji przenośników na linii butelkowej zyskując oszczędność 3500 m<sup>3</sup> wody.

**43%**  
- redukcja zużycia wody podczas mycia butelek zwrotnych dzięki nowej myjce w Browarze Kasztelan



**45 600 m<sup>3</sup>**  
- redukcja zużycia wody dzięki nowym instalacjom odzysku wody w Browarach Kasztelan i Okocim



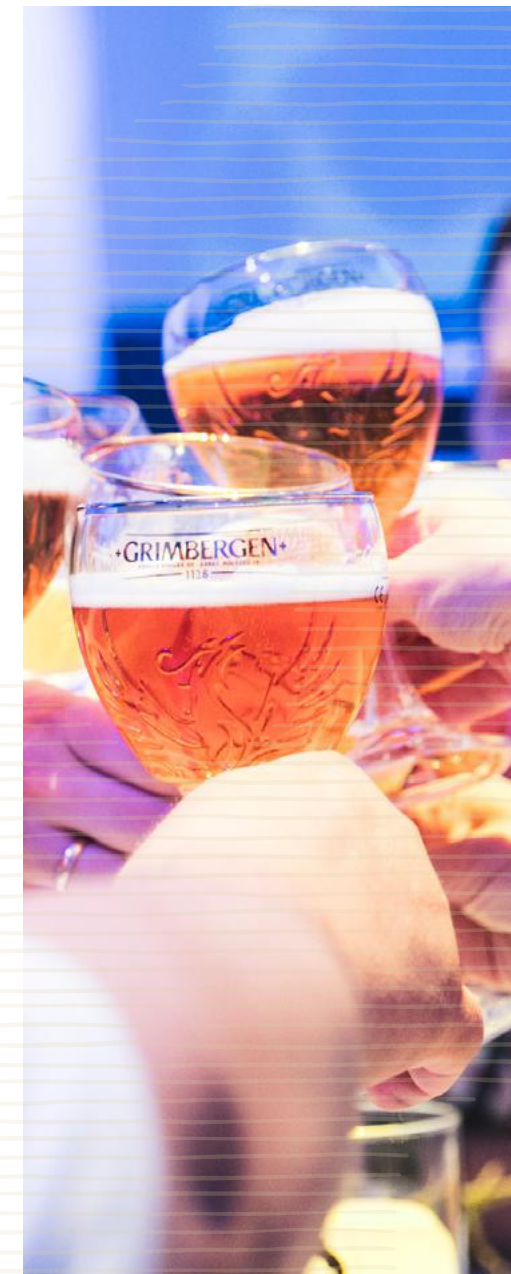
## WZGLĘDNE ZUŻYCIE WODY PRZEZ CARLSBERG POLSKA (HL/HL) GRI 303-5

2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
3,07	3,06	2,98	3,04	2,89	2,66	2,64



Wprowadzając innowacyjne rozwiązania na produkcji, trzeba się liczyć z ryzykiem. Pomimo wielu prób i testów, czasem okazuje się, że w praktyce niektóre rozwiązania nie do końca spełniają nasze oczekiwania. Tak też było w Browarze Okocim, w którym wdrożone w 2020 roku usprawnienia należało udoskonalić, co wymagało tymczasowego wyłączenia ich działania. W związku z trwającymi pracami nie udało się uzyskać planowanych oszczędności wody. Chwilowe niepowodzenia nie hamują naszych prac i dalszego poszukiwania rozwiązań, które doprowadzą nas do celu jakim jest ZERO marnowania wody.

Grzegorz Legutek,  
kierownik infrastruktury, Browar Okocim



**OSIĄGNIĘCIA 2021**

**PLANY 2022/2023**

**Browar Okocim**

- Odzysk wody z płuczek linii puszkowych
- Instalacja mycia dla instalacji odwróconej osmozy (zwiększenie wydajności/dostępności instalacji)

**Browar Okocim**

- Modernizacja pasteryzatora puszek w celu obniżenia zużycia wody
- Modernizacja płuczki puszek celem obniżenia zużycia wody

**Browar Bosman**

- Modernizacja układu lubrykacji przenośników na linii B2 - półsuche smarowanie
- Optymalizacja procesów mycia CIP w obszarze B&P

**Browar Bosman**

- Uruchomienie odzysku wody na potrzeby oczyszczalni ścieków
- Uruchomienie odzysków wody w obszarze filtracji

**Browar Kasztelan**

- Uruchomienie nowej myjki butelek
- Nowy system odzysku i powtórnego wykorzystania wody

**Browar Kasztelan**

- Kontynuacja wdrożenia nowego systemu odzysku wody



**GOSPODAROWANIE WODĄ I ŚCIEKAMI W BROWARACH W 2021 R.**

**GRI 303-3, 303-4**

	<b>OKOCIM</b>	<b>KASZTELAN</b>	<b>BOSMAN</b>
<b>Źródła poboru wody</b>	Wody powierzchniowe i zakup wody miejskiej na potrzeby Oczyszczalni Ścieków w Brzesku	Wody podziemne (studnie głębinowe)	Wody podziemne (studnie głębinowe) oraz zakup wody miejskiej (~10 %)
<b>Objętość wody łącznie pobranej przez organizację [m³]</b>	1 120 156	648 655	353 441
<b>Względne zużycie wody [hl/hl]</b>	2,72	2,45	2,79
<b>Objętość ścieków [m³]</b>	676 723	349 765	201 734
<b>Gospodarka ściekami</b>	Oczyszczalnia w Browarze Okocim	Oczyszczalnia miejska	Oczyszczalnia w Browarze Bosman
<b>Odprowadzanie ścieków</b>	Ścieki oczyszczone z oczyszczalni odprowadzane są do rzeki Uszwicy zgodnie z pozwoleniem na odprowadzanie ścieków	Ścieki odprowadzane są do kanalizacji miejskiej	Oczyszczone ścieki odprowadzane są do kanału rzeki Odry zgodnie z pozwoleniem na odprowadzanie ścieków



Oprócz dużych inwestycji w nowe instalacje rok 2021 uwzględnił również liczne projekty modernizacyjne.

Wśród nich warto wymienić **nową instalację mycia dla instalacji odwróconej osmozy** zamontowaną w Browarze Okocim. Ma ona na celu wydłużenie czasu użytkowania membran oraz zagwarantowanie zakładowej wydajności instalacji odwróconej osmozy.

**W Browarze Bosman** w 2021 r. zmodernizowany został system lubrykacji przenośników na linii butelkowej B2. Nowoczesny układ półsuchego smarowania pozwoli zaoszczędzić ponad 3000 m<sup>3</sup> wody na rok. Dodatkowo wykonana została modernizacja instalacji oraz optymalizacja procesów mycia CIP w obszarze B&P. Inicjatywy te pozwalają zaoszczędzić ok. 3500 m<sup>3</sup> wody na rok.

## CIĄGŁE DOSKONALENIE

Obok dużych, planowanych z wyprzedzeniem inwestycji, istotny wpływ na ciągłą poprawę efektywności w zakresie zużycia wody mają pomysły usprawnień, tzw. kaizeny, zgłaszane przez naszych pracowników. 14 lat programu ciągłego doskonalenia to rokrocznie realne korzyści finansowe i środowiskowe. W 2021 roku, wśród ponad tysiąca pomysłów, znalazły się m.in. następujące:

- **Montaż filtra na ściekach oczyszczonych w Browarze Okocim.** Projekt dzięki filtracji części stałych pozwolił na znaczącą redukcję czasu czyszczenia taśmy na prasie osadowej, przyczyniając się do oszczędności wody i eliminacji przerw w działaniu prasy.
- **Receptury do przerywanego mycia tankofermentorów w Browarze Bosman.** Wdrożenie nowych receptur zapobiegło podwójnemu myciu zbiorników przekładając się na oszczędność czasu, wody i energii elektrycznej ułatwiając i standaryzując proces przerywanego mycia tankofermentorów.





## BROWAR KASZTELAN

### Nowa myjka butelek zwrotnych

Uruchomienie nowej myjki do butelek w Browarze Kasztelan w Sierpcu to jedna z kluczowych inwestycji w ramach realizacji strategii Together Towards ZERO. Maszyna pozwala na mycie nawet 53 tys. butelek na godzinę, zmniejszenie zużycia wody o 43%, sody o 40% oraz oszczędność ciepła o blisko 30%. Projekt wpłynął również na zmniejszenie awaryjności linii i bezpieczeństwo pracy operatorów. Koszt całej inwestycji to blisko 12 mln zł.

Ponad 1/3 emisji CO<sub>2</sub> w tańczeniu wartości pochodzi z produkcji i utylizacji opakowań. Butelka zwrotna natomiast ma blisko 10-krotnie mniejszy ślad węglowy niż jednorazowa.

### Nowy system odzysku wody

Celem nowego systemu odzysku wody jest odbiór wysokiej jakości zrzutów wód wypychanych w celu wykorzystania jej zamiast zimnej wody podawanej w obszarze warzelni.

Odbiory są dokonywane z kilku źródeł takich jak m.in. linia butelkowa i puszkowa, zbiornik wody DAW oraz obszaru filtracji piwa. Odzyskana woda jest gromadzona w dawnym obszarze filtracyjnym, a następnie wykorzystywana w obszarze warzelni.

Nowa instalacja oszczędzi 4200 hl świeżej wody tygodniowo. Będzie to oszczędność wody około 0,09 hl/hl w skali roku.





# BROWAR OKOCIM: POBÓR I ODZYSK WODY

GRI 303-2

## Ekosystem

- punkt poboru wody, 1 120 156 m<sup>3</sup> wody pobranej



Uzdatniona woda

## Browar

1 114 491 m<sup>3</sup> = 2,72 hl/hl zużytej wody

Proces produkcji



Ścieki z browaru

## Oczyszczalnia

676 723 m<sup>3</sup> ścieków z browaru (+ścieki miejskie)



Ścieki oczyszczone



## Ekosystem - rzeka Uszwicka

2,6 mln m<sup>3</sup> ścieków oczyszczonych, odprowadzanych do rzeki

Oczyszczalnia osiąga wysoki stopień redukcji zanieczyszczeń - **99,9%** m.in. ChZT BZT5, zawiesiny, fosforu i azotu.

Odzysk wody z płuczek linii puszkowych do lubrykacji linii puszkowych, butelkowej oraz do spłukiwania puszek i butelek za rozlewaczką. Oszczędność: **23 760 m<sup>3</sup>** na rok.

Odzysk i ponowne wykorzystanie do celów technicznych

Podczas procesu oczyszczania powstało około **600 tys. m<sup>3</sup>** biogazu. Biogaz jest wykorzystywany w procesie ogrzewania.

W procesie oczyszczania powstało około **5 400 ton** ustabilizowanego osadu ściekowego, który po przetworzeniu wykorzystywany jest do celów rolniczych.



Produkcja biogazu  
Ogrzewanie biogazem



# ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU

## Grupa Carlsberg – globalne cele w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji.

Nasze marki uprzyjemniają życie milionów ludzi na całym świecie. Promujemy odpowiedzialną konsumpcję i oferujemy coraz większą gamę wariantów bezalkoholowych (Alcohol Free Beers - AFB).

Piwo posiada stosunkowo niską zawartość alkoholu w porównaniu z alternatywami, takimi jak wino i napoje spirytusowe, a coraz więcej

osób wybiera nasze warianty bezalkoholowe lub o niskiej zawartości alkoholu. Trend zdrowego, zrównoważonego stylu życia przyspieszył podczas pandemii.

Zachęcamy konsumentów do odpowiedzialnego spożywania naszych piw. Zdajemy sobie sprawę, że nadużywanie alkoholu – w tym picie przez nieletnich, kierowców, kobiety w ciąży lub w nadmiarze – pozostają globalnym problemem zdrowotnym i współpracujemy w ramach branży, aby sprostać temu wyzwaniu.

Nasze dążenie do lepszego piwa obejmuje tworzenie najlepszych w swojej klasie piw AFB (Alcohol Free Beers) dla konsumentów, którzy chcą uniknąć lub ograniczyć spożycie alkoholu, a jednocześnie cieszyć się smacznym piwem podczas spotkań towarzyskich. W 2021 r. wielkość sprzedaży segmentu AFB w Grupie Carlsberg globalnie wzrosła o 17% w porównaniu z 2020 r.



## CELE GRUPY CARLSBERG 2030

**100 %**  
RYNKÓW, NA KTÓRYCH DZIAŁAMY POPRAWIA ROK DO ROKU PARAMETRY PROMOCJI ODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU



## CELE GRUPY CARLSBERG 2022

**100 %**  
DOSTĘPNOŚCI PIWA BEZALKOHOLOWEGO

**100%**  
INFORMACJI NT. ODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI NA NASZYCH OPAKOWANIACH I W KOMUNIKACJI MAREK

**100%**  
RYNKÓW, NA KTÓRYCH DZIAŁAMY, PROWADZI PROGRAMY PROMUJĄCE ODPOWIEDZIALNĄ KONSUMPCJĘ ALKOHOLU

## CO ROZUMIEMY PRZEZ „ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU”?

**Podejście dopasowane do rynku.** Naszym celem jest poprawa odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu na 100% naszych rynków, co roku, do 2030 roku. Każdy rynek wyznacza swój cel i ustala działania, odpowiadające lokalnym potrzebom.

### Programy globalne.

Nasze cele na 2022 rok zobowiązują nas do oferowania piw bezalkoholowych wszędzie tam, gdzie sprzedajemy piwa, do zawiązywania partnerstw na każdym rynku, aby wspierać odpowiedzialną konsumpcję oraz do zamieszczania informacji na temat odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu na wszystkich opakowaniach jednostkowych. Te inicjatywy wspierają realizację naszych celów do 2030 roku.

## WYNIKI CARLSBERG POLSKA

### 100%

piw alkoholowych Carlsberg Polska jest opatrzone symbolami odpowiedzialnościowymi, które przestrzegają konsumentów przed jazdą po spożyciu alkoholu, piciu w ciąży lub przez nieletnich



### 100%

piw w ofercie Carlsberg Polska ze składem i wartością energetyczną na etykietach oraz wartościami odżywczymi dostępnymi online



### 28,5%

dynamika wzrostu wartości sprzedaży piw bezalkoholowych Carlsberg Polska



### 3 nowe piwa 0,0%



### 3 mln osób

zasięg programu „Trzeźwo Myślę” w 2021 roku



W 2021 roku konsekwentnie realizowaliśmy nasz program zrównoważonego rozwoju Together Towards Zero w obszarze ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Kontynuowaliśmy działania w 3 obszarach:

- rozwijaliśmy ofertę piw bezalkoholowych,
- zwiększaliśmy zasięg i dostępność informacji konsumenckiej oraz dotyczących odpowiedzialnej konsumpcji,
- zachęcaliśmy konsumentów do świadomych wyborów poprzez cykliczne programy takie jak „Trzeźwo Myślę”, czy współpracę w ramach Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie”.



#### OSIĄGNIĘCIA 2021

Ponad 3 mln osób - zasięg 5. edycji programu „Trzeźwo Myślę”

100% naszych piw ma informacje konsumenckie

Opracowanie nowych znaczków odpowiedzialnościowych w ramach współpracy z Browarami Polskimi

#### PLANY 2022

Realizacja 6. edycji programu „Trzeźwo Myślę” we współpracy z nowym ogólnopolskim partnerem

Wdrożenie na opakowaniach hasła przypominającego o odpowiedzialnej konsumpcji

W ramach samoregulacji branżowej wprowadzanie na produkty nowych znaczków odpowiedzialnościowych z uwzględnieniem znaku 18+ na produktach bezalkoholowych



Wyniki przeprowadzonych w tym roku badań potwierdzają potrzebę edukacji społecznej w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. W społeczeństwie wciąż krąży wiele mitów, choćby dotyczących picia alkoholu w ciąży – nie ma bezpiecznej dawki alkoholu dla kobiet w ciąży. Bycie odpowiedzialnym to też reagowanie na sytuacje wymagające „trzeźwego” myślenia. Często od naszej reakcji zależy bezpieczeństwo nasze i osób z otoczenia. Przeprowadzone badanie jest dla nas cennym źródłem informacji, które wykorzystujemy aby promować odpowiedzialne wzorce konsumpcji.

Teresa Aldea  
kierownik ds. zrównoważonego rozwoju

## TRZEŻWE MYŚLENIE A RODZICIELSTWO

trzeźwo  
myśle

### Odpowiedzialność za innych a alkohol



**82,3%**

osób uznano spożywanie alkoholu **podczas ciąży** za bardzo duże zagrożenie



**80,2%**

osób uznano spożywanie alkoholu **w okresie karmienia piersią** za bardzo duże zagrożenie



**66,6%**

osób uznano spożywanie alkoholu **podczas opieki nad nieletnimi** za bardzo duże zagrożenie

### Świadomość zagrożeń a czyny



**18,4%**

osób w ciąży ostatniego roku **opiekowało się nieletnimi** po spożyciu alkoholu



**1,1%**

kobiet **spożywało alkohol** w okresie karmienia piersią



**1,0%**

kobiet **spożywało alkohol** będąc w ciąży

**Pamiętaj!**  **W ciąży nie piję alkoholu**



Źródło danych:  
Badanie opinii publicznej OMNIBUS przeprowadzone w maju 2021 r., przez firmę Biotat, na reprezentatywnej grupie badawczej 1000 osób metodą CAWI.

### Alkohol a ciąża – mity wśród kobiet i mężczyzn

Tylko picie mocnych alkoholi może zaszkodzić dziecku

♀ **17%**  
♂ **19,3%**



Picie niewielkich ilości alkoholu przez kobietę w ciąży nie zaszkodzi dziecku

♀ **9%**  
♂ **16%**

### Odpowiedzialność za siebie i innych



**12,2%**

osób było świadkiem sytuacji, w której kobieta w ciąży spożywała alkohol, z czego:



**44,3%**

osób poinformowało kobietę, że spożywanie alkoholu w ciąży jest niezdrowe dla dziecka



**41,0%**

osób próbowało namówić kobietę, aby zrezygnowała ze spożywania alkoholu



**9%**

osób skonfiskowało alkohol



**23%**

osób nie zareagowało

Widzę i reaguję



# STWARZANIE MOŻLIWOŚCI

## PIWO BEZALKOHOLOWE

**15%**

wzrost wartościowy kategorii piw bezalkoholowych w Polsce.

Obecny udział wartościowy piw 0,0% w kategorii piwa wynosi

**6,5%**

w porównaniu do 5,7 proc. w 2020 roku.

**3 nowości**

Carlsberg Polska: Radler Mango & Marakuję 0,0%, Somersby Strawberry & Lime 0,0% i Carlsberg 0,0%.

**3 miejsce**

Carlsberg Polska na rynku AFB z udziałem 29,6%.

Portfolio piw bezalkoholowych Carlsberg Polska rośnie z roku na rok. W 2021 r. oferta obejmowała aż 14 produktów 0,0%.

Segment piw bezalkoholowych smakowych jest głównym czynnikiem wzrostu i odpowiada za dwie trzecie rynku AFB

w Polsce. Dzięki komplementarności oferty od marek Somersby, Okocim oraz Karmi, Carlsberg Polska jest zdecydowanym liderem smakowych piw 0,0%.

Bezalkoholowe piwa smakowe to również segment z największą liczbą

innowacji, które znajdują uznanie zarówno wśród konsumentów jak i profesjonalnych gremiów.

W Konsumenckim Konkursie Piw „Chmielaki Krasnostawskie 2021” medale otrzymały m.in. bezalkoholowe Radlery z Okocimia: Mango z Marakuję, Sycylijska Pomarańcza oraz Ciemna Wiśnia, zajmując trzy pierwsze miejsca w kategorii „aromatyzowanych piw bezalkoholowych”.

**Zdobyliśmy aż 5 medali na Chmielakach Krasnostawskich, – największym krajowym konkursie piwnym - 4 z nich dotyczyły piw bezalkoholowych.**

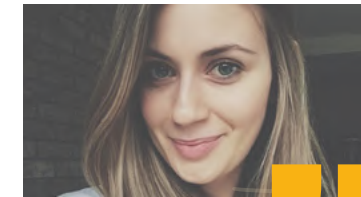
**Kat. Piwa bezalkoholowe aromatyzowane lub z dodatkami o zawartości alkoholu 0,0% obj.**



**Kat. Piwa bezalkoholowe w stylu Pils/Lager o zawartości alkoholu 0,0% obj.**



**Kat. Piwa jasne w stylu european lager o ekstrakcie 11-12,9 blg**



### Kategoria piw AFB

rozwija się dynamicznie. Rok 2021 w kategorii AFB zdominowały dwa trendy. Pierwszy z nich to trend związany z rosnącym zainteresowaniem zdrowym trybem życia. Dzięki niemu docieramy z naszymi produktami do szerszego grona konsumentów. Drugi jest związany z przyjemnością doświadczania nowych smaków. Dobry smak i orzeźwienie sprawiają, że piwa smakowe zaczynają wkraczać w kategorię napojów.

Olga Wróbel,  
senior marketing specialist AFB



## INSTALACJA DO DEALKOHOLIZACJI

Na przełomie 2020 i 2021 roku w Browarze Okocim uruchomiliśmy instalację dealkoholizującą - strategiczną inwestycję o wartości 10 mln zł, dzięki której odpowiemy na rosnące zainteresowanie piwami 0,0%.

Pierwsze rozruchy instalacji odbyły się na początku 2021 roku. Proces usuwania alkoholu następuje łagodnie w próżni, pod ciśnieniem 100 mbarów i obejmuje kilka etapów, m.in. odgazowywanie oraz wstępną i właściwą dealkoholizację. Obróbka piwa odbywa się w niskiej temperaturze, aby utrzymać wysoką stabilność i zapewnić najwyższą jakość piwa.

Instalacja charakteryzuje się wysokim stopniem wydajności, z każdych 100 hl lagera uzyskujemy 92 hl piwa 0.0% oraz 8 hl alkoholu o stężeniu 78%.



**Jest to jedna z największych inwestycji w ostatnich latach w Carlsberg Polska. Ten projekt znakomicie łączy ze sobą zaspokajanie potrzeb komercyjnych związanych z rosnącym popytem na piwa bezalkoholowe z poprawą efektywności łańcucha dostaw. Lokalna produkcja to przede wszystkim lepsza dostępność produktów przy sporo niższych kosztach. Nie należy zapominać również o wymiernych efektach środowiskowych. Dzięki przeniesieniu produkcji bezpośrednio do Brzeska eliminujemy wiele niepotrzebnych transportów, które były niezbędne przy produkcji za granicą.**

Radek Paszkowski,  
finansowy partner biznesowy - produkcja



# INFORMOWANIE

GRI 417-1

## KOMUNIKACJA PRODUKTOWA

### 100% NASZYCH PIW

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

### 100% NASZYCH PIW

ma informacje o wartościach odżywczych na stronie korporacyjnej i stronach marek

### 100% NASZYCH PIW ALKOHOLOWYCH

posiada na etykietach symbole odpowiedzialnościowe



### Okocim „Liczy się dobry skład”

Marka Okocim w roku 2021 obecna była w TV i Internecie z komunikacją „Liczy się dobry skład”. Kampania obejmowała zarówno wsparcie dla lagerowej części portfolio, jak i bezalkoholowych wariantów smakowych.

„Liczy się dobry skład” rozumiemy na kilku płaszczyznach. Jako doskonały skład produktowy naszych piw, dzięki któremu są wybierane przez konsumentów i zdobywają nagrody, jako zespół doświadczonych osób, które z pasją warzą piwo Okocim, a także jako grono przyjaciół, z którymi można spotkać się przy kuflu i mile spędzić czas. Okocim poprzez szeroki i atrakcyjny dla konsumentów asortyment odpowiada na różne potrzeby i okazje do spożycia piwa.

Znaczek odpowiedzialnościowy

Zawartość alkoholu

Skład

Wartość energetyczna w 100 ml [KJ, KCAL]



**JASNE OKOCIMSHIE**

„Dzięki determinacji i pracowitości Jana Goetza to właśnie w Browarze Okocim 23 lutego 1846 roku uwarzyliśmy historyczne, pierwsze Jasne Pełne w Polsce. Dziś też, zgodnie z naszą zasadą Pracę i prawdę nie uznajemy drogi na skróty. Dlatego Jasne Okocimskie warzymy zgodnie z piwowarską sztuką, tylko z trzech składników: wody, słoju jęczmiennego i chmielu. Takie metody są bardziej pracochłonne, ale to właśnie dzięki nim piwo ma zdecydowanie lepszy, bogatszy smak.”

**Szczepan Zydrań,**  
piwowar od 21 lat

**PIWNE FAKTY NR 1**

Założyciele Browaru Okocim pod koniec XIX wieku wsparli finansowo wykupienie Wawelu z rąk Austriaków, a także budowę Teatru im. Juliusza Słowackiego i pomnika Adama Mickiewicza w Krakowie.

GATUNEK	LAGER	DOLNA FERMENTACJA
ALK.	5,2% OBJ.	CIENIOWA IBU 17
EKST.	11,3% WAG.	BARWA JASNE ŻŁOTO

PODAWAĆ W SZKLANCE | TEMP. PODANIA ↓ 6°C

PIWO JASNE PEŁNE, PASTERYZOWANE.  
ALK. 5,2 % OBJ., EKST. 11,3 % WAG.  
SKŁADNIKI: WODA, SŁÓD JĘCZMIENNY, CHMIEL  
WARTOŚĆ ENERGETYCZNA W 100 ML: 184 KJ / 44 KCAL

Dystrybutor: Carlsberg Polska Sp. z o.o., ul. Krakowiaków 34, 02-255 Warszawa

Najlepiej spożyć przed:

Przechowywać w chłodnym miejscu. **500 ml**

5 900014 002401 >

WWW.OKOCIM.PL





## KOMUNIKACJA MARKETINGOWA

### GRI 417-2, 417-3

Polityka Komunikacji Marketingowej określa wysokie standardy w zakresie informowania, jakie stawiamy sobie jako odpowiedzialny producent piwa. Polityka określa co i w jaki sposób komunikujemy, aby zapewnić, że docieramy z odpowiednimi przekazami do osób pełnoletnich. Zasady dotyczą wszystkich pracowników i kontrahentów reprezentujących nasze marki.

Carlsberg Polska jest członkiem wspierającym Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy (ZS RR), a Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie”, do którego należymy, jest jej sygnatariuszem.

W ramach ZS RR funkcjonuje Komisja Etyki Reklamy, która rozpatruje, kierując się zapisami Kodeksu Etyki Reklamy, skargi na przekazy reklamowe zgłaszane przez konsumentów i przedsiębiorców. Beata Ptaszńska-Jedynak, dyrektor ds. korporacyjnych Carlsberg Polska, została w 2021 roku ponownie wybrana arbitrem Komisji Etyki Reklamy. Wspólnie z innymi arbitrami rozpatruje skargi na przekazy reklamowe, które mogą naruszać standardy Kodeksu Etyki Reklamy - zbioru przepisów, określających co jest dopuszczalne, a co nieetyczne w przekazie reklamowym. Skargi można zgłaszać poprzez [formularz](#) na stronie Rady Reklamy.

W 2021 roku odnotowaliśmy 5 skarg, wszystkie zgłoszone na tę samą reklamę telewizyjną marki Harnaś. We wszystkich przypadkach rozstrzygnięcie Komisji Etyki Reklamy było dla nas pozytywne.



Każdy z nas może złożyć skargę na reklamę. Wystarczy skorzystać z formularza na stronie [radareklamy.pl](#). W ramach prac Komisji Etyki Reklamy rozpatrujemy nawet pojedyncze zgłoszenia.

Beata Ptaszńska - Jedynak,  
dyrektor ds. korporacyjnych

## SAMOREGULACJA BRANŻY

Od ponad 10 lat, w ramach samoregulacji branżowej podjętej przez członków Związku Przedsiębiorców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie, stosujemy na etykietach naszych piw znaki graficzne przypominające konsumentom o odpowiedzialnej konsumpcji. W ramach współpracy z ZPPP Browary Polskie w 2021 roku opracowano nowe znaczniki odpowiedzialnościowe. Nowa grafika informuje o zakazie spożywania alkoholu przez kierowców, kobiety w ciąży i osoby niepełnoletnie.

Dodatkowo, zgodnie z samoregulacją IARD<sup>1</sup>, wraz z największymi producentami piwa zobowiązaliśmy się do umieszczania oznakowania „18+” na wszystkich produktach, również tych bezalkoholowych.

Nowe znaki będą wprowadzane stopniowo od roku 2022 w ramach zamawiania nowych konfekcji. Wszystkie produkty powinny mieć znaczek 18+ na swoich etykietach do 1 stycznia 2024 roku.

## ZASADY KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ

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



<sup>1</sup> International Alliance For Responsible Drinking

# ZACHĘCANIE DO ŚWIADOMYCH WYBORÓW

## DEKALOG ODPOWIEDZIALNEGO RODZICA

NIECH TE ZASADY  
BĘDĄ TAKŻE TWOIMI!



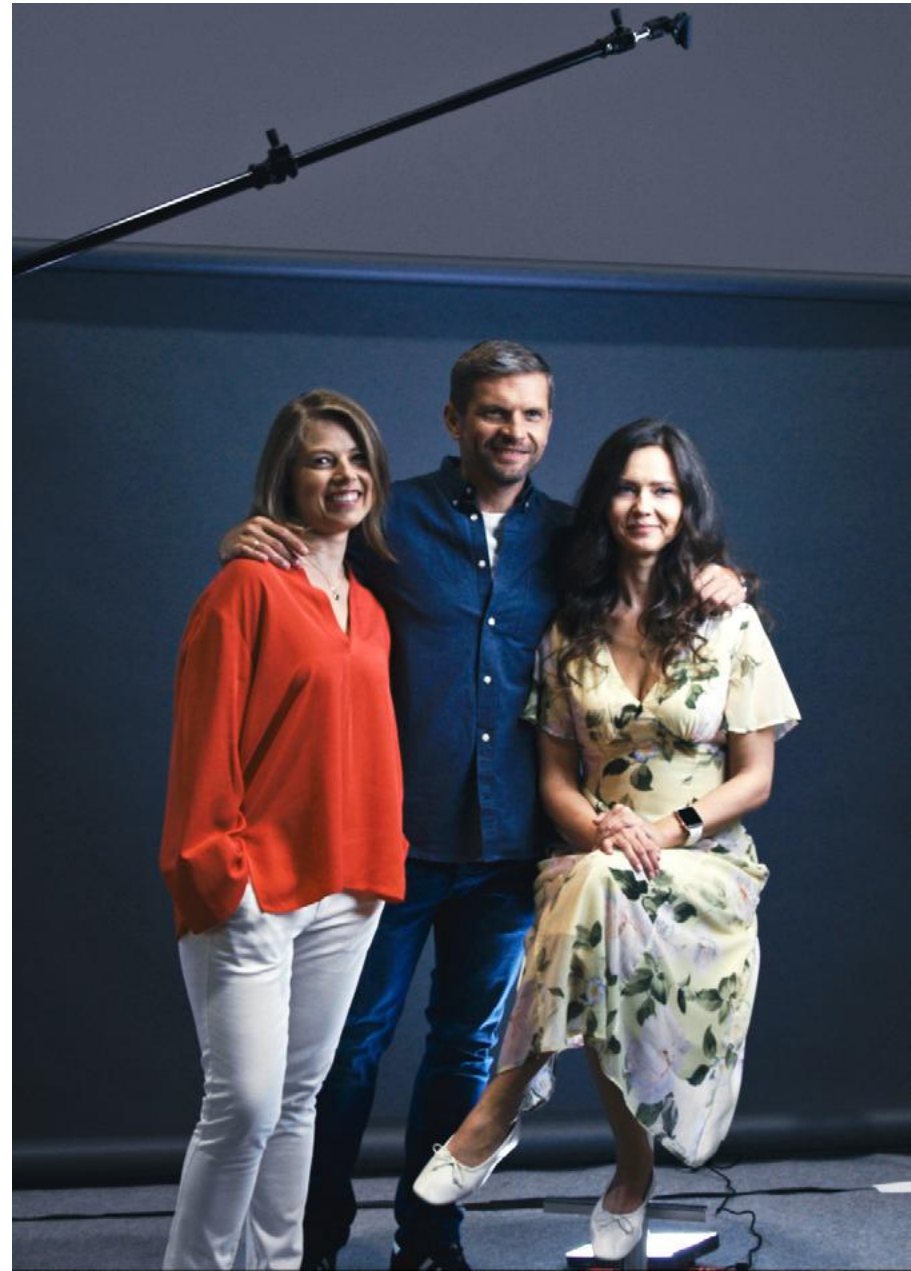
1. Wyznaczam wyraźne granice - alkohol jest tylko dla dorosłych
2. Nigdy nie częstuję dziecka alkoholem
3. Nigdy nie nadużywam alkoholu w obecności dzieci
4. Nikogo nie zachęcam do picia alkoholu, zwłaszcza przy dzieciach
5. Nie żartuję z dzieckiem o alkoholu
6. Nigdy nie mówię dziecku, że picie alkoholu to dowód bohaterstwa, odwagi, warunek dobrej zabawy czy bycia częścią grupy
7. Tłumaczę dziecku, że nigdy nie wolno jeździć po alkoholu i z nietrzeźwym kierowcą
8. Nigdy nie mówię, że alkohol może rozwiązać jakikolwiek problem
9. Dbam o swoje dziecko od chwili poczęcia - nigdy nie piję alkoholu w ciąży
10. Nie pozwalam na sprzedaż i picie alkoholu przez niepełnoletnich

### „W rodzinie siła!”

Od 4 lat jako ZPPP Browary Polskie wspieramy program „W rodzinie siła” realizowany przez NSZZ Solidarność Branża Spożywcza pod honorowym patronatem Ministra Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej.

Celem programu jest wsparcie rodziców w tworzeniu wzorców odpowiedzialnych zachowań wobec alkoholu, dawanie dzieciom dobrego przykładu i ochrona ich przed przedwczesną inicjacją oraz dostępem do alkoholu. Organizatorzy programu stworzyli Dekalog Odpowiedzialnego Rodzica. Jest to zbiór wskazówek i ostrzeżeń, które mogą pomóc rodzicom uniknąć zagrożeń wynikających z nieodpowiedzialnego picia napojów z procentami.

Na początku listopada 2021 roku ruszyła kampania telewizyjna programu ze spotem edukacyjnym pt. „Czym jest dla mnie odpowiedzialność?”. Bohaterowie filmu – rodzice nastolatków poprzez proste deklaracje tj. bycie wzorem, stawianie granic, przestrzeganie zasad – zachęcają do refleksji. Spot dotarł do 2 381 503 odbiorców.



## 5. EDYCJA PROGRAMU TRZEŻWO MYŚLĘ

W ramach kolejnej odsłony naszego programu edukacyjno-społecznego „Trzeźwo Myślę”, dotarliśmy do konsumentów z przekazem dotyczącym odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu przedstawionym w lekkiej, pozytywnej i pomysłowej formie. Ambasadorkami tegorocznej edycji były: rysowniczka Marta Frej oraz organizatorka wypraw rowerowych Agnieszka Jędrzejek.

**Celem programu „Trzeźwo Myślę” jest edukacja i promocja odpowiedzialnego spożywania alkoholu wśród dorosłych. Nasze przekazy kierujemy głównie do osób w wieku 25–50 lat. Program przedstawia pozytywne wzorce zachowań w kontekście spożywania alkoholu oraz przypomina, że podejmowane przez nas decyzje mają również wpływ na nasze otoczenie.**

Marta Frej w formie rysunków zwizualizowała różne sytuacje z życia, które wymagają zachowania rozsądku i podejmowania świadomych, odpowiedzialnych decyzji związanych z konsumpcją alkoholu lub wręcz zachowania abstynencji.

Agnieszka Jędrzejek podzieliła się praktycznymi wskazówkami dotyczącymi odpowiedzialnej jazdy rowerem, aby bezpiecznie czerpać przyjemność z tej aktywności oraz unikać niebezpiecznych sytuacji na drodze i szlakach rowerowych.



Jako mama dwójki dzieci, mam świadomość jak ważna jest umiejętność odmawiania spożycia alkoholu w czasie opieki nad dziećmi i zachowania trzeźwego myślenia. Gdy opiekun jest pod wpływem alkoholu, opóźnia się jego czas reakcji i pomocy dziecku, które np. spadnie z roweru czy huśtawki. Trzeźwy rodzic szybciej analizuje sytuację i jest w stanie udzielić właściwej pomocy, a w nagłych wypadkach zawieźć dziecko do lekarza. Alkohol od wieków jest elementem życia człowieka, nie oznacza to jednak, że możemy sobie na niego zawsze pozwolić. Każdy opiekun powinien brać pod uwagę potencjalne zdarzenia, które mogą wystąpić.

Agnieszka Jędrzejek,  
organizatorka wypraw rowerowych pod marką Wyprawy RoweLove

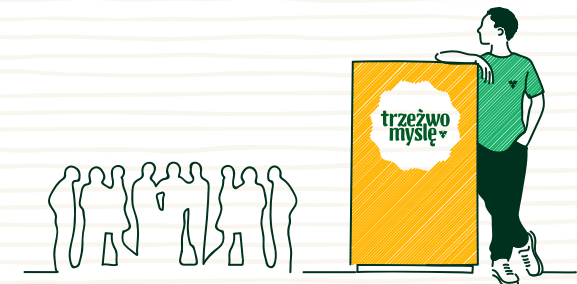


Zależało nam, aby o odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu mówić w ciekawy i przystępny sposób, bez moralizatorstwa, bez straszenia konsekwencjami nadużywania alkoholu. Chcieliśmy inspirować, dawać dobry przykład, by kolejny rok z rządu budować kulturę odpowiedzialnego podejścia do alkoholu i życia w ogóle.

Małgorzata Wąsik  
koordynator programu  
„Trzeźwo Myślę” z ramienia  
Carlsberg Polska

**3 mln osób**

zasięg programu „Trzeźwo Myślę” w 2021 roku.





**Bezpieczeństwo jest najważniejsze we wszystkim, co robimy, wszędzie, gdzie działamy.**

Dbanie o pracowników i podwykonawców na całym świecie jest najwyższym priorytetem. W naszej działalności przestrzegamy rygorystycznych norm bezpieczeństwa, a nasze Zasady Ratujące Życie mają na celu zapewnienie bezpieczeństwa wszystkim w pracy, w naszych browarach, magazynach i biurach oraz na drodze.

Każdy wypadek to o jeden za dużo i ciężko pracujemy, aby je wyeliminować. Aby to osiągnąć, potrzebujemy, aby wszyscy - menedżerowie, pracownicy, kontrahenci i podwykonawcy - wdrażali bezpieczne zachowania, przestrzegali zasad BHP i zachęcali do tego innych.

W 2021 roku rozszerzyliśmy programy szkoleniowe oraz wzmocniliśmy tzw. Life Saving Rules, aby przeciwdziałać największym ryzykom.

Kontynuowaliśmy stosowanie środków zapobiegających COVID-19, aby zapewnić pracownikom bezpieczeństwo. Lokalne zespoły znalazły kreatywne sposoby na ich wirtualne zaangażowanie i wspieranie dobrego samopoczucia.

Jedna trzecia naszych browarów przekroczyła 1000 dni bez wypadku skutkującego zwolnieniem lekarskim. Jednak nasz ogólny wskaźnik wypadków, skutkujących zwolnieniem lekarskim, wzrósł w 2021 r., w pewnym stopniu z powodu dołączenia do naszej Grupy nowych browarów.

Kroki, które podejmujemy, aby zakorzenić rygorystyczną wręcz kulturę bezpieczeństwa w nowych browarach i w całej Grupie, już pod koniec 2021 roku zaczęły odwracać ten trend. Jesteśmy ponownie na dobrej drodze do osiągnięcia celów, budując kulturę ZERO wypadków.

## CO DLA NAS OZNACZA „ZERO WYPADKÓW”?

**Wypadki** definiujemy jako zajścia, które prowadzą do niezdolności pracownika do wypełniania całego zakresu swoich codziennych obowiązków, przynajmniej przez jeden dzień, nie licząc dnia wypadku. Odnotowujemy wypadki zarówno naszych pracowników jak i podwykonawców. Dążymy do całkowitego ich wyeliminowania do 2030 roku.

**Wskaźnik wypadków** obliczamy jako liczbę zajść prowadzących do niezdolności do pracy, pomnożoną przez 1000 i podzieloną przez liczbę pełnoetatowych pracowników. Dążymy do zredukowania tego wskaźnika z każdym rokiem, do 2022 roku.

## PERSPEKTYWA GRUPY CARLSBERG

CELE GRUPY  
CARLSBERG 2030

ZERO  
WYPADKÓW

CELE GRUPY  
CARLSBERG 2022

REDUKCJA  
WSKAŹNIKA  
WYPADKÓW  
ROK DO ROKU



# WYNIKI CARLSBERG POLSKA

GRI 403-2, 403-4, 403-7, 403-9, 403-10

## 659 usprawnień

zgłoszonych w obszarze BHP



## 97% pracowników

browarów i magazynów uczestniczy w prowadzeniu obserwacji



## 3 418 tzw. Safety Walk



W 2021 roku w Carlsberg Polska kontynuowaliśmy starania na drodze do osiągnięcia celu ZERO wypadków. Mimo ograniczeń wynikających z trwającej pandemii, w dalszym ciągu realizowaliśmy nasze programy i inicjatywy BHP, takie jak: obserwacje, 5 złotych Zasad Ratujących Życie czy Program Kaizen.

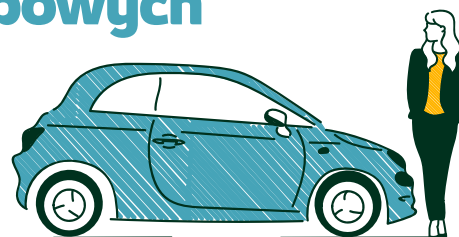
## 29 433

– obserwacji behawioralnych i technicznych



## 99% samochodów służbowych

w firmie posiada aktywne AlkoStopy



**Budowa kultury ZERO wypadków jest dla nas szczególnie istotna, a kluczem jest bezpośrednio zaangażowanie wszystkich pracowników i wykonawców. Traktując bezpieczeństwo priorytetowo, każdego dnia poszukujemy możliwości doskonalenia, poprzez udział w systemie obserwacji, czy też usprawnień KAIZEN.**

Rok upłynął również na wdrażaniu nowych programów i działań, takich jak tzw. Szybka Ocena Ryzyka, czyli rozwinięcie naszego ugruntowanego Programu Bezpieczna Piątka, czy wdrażanie Filaru BHP w Browarze Okocim, jako jednym z dwóch w Grupie Carlsberg. Nowością był też „BEZPIECZNY OPERATOR” - konkurs plastyczny dla pracowników, ich dzieci i wnuków na zilustrowanie tematu bezpieczeństwa pracy na linii.

Budowa wzorów zachowań jest dla nas ważna, natomiast kluczem jest tu bezpośrednio zaangażowanie pracowników. Sukcesywnie prowadzimy obserwacje behawioralne i techniczne, gdyż każda zgłoszona obserwacja, bądź tzw. near-miss, czyli sytuacja potencjalnie wypadkowa to możliwe źródło wypadku. Nowością w 2021 roku jest tu specjalna aplikacja do zgłaszania obserwacji BHP do użytku zarówno przez naszych pracowników, jak i podwykonawców.

## 5000 zgłoszeń

za pomocą aplikacji do zgłaszania obserwacji



## 98% pracowników

czuje się dobrze poinformowanych o bieżącej sytuacji pandemicznej



Jarosław Juszczyk, menedżer ds. BHP w Carlsberg Polska

	2020	2021
<b>Wypadki śmiertelne</b>	0	<b>1 zewnętrzny*</b>
<b>Wypadki ze zwolnieniem lekarskim (LTA)</b>	8 + 2 zewnętrzne	<b>9 + 3 zewnętrzne*</b>
<b>Wypadki bez zwolnienia lekarskiego (FA)</b>	4 + 1 zewnętrzny	<b>1</b>
<b>Zgłoszone sytuacje potencjalnie niebezpieczne (near-miss)</b>	160	<b>172</b>
<b>Obserwacje behawioralne / techniczne</b>	31 843	<b>26 181</b>

\*zewnętrzne, tzn. takie, w których poszkodowany został pracownik podwykonawcy.

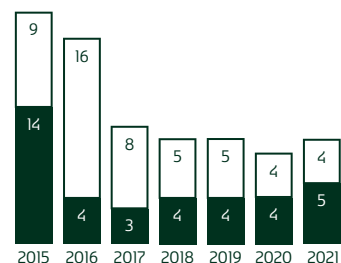
W Carlsberg Polska bezpieczeństwo pracy traktowane jest absolutnie priorytetowo, dbamy o stworzenie bezpiecznych warunków pracy i bezwzględnie wymagamy stosowania się do przepisów i wewnętrznych procedur zarówno przez pracowników, jak i wszystkich zewnętrznych wykonawców zleconych prac.

Pomimo to we wrześniu w Browarze Okocim doszło do śmiertelnego wypadku pracownika zewnętrznej firmy wykonującej prace na terenie Browaru. Analiza wydarzenia ujawniła, że przyczyną wypadku było złamanie Zasad Ratujących Życie, które leżą u podstaw naszej kultury bezpieczeństwa. Zdarzenie to pokazuje nieustającą potrzebę codziennej czujności naszych pracowników i współpracowników, aby stworzyć Kulturę ZERO wypadków.

W 2022 r. skupimy się na dalszej komunikacji Zasad Ratujących Życie, przywództwie, czyli zaangażowaniu przełożonych w krzewienie kultury bezpieczeństwa

oraz na zarządzaniu pracami wysokiego ryzyka wykonywanymi przez pracowników firm zewnętrznych. Chcemy w ten sposób podkreślić znaczenie przestrzegania tych Zasad, udzielić praktycznych wskazówek dla pracowników i kontrahentów, aby wiedzieli, jak wdrażać je w swoich miejscach pracy oraz dla bezpośrednich przełożonych, jak wyegzekwować ich stosowanie.

### WYPADKI ZE ZWOLNIENIEM LEKARSKIM



■ LTA Supply Chain (Wypadki ze zwolnieniem Produkcja i Logistyka)  
 □ LTA Sales & Marketing (Wypadki ze zwolnieniem Sprzedaż i Marketing)

### OSIĄGNIĘCIA 2021

Wzmacnianie kultury BHP poprzez promowanie obserwacji zachowań wśród pracowników i podwykonawców – ponad 17 tys. obserwacji zachowań oraz wdrożone nowe narzędzie do zgłaszania obserwacji.

#### Kampanie i projekty

- Szybka Ocena Ryzyka dla zadań nierutynowych - przeszkolono pracowników produkcji, logistyki, siły sprzedaży (On i Off trade) oraz wykonawców.
- Bezpieczny Transport Ręczny – przeszkolono siły sprzedaży (on i off trade).
- Budowanie Filaru BHP w browarze Brzesko – realizacja pilotażowego wdrożenia.

Kontynuacja szkolenia „online” dotyczącego zagrożeń podczas poruszania się samochodem – ponad 600 użytkowników samochodów służbowych ukończyło dwa szkolenia online.

Praktyczne szkolenia z bezpiecznej jazdy samochodem – ponad 170 kierowców wzięło udział w szkoleniu praktycznym Bezpieczne Auto Carlsberga (BACA).

Dni bezpieczeństwa w browarach - z uwagi na sytuację epidemiczną zostały zrealizowane Warsztaty Bezpieczeństwa przed planowanymi aktywnościami remontowymi.

Adaptacja zasad pracy do aktualnej sytuacji epidemicznej. 98% osób czuje się dobrze poinformowanych nt. sytuacji COVID-19.

### PLANY 2022

Wzmacnianie kultury BHP poprzez promowanie obserwacji zachowań wśród pracowników i podwykonawców - działania skierowane do stałych wykonawców.

#### Kampanie i projekty

- H&S Leadership - Szkolenie dla liderów Carlsberg Polska.
- Złote Zasady Ratujące Życie – kampania przypominająca.
- Aspekty Ergonomii w pracy w biurze i pracy zdalnej.
- Szkolenia przypominające z Prac Szczególnie Niebezpiecznych.
- Kontynuacja działań wzmacniających kulturę BHP w ramach Filaru BHP.

#### Kontynuacja szkoleń:

- online dotyczących zagrożeń podczas poruszania się samochodem,
- praktycznych z bezpiecznej jazdy samochodem,
- krótkich kampanii wzmacniających świadomość zagrożeń, przygotowanych na podstawie zgłaszanych obserwacji oraz analizy kolizji drogowych.

Szkolenie organizacji z udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej.

Bieżąca informacja na temat sytuacji COVID-19. Sesje wirtualnych Safety Walks – dla osób pracujących zdalnie.

## NARZĘDZIA I PROGRAMY

GRI 403-1, 403-4, 403-7

- **Obserwacje** - identyfikacja zachowania lub aspektów technicznych, które „w sprzyjających warunkach” mogą spowodować uraz, chorobę, stratę materialną lub środowiskową.
- **Standardy** - wszystkie nasze browary posiadają Zintegrowany System Zarządzania, obejmujący również obszar Bezpieczeństwa i Higieny Pracy.
- **Program Szybka Ocena Ryzyka**, będący rozwinięciem **BEZPIECZNEJ 5**
- **Program 5 ŻŁOTYCH ZASAD Grupy Carlsberg** - obejmujących najbardziej ryzykowne obszary naszej działalności i potencjalnych zagrożeń wypadkami.
- **Program ciągłego doskonalenia KAIZEN<sup>1</sup>** - w ramach którego regularnie zbieramy pomysły pracowników na usprawnienia w zakresie organizacji bezpieczeństwa pracy.

### NOWOŚĆ OD 2021 R. - APLIKACJA DO ZGŁASZANIA OBSERWACJI

W 2021 roku wdrożyliśmy aplikację do zgłaszania obserwacji w obszarze bezpieczeństwa i higieny pracy. Można w niej raportować potencjalne zagrożenia i dobre praktyki. Skorzystać z niej mogą zarówno pracownicy Carlsberg Polska jak również nasi partnerzy i podwykonawcy.

**Ponad  
5000  
zgłoszeń  
w 2021 r.**



## SAFETY FIRST PL

### Aplikacja do zgłaszania obserwacji



**Zatrzymaj się  
i zgłoś obserwację,  
również pozytywną 😊**

**JAK zgłosić obserwację?**



Jestem pracownikiem Carlsberg.  
Jak mam zgłosić obserwację?

**Masz służbowy adres e-mail - zeskanuj telefonem ten kod QR**



**NIE masz służbowego adresu e-mail - zeskanuj telefonem ten kod QR**



Jestem wykonawcą zewnętrznym.  
Jak mam zgłosić obserwację?

**Wykonawco, zeskanuj telefonem ten kod QR**



**NIE PRZECHODŹ OBOJĘTNIE !**

<sup>1</sup> Więcej na temat Programu – patrz str. 61



## SZKOLENIA I UŚWIADAMIANIE

### GRI 403-5

Budowa kultury bezpieczeństwa w znacznej mierze bazuje na pracownikach – ich nawykach, zachowaniach i umiejętnościach. Narzędzia i programy stanowią tu nieodzowne wsparcie i punkt odniesienia, natomiast codzienna komunikacja i nieustanne podnoszenie umiejętności, tak by stały się nawykiem, to konieczność.

Regularnie przypominamy o zasadach bezpieczeństwa w browarach poprzez stosowne oznaczenia, plakaty i newslettery. Dla wszystkich gości zaktualizowaliśmy filmy edukacyjne, które są przewodnikiem bezpiecznego poruszania się po terenie browarów. Pracownicy podwykonawców przechodzą stosowne szkolenia, by móc pracować na terenie naszych browarów.

W 2021 roku zrealizowaliśmy m.in. następujące szkolenia:

- **"Podnoszenie/przenoszenie"** – szkolenie zrealizowane dla sił sprzedaży. Odnosiło się do pracy w sklepie, pokazano dobre praktyki: „ile mogę podnieść nie tylko w kg, lecz również w sztukach?”, „jak bezpiecznie podnieść, przenieść materiał z bagażnika do sklepu?”, przypominano o narzędziach do minimalizacji obciążenia (haki, wózki).

- **Szybka Ocena Ryzyka** - szkolenie dla ISC [pracowników produkcji, logistyki], jak i sił sprzedaży. Jest rozwinięciem Programu „Bezpieczna piątka” o „Pytania i odpowiedzi” jakie należy sobie zadać przed podjęciem pracy nierutynowej, zaczynając od podstawowego: czy wiem co mam zrobić i czy znam się na tym co chcę zrobić? Takie podejście pozwala na identyfikację ryzyk związanych z czynnościami, których pracownicy nie wykonują codziennie i zaplanować działania eliminujące bądź ograniczające możliwe zagrożenia.

- **Wirtualny Safety Walk** - wykorzystanie możliwości prezentacji treści wizualnej przez aplikację TEAMS osobom pracującym zdalnie oraz pracującym w innej lokalizacji niż obszar prezentowany. Technologia ta pozwala przypomnieć bądź zapoznać uczestników szkolenia z zagrożeniami występującymi w danym obszarze. Jedną z trzech grup, dla których zrealizowano taki wirtualny spacer, były osoby zaangażowane w koordynację transportu i kontakt z zewnętrznymi spedycjami. Obszarem obserwowanym było miejsce załadunku i rozładunku samochodów ciężarowych w Browarze Okocim.

### ZDROWA RÓWNOWAGA

#### GRI 403-6

Dbanie o zdrowie pracowników jest jednym z naszych priorytetów. Dotyczy to także dbania o zdrowie psychiczne i dobre samopoczucie wszystkich pracowników. Praca hybrydowa, ograniczone spotkania bezpośrednio, konieczność godzenia pracy w domu z życiem rodzinnym były dodatkowym obciążeniem i wyzwaniem dla pracowników podczas pandemii. Dlatego też w 2021 r. kontynuowano wsparcie pracowników w postaci programu „Zdrowa równowaga”. Jest to cykl spotkań online z udziałem psychologów i terapeutów. Poruszane są na nich tematy dot. zdrowia, aktywności fizycznej, dbania o siebie, jak też komunikacji i relacji ze współpracownikami i bliskimi w domu. Program od początku cieszy się dużym zainteresowaniem.

W 2021 r. zorganizowaliśmy **8 spotkań** online, w których w sumie uczestniczyło **617 pracowników** (średnio 77 osoby na warsztat). Największym zainteresowaniem cieszyły się tematy: „We właściwym czasie - rytm dobowy i jego wpływ na naszą aktywność, efektywność oraz bezpieczeństwo”, „Ergonomia i Biohacking w czasie C19” oraz

porady dotyczące domowej immunologii. Pracownicy mogli ocenić każde spotkanie – **średnia ocen wyniosła 4,73 (w skali do 5)**.

W czasie trwającej już drugi rok pandemii firma szybko dostosowała się do zmieniającej się rzeczywistości priorytetyzując bezpieczeństwo i zdrowie, w tym mentalne, swoich pracowników. To ludzie są naszym najcenniejszym zasobem. Chcąc zrealizować cele na 2021 rok było oczywiste, że musimy zrobić wszystko, by maksymalnie zadbać o bezpieczeństwo i zdrowie pracowników oraz wesprzeć ich psychicznie, aby utrzymać dotychczasowe zaangażowanie i wysoką motywację, dać poczucie przynależności, wsparcia i wspólnoty. Obrona strategii przyniosła rezultaty – udało się utrzymać silny, zaangażowany zespół, dzięki któremu zrealizowano w 2021 r. zaplanowane cele biznesowe, m.in. na czas wprowadzono na rynek wszystkie nowości produktowe, utrzymano ciągłość działania i dostaw piwa, jak też przeprowadzono zaplanowane inwestycje w browarach.



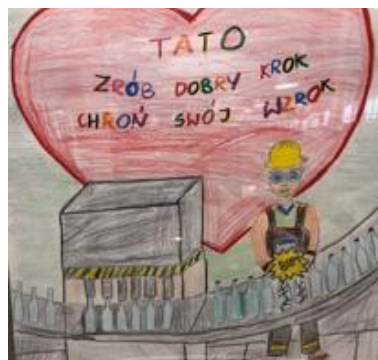
**KONKURS „BEZPIECZNY OPERATOR” GRI 403-4**

W ramach wzmocnienia kultury BHP - zwiększania świadomości i uważności w obszarze pakowania - zorganizowaliśmy konkurs plastyczny na hasło i plakat promujący właściwe zachowania. Pracownicy mogli zaangażować dzieci i wnuki do lat 15, by narysowały, jak widzą ich bezpieczeństwo w pracy na linii.



Organizując konkurs chcieliśmy wzmocnić wizualną komunikację BHP na liniach rozlewniczych. Celem było wywołanie refleksji i zaangażowania operatorów – a czy coś może bardziej oddziaływać na wyobraźnię niż rysunki dzieci z przestaniem „Mamo/tato pracuj bezpiecznie, bo masz dla kogo wracać do domu”? Budowanie kultury bezpieczeństwa nie musi być nudne, a kreatywność dzieci przekroczyła nasze oczekiwania, dzięki czemu mamy niepowtarzalną i wyjątkową wystawę plakatów BHP, a każdy mały artysta został nagrodzony.

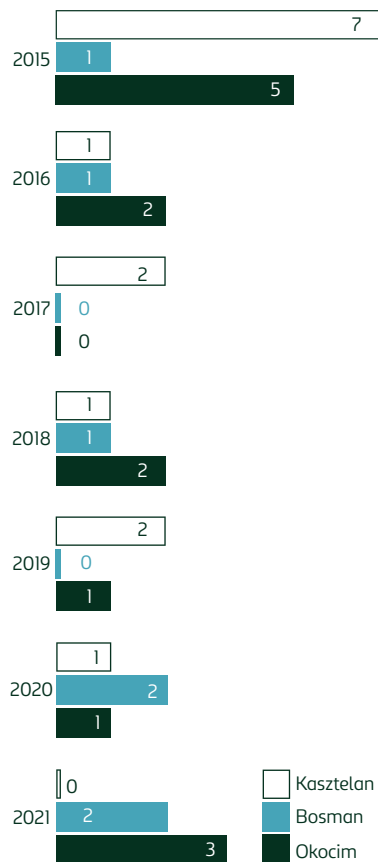
Klaudia Ciszewska, asystentka dyrektora, Browar Okocim Carlsberg Polska



# PROJEKTY W BROWARACH

GRI 403-9

## LICZBA WYPADKÓW ZE ZWOLNIENIEM (LTA – LOST TIME ACCIDENT) W POSZCZEGÓLNYCH BROWARACH W LATACH 2015-2021



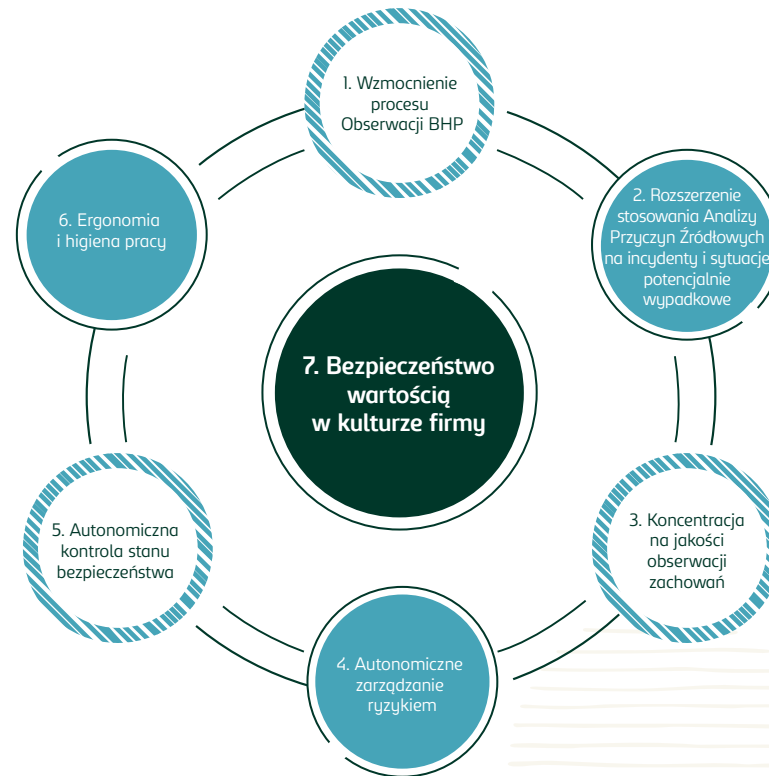
### BROWAR OKOCIM

W Browarze Okocim, jako jednym z dwóch w Grupie Carlsberg, w 2021 roku rozpoczęliśmy pilotażowe wdrożenie filaru BHP na linii butelkowej B3.

Celem filaru jest inspirowanie, wzmacnianie świadomości i przede wszystkim budowanie autonomiczności pracowników linii w zakresie poprawy bezpieczeństwa przed a nie po wystąpieniu zdarzeń niebezpiecznych. W pierwszej kolejności zaadresowane zostały obszary: otwartości na zgłaszanie obserwacji, ich jakość oraz zdolność zespołów do samodzielnej analizy przyczyn near-missów (sytuacji potencjalnie wypadkowych) zgłaszanych w obszarze linii. Dodatkowo przeprowadzone zostały warsztaty związane z identyfikacją i oceną ryzyk występujących w miejscu pracy.

### BROWAR BOSMAN

Dzięki modernizacji końcówki linii rozlewniczej B2 w Szczecinie, a dokładniej w wyniku wydłużenia przenośników buforujących opakowanie przeznaczone do produkcji, poprawiło się znacznie bezpieczeństwo w tym obszarze, ponieważ została wyeliminowana najniebezpieczniejsza czynność, jaką było rozczepianie palet z butelkami. Dodatkowym beneficjentem jest oszczędność finansowa, przez zredukowanie obsady potrzebnej do zapewnienia ciągłości produkcji.



### POMYSŁY USPRAWNIAJĄCE – KAIZENY

Angażowanie pracowników jest kluczem do poprawy bezpieczeństwa na stanowisku pracy. Realizujemy to poprzez obserwacje behawioralne i techniczne, tzw. near-missy – czyli analizę sytuacji potencjalnie wypadkowych oraz przez program ciągłego doskonalenia.

W 2021 roku blisko połowa (659) wszystkich zgłoszonych przez pracowników wniosków usprawniających dotyczyła obszaru BHP. Były wśród nich zarówno pomysły, które poprawiają ergonomię i bezpieczeństwo pracy lub wpływają na wyeliminowanie wypadku.



# BEZPIECZEŃSTWO NA DROGACH



## 99% samochodów

służbowych w firmie posiada aktywne

## AlkoStopy

### Alkostopy

W 2021 roku zakończyliśmy doposażanie naszych samochodów służbowych w blokady alkoholowe. Projekt prowadzimy od 2018 roku instalując urządzenia blokady alkoholowej w nowych autach. Stan na dziś - 99% aut z aktywną blokadą. Pozostały 1% to okresowe wyłączenia podyktowane względami serwisowymi.

### Szkolenia

Rok 2021 był rokiem powrotu (po przerwie związanej z COVID-19) do szkoleń kierowców realizowanych na autodromach. W ośmiu lokalizacjach odbyło się łącznie 15 dni szkoleniowych, w których uczestniczyło 176 kierowców.

Szkolenie ukierunkowane jest na budowanie świadomości zagrożeń, budowanie doświadczenia poprzez wprowadzenie auta w sytuację niebezpieczną. W taki sposób, w bezpiecznych warunkach, budujemy doświadczenie kierowcy, które w codziennej eksploatacji pozwala lepiej ocenić warunki i uniknąć sytuacji niebezpiecznej. Dodatkowym

modułem szkolenia jest moduł pierwszej pomocy przedmedycznej, gdzie ćwiczymy pożądane zachowania świadka wypadku, z uwzględnieniem zabezpieczenia miejsca, komunikacji ze służbami oraz czynności ratujących życie poszkodowanym. Uczestnicy otrzymują profesjonalnie wyposażone apteczki. W roku 2022 program będzie kontynuowany.

### Wygradzone drogi dla pieszych

W celu poprawy bezpieczeństwa na drogach na terenie naszych browarów, w Browarze Kasztelan zostały zamontowane wygradzenia dla pieszych przy bramach załadunkowych, przez które ciągle wjeżdżają i wyjeżdżają wózki widłowe. Podobnie jak w Browarze Okocim są to barierki z jednostronnie otwieranymi bramkami uchylnymi przy przejściach dla pieszych. Dzięki takiemu rozwiązaniu osoby poruszające się w obszarze magazynu są fizycznie oddzielone od ruchu pojazdów i wózków widłowych oraz zabezpieczone przed przypadkowym wtargnięciem w światło bramy magazynowej, z której wyjeżdżają wózki widłowe podczas operacji logistycznych.

## WALKA Z PANDEMIĄ

**40 komunikatów** dot. COVID-19

**98% pracowników**

czuje się dobrze poinformowanych o bieżącej sytuacji pandemicznej w firmie

Od początku pandemii w Carlsberg Polska działa Zespół zarządzania kryzysowego COVID-19, który odpowiada za bieżące monitorowanie sytuacji oraz podejmowanie strategicznych decyzji mających na celu ochronę pracowników. To dzięki rekomendacjom Zespołu podejmowane były decyzje o wprowadzeniu różnych wewnętrznych procedur i restrykcji m.in. wstrzymaniu spotkań zewnętrznych czy delegacji. W komunikacji wewnętrznej, w formie newslettera bądź wpisów na intranecie, pojawiały się regularne informacje o liczbie pracowników chorych i na kwarantanach oraz o zaleceniach Ministerstwa Zdrowia i innych kluczowych tematach związanych z pandemią.

W trosce o zdrowie i bezpieczeństwo pracowników oraz aby rozwiązać wszelkie wątpliwości związane ze szczepieniem przeciw COVID-19 zorganizowano dwa wykłady z dr. Markiem Posobkiewiczem, z którego skorzystało 185 osób.

Aby dodatkowo zachęcić wszystkich pracowników do współtworzenia bezpiecznych warunków pracy, Zarząd podjął decyzję o przyznaniu dodatkowego dnia wolnego dla każdego pracownika, który jest w pełni zaszczepiony przeciwko SARS-CoV-2. W 2021 roku skorzystało z niego 808 osób (835 z pracownikami agencji zewnętrznych).



# ODPOWIEDZIALNY BIZNES

**Prowadzenie biznesu w sposób odpowiedzialny wynika z naszej misji – warzymy dla lepszego dziś i jutro!**

Budowa relacji z pracownikami, konsumentami oraz społecznościami lokalnymi w oparciu o etykę, wartości, bezpieczeństwo żywności oraz partnerstwo i współpracę to istota naszej działalności.

## ZAWARTOŚĆ ROZDZIAŁU:

Nasze wartości.....	54
Etyka i przeciwdziałanie korupcji.....	55
Zarządzanie różnorodnością.....	57
Rozwój talentów.....	59
Zaangażowanie pracowników.....	62
Zapewnianie jakości i bezpieczeństwa produktów.....	65
Rozwój społeczności lokalnych.....	69



**86% poziomu satysfakcji z pracy**

w Carlsberg Polska



**393 zgłoszenia**

w ramach programu Ambasadorzy Kultury 3A



**Aktualizacja Kodeksu etyki**

w 2021 roku



**373 osób**

zaangażowała XI edycja szkoleń otwartych obejmująca 17 tematów i 411 godzin szkoleniowych



**600 tys. zł**

przekazaliśmy na realizację projektów w ciągu 8 lat programu grantowego InicjaTyWy



**95% pracowników**

uważa, że jest dobrze poinformowanych o działaniach firmy



# NASZE WARTOŚCI

Nasze wartości określają to, kim jesteśmy i co jest dla nas ważne. W Grupie Carlsberg postępujemy się trzema prostymi, ale bardzo ważnymi wartościami. Nazywamy je „Kulturą 3A”, od pierwszych liter angielskich słów: Alignment (Uzgodnienie), Accountability (Odpowiedzialność) oraz Action (Działanie). W zgodzie z nimi rekrutujemy, rozwijamy i nagradzamy pracowników. Wartości 3A opisane zostały za pomocą 9 atrybutów.

## AMBASADORZY KULTURY 3A

Elementem promocji naszych wartości jest docenianie pracowników w ramach dorocznego programu Ambasadorzy Kultury 3A. Program jest wyjątkowy, ponieważ dzięki niemu, pracownicy mają możliwość docenienia koleżanek i kolegów poprzez nominowanie ich do tytułu Ambasadora. W 2021 roku było 393 zgłoszeń w 6 kategoriach:

- pasja (70),
- pokora (21),
- praca zespołowa (118),
- profesjonalizm (129),
- przedsiębiorczość (28),
- samosterowność (27).

Wyróżniliśmy 28 osób i 3 zespoły, które w swojej codziennej pracy działają zgodnie z naszą kulturą i są przykładem dla nas wszystkich.

## Alignment (Uzgodnienie)

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



## Accountability (Odpowiedzialność)

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



## Action (Działanie)

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



### Ambasadorzy Kultury

3A to program, w którym możemy wyróżnić pracowników, docenić ich zaangażowanie i podziękować za dobrą współpracę. Jest on także okazją do poznania fantastycznych ludzi, którzy dzielą się swoją pasją, niespotykaną pomysłowością i nowatorskimi rozwiązaniami. Najważniejsze jednak jak to robią - słuchają innych, są otwarci na współpracę i zarażają swoją pozytywną energią. Wśród laureatów nie brakuje też cudownych formalnych i nieformalnych liderów, którzy dbają o swoich ludzi, a gdy trzeba potrafią o nich zawalczyć.

Monika Toroszevska,  
kierownik ds. projektów HR



## ETYKA I PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI

Nasze wysiłki, aby warzyć dla lepszego dziś i jutra, i jednocześnie konsekwentnie dokonywać właściwych wyborów w sposobie prowadzenia naszej działalności wymagają solidnych podstaw w zakresie budowy kultury etycznej.

Zarządzanie tym zagadnieniem dzielimy na dwa równie istotne obszary.

- **Formalno-proceduralny** – gdzie wiodącą rolę jest kodyfikacja zasad i reguł oraz oczekiwanych metod postępowania poprzez określenie polityk, czy wytycznych oraz monitorowanie zgodności.
- **Norm i zachowań** – gdzie kluczowe jest budowanie świadomości pracowników przy zaangażowaniu kierownictwa – praca nad wartościami, codziennymi nawykami, dzieleniem się wiedzą i doświadczeniem, co jest mocno odzwierciedlone w naszej Kulturze 3A oraz strategii Live by our Compass.

Najbardziej aktualne polityki, podręczniki i wytyczne obowiązujące w Grupie Carlsberg są dostępne dla pracowników na platformie Live by Our Compass. Znajduje się tam 29 polityk i 200 manuali dotyczących m.in.:

- zgodności z zasadami etyki biznesowej,
- przeciwdziałania korupcji i łapownictwu,
- zgodności z przepisami prawa konkurencji,
- zgodności z przepisami ochrony danych osobowych,
- zgodności z przepisami dotyczącymi sankcji handlowych,
- zgłaszania nieprawidłowości za pośrednictwem linii SpeakUp.

### KODEKS ETYKI I POSTĘPOWANIA

Kodeks Etyki i Postępowania definiuje podstawowe zasady naszej kultury organizacyjnej: uczciwość, zgodność z obowiązującymi regułami, poczucie odpowiedzialności, szacunek wobec innego człowieka.

W 2021 roku miała miejsce aktualizacja naszego Kodeksu na poziomie Grupy Carlsberg. Najważniejsze zmiany względem poprzedniej wersji:

- kodeks został uproszczony, uporządkowany, zawiera odniesienia do właściwych polityk oraz dane kontaktowe osób odpowiedzialnych za dany obszar;
- dodano przewodnik rekomendowanych i zakazanych działań (do's and don't's),

które uwzględniają wnioski z dotychczas stwierdzonych niezgodności;

- dodano nowe sekcje dot. bezpieczeństwa i higieny pracy, ochrony środowiska i AML (przeciwdziałanie "praniu" pieniędzy);
- dodano nowy przewodnik dotyczący etycznego podejmowania decyzji, aby pomóc w sytuacjach, w których właściwe postępowanie może być niejasne.

Dodatkowo posiadamy Kodeks Postępowania Dostawców i Licencjobiorców, który określa podstawowe wymagania wobec naszych dostawców w zakresie etyki biznesu. Ma on zastosowanie do wszystkich dostawców i stanowi integralną część każdej umowy zawartej pomiędzy Carlsberg a dostawcą.





## SZKOLENIA

Kluczem do sukcesu jest zapewnienie świadomości i zrozumienia wymagań Kodeksu oraz uwzględnianie ich w swojej codziennej pracy przez pracowników. Prowadzimy cykliczne działania przypominające i podnoszące świadomość (newslettery, plakaty, intranet), w tym komunikujemy zmiany, takie jak np. aktualizacja naszego Kodeksu.

Jednym z elementów szkolenia wprowadzającego dla nowych pracowników jest prezentacja z etyki biznesu i zgodności z przepisami prawa, 100% z nich wypełnia również oświadczenie o zapoznaniu się z Kodeksem.

Prowadzimy szereg szkoleń w formie e-learning obejmujących następujące tematy:

- Kodeks Etyki i Postępowania
- Prawo konkurencji
- Przeciwdziałanie korupcji i łapownictwu
- Cyberbezpieczeństwo

W 2021 roku obowiązkowym szkoleniem nt. Kodeksu Etyki i Postępowania zostało objętych 668 osób i wszystkie to szkolenie zrealizowały. Dodatkowo prowadzone są szkolenia dedykowane poszczególnym zespołom, bądź osobom o określonych kompetencjach czy zadaniach. Dotyczy to przykładowo tematów takich jak prawo konkurencji, czy ochrona danych osobowych.

## PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI I ŁAPOWNICTWU

### GRI 205-1, 205-2, 205-3, 206-1

Nasza polityka przeciwdziałania łapownictwu i korupcji podkreśla zakaz wręczania łapówek i płatności przyspieszających bieg spraw. Ponadto zawiera wytyczne dotyczące otrzymywania i wręczania prezentów, zapewnienia rozrywki, darowizn i sponsoringu. Funkcjonuje również proces składania oświadczeń o konflikcie interesów przez kierowników i menedżerów określonego poziomu.

Prowadzimy analizę ryzyka wystąpienia korupcji zarówno pod kątem wymagań Grupy Carlsberg jak też jako integralną część procesu zarządzania ryzykiem. W celu zagwarantowania, że Polityka antykorupcyjna jest przestrzegana, zostały wdrożone kontrole wewnętrzne określone w compliance control framework, które bazują na podejściu opartym na ryzyku (risk based approach).

Dodatkowo, mamy proces weryfikacji kontrahentów, w ramach którego weryfikujemy każdego kontrahenta pod względem ryzyka naruszenia zasad etyki i przepisów prawa. Chcemy współpracować wyłącznie z dostawcami, którzy są etyczni.

**W minionym roku nie odnotowano przypadków korupcji, a także nie podjęto wobec Carlsberg Polska żadnych kroków prawnych dotyczących przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji czy praktyk monopolistycznych.**

## SPEAK UP - ZGŁASZANIE NIEPRAWIDŁOWOŚCI

### GRI 2-16, 2-26, 406-1

Pracownicy, jak również każda osoba bądź podmiot, z którymi współpracujemy lub współpracujemy (tj. partnerzy biznesowi, dostawcy, akcjonariusze, udziałowcy, agenci, dystrybutorzy, przedstawiciele

i klienci) posiadają możliwość zgłoszenia wszelkich naruszeń za pomocą systemu Speak Up.

Dodatkowo w zależności od okoliczności pracownik może zwrócić się do przełożonego, przedstawiciela działu HR, działu prawnego oraz do lokalnego przedstawiciela ds. zgodności (Compliance Officer).

Każda osoba, która otrzyma zgłoszenie o naruszeniu Kodeksu, musi natychmiast poinformować lokalnego przedstawiciela ds. zgodności (Compliance Officer) i nie może samo-

dzielnie rozpoczynać postępowania wyjaśniającego w tej sprawie. Każde zgłoszenie jest wnikliwie analizowane, osoba zgłaszająca podlega ochronie oraz otrzymuje potwierdzenie zgłoszenia wraz z informacją o dalszych krokach. Sposób postępowania ze zgłoszeniem reguluje Podręcznik badania naruszeń.

**W 2021 roku odnotowano 2 zgłoszenia z wykorzystaniem Speak Up oraz 1 incydent o charakterze dyskryminacyjnym. Wszystkie zgłoszenia zostały rozwiązane zgodnie z obowiązującymi procedurami.**

# SPEAK UP DLA LEPSZEGO DZIŚ & JUTRA!

ANONIMOWE, POUFNE  
I BEZPIECZNE ZGŁASZANIE  
NIEPRAWIDŁOWOŚCI | 24/7

Zgłoszaj sprawę, w której jesteś i posłaniem anonimowości. Twoje zgłoszenie zostanie natychmiast i dyskretnie przekazane w celu wyjaśnienia i podjęcia odpowiednich działań. W każdej chwili będziesz mógł śledzić status swojego zgłoszenia.



**UWAGA: ZMIANA NUMERÓW KONTAKTOWYCH LINII SPEAK UP**



SCAN ME

[Carlsberg SpeakUp Line – obsługiwana przez Convercent](https://www.carlsberg.com/speakup)

[SpeakUp@carlsberg.com](mailto:SpeakUp@carlsberg.com)

00 800 141 0213  
00 800 111 3819

# ZARZĄDZANIE RÓŻNORODNOŚCIĄ

GRI 405-2

Chcemy być firmą coraz bardziej różnorodną i inkluzywną, aby odzwierciedlić różnorodność naszych pracowników, klientów i konsumentów. Budujemy kulturę, w której ludzie czują, że mogą być sobą.

Nasza Polityka Różnorodności i Włączenia odzwierciedla globalny sposób myślenia i budowanie kultury w oparciu o różnorodność, włączając przywództwo i równe szanse dla wszystkich. W kolejnym roku jej wdrażania, uczestniczyliśmy w badaniach, które miały na celu identyfikację i lepsze zrozumienie aspektów różnorodności, którym należy poświęcić najwięcej uwagi. Rok 2021 to także szeroko zakrojona edukacja pracowników obejmująca artykuły w intranecie, webinary oraz szkolenia dla kadry menedżerskiej z tematu nieświadomych uprzedzeń. Wśród planów na 2022 rok mamy m.in. dostosowanie procesów rekrutacji do wymogów polityki oraz realizację kolejnych projektów adresujących rozwój kobiet w naszej organizacji.

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

## Filary Polityki Różnorodność & Włączanie

### GLOBALNE PODEJŚCIE

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

### RÓWNE SZANSE

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

### ZRÓŻNICOWANA PULA TALENTÓW

Chcemy przyciągać, rozwijać i utrzymać właściwych ludzi, których różnicowanie, 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.

### KOMPLEKSOWE PODEJŚCIE DO ROLI LIDERA

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

### STOSUNEK PENSJI PODSTAWOWEJ I WYNAGRODZENIA KOBIEI I MĘŻCZYŹN

	Wskaźnik wynagrodzenia kobiet / wynagrodzenia mężczyzn
Stanowiska wykonawcze	96%
Specjaliści	97%
Kierownicy i liderzy	96%
Menedżerowie	105%
Senior menedżerowie, dyrektorzy, executive	101-119%



## KARTA RÓŻNORODNOŚCI

KOORDYNOWANA PRZEZ FORUM ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU



# ZAANGAŻOWANIE NASZYCH MAREK



W ramach programu Bosman Wspiera Region powstała muzyczna inicjatywa UNITY, zrealizowana przez Stowarzyszenie społeczno-edukacyjne Wood and Brass Band. UNITY jest monumentalnym, rytmicznym i melodyjnym dziełem audio-wizualnym stworzonym w oparciu o ideę jedności, tolerancji, współpracy i zrozumienia.

Więcej informacji znajdziesz [tutaj](#).



W ramach programu Piast Wspiera Region zrealizowano projekt UMIEM MIGAĆ. Celem grantu było zwiększenie dostępności instytucji i placówek dla osób niesłyszących na terenie miasta Legnicy. Projekt obejmował przeszkolenie minimum 30 osób związanych z codzienną pracą z ludźmi (m.in. pracowników obsługi klienta, nauczycieli, pracowników MOPS, przedstawicieli administracji publicznej i innych) w zakresie obsługi osób niesłyszących oraz znajomości podstaw Polskiego Języka Migowego.

Więcej informacji znajdziesz [tutaj](#).



# ROZWÓJ TALENTÓW

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

Nieodłącznym elementem pracy w Carlsberg Polska jest możliwość rozwoju zarówno poprzez kursy i szkolenia, jak również w trakcie wykonywanej pracy, ucząc się od współpracowników i przełożonych.

Jako firma zapewniamy przestrzeń ku temu poczynając od obowiązkowych szkoleń wprowadzających czy stanowiskowych, poprzez szkolenia otwarte i dostęp do zdalnej platformy szkoleniowej, skończywszy na programie rozwoju liderów i programach dedykowanych pod konkretne kompetencje, dla określonych grup stanowisk.

## ROZWOJOWE ŚRODY

Nowością „w dobie pandemii”, czyli od 2020 roku jest projekt spotkań tematycznych „Rozwojowe Środy”. Pierwotnym założeniem było wzmocnienie zaangażowania pracowników i zapewnienie ich uczestnictwa w życiu firmy. Trenerzy zewnętrzni co środę w krótkiej i intensywnej formie szkoleniowej prezentują różnorodne, niejednokrotnie niecodzienne tematy i zagadnienia. Projekt pierwotnie planowany tylko na rok, na tyle przypadł naszym pracownikom do gustu, że w 2021 roku zrealizowaliśmy 13 edycji angażując prawie 1000 uczestników, którzy całościowo ocenili Rozwojowe Środy na 4,78 w skali do 5.

## SZKOLENIA OTWARTE

XI edycja szkoleń otwartych w Carlsberg Polska obejmowała 17 tematów i 411 godzin szkoleniowych, angażując 1373 osób. Średnia ocena uczestników to 4,9 w skali do 5. Projekt ten realizujemy w zamkniętych grupach, w których trenerami są nasi wewnętrzni eksperci.

Kategorie pracowników	Średnia liczba godzin szkoleniowych 2021	Łączna liczba godzin szkoleniowych 2021
<b>Sprzedaż i Marketing</b>	9,33	4551,9
<b>Produkcja</b>	10,03	5817,42
<b>Logistyka</b>	5,08	955,31
<b>Administracja (HR, Finanse, PR)</b>	9,50	693,32
	<b>0,11</b>	<b>12017,95</b>

## PRZYKŁADOWE TEMATY W RAMACH XI EDYCJI SZKOLEŃ OTWARTYCH



### Menedżerskie MS Office

- Skuteczna rekrutacja, czyli jak znaleźć prawdopodobnie najlepszego pracownika
- Efektywność Menedżera
- Motywowanie zespołów - gra symulacyjna



### MS Office

- Excel dla Handlowca
- Excel dla początkujących
- Excel dla średnio zaawansowanych
- Word bez tajemnic
- Power Point - sztuczki i triki dobrej prezentacji



### Ogólne

- Jak tworzyć skuteczne materiały POS?
- Zostań mistrzem występów publicznych
- Puk, puk tu UOKIK. Symulacja niezapowiedzianej kontroli organu ochrony konkurencji.
- Sztuka prezentacji
- Gra pokoleń bez DRAMAtów
- Krótki trening twórczości "Płynnie, giętko, oryginalnie"
- Skuteczność w życiu i w pracy wg Coveya
- Trening asertywności - gra symulacyjna



### Sprzedażowe

- 2P, czyli Przekonująca Propozycja Handlowca dla Klienta

Wśród zrealizowanych w 2021 roku szkoleń były także:

- **Fit coaching** – 7 osób
- **Przywództwo sytuacyjne** – 41 osób
- **Liderzy CP - Be a manager, be a leader** - 13 osób
- **Performance Management** – 32 osoby
- **First time manager** – 33 osoby (11 osób – kontynuacja 1. edycji oraz 22 osoby nowe w roli managerskiej i 2 osoby nowe w Carlsberg Polska)

## OCENY ROCZNE

### GRI 404-3

Informacja zwrotna jest ważnym aspektem w indywidualnym rozwoju. Ocena roczna pracowników składa się z dwóch elementów:

- **what** - ocena poziomu realizacji indywidualnych celów.
- **how** - ocena sposobu, w jaki pracownik doprowadził do osiągnięcia celów czyli zachowania pracownika w kontekście Kultury 3A.

Regularne oceny roczne za 2020 r. otrzymało w 2021 r. 95% pracowników, z czego 57% osób uczestniczących w spotkaniach to byli pracownicy biurowi i działu sprzedaży (w tym przedstawiciele handlowi) oraz 38% pracownicy produkcji.

Bieżąca informacja zwrotna (Ciągły Dialog) to regularne rozmowy między pracownikiem, a jego przełożonym, dotyczące realizacji celów, ale również ogólnego poziomu zadowolenia, efektywności, działania zgodnie z Kulturą 3A i rozwoju. Ciągły dialog ma na celu wzmacnianie kultury udzielania informacji zwrotnej oraz budowanie dobrej relacji. Rekomendowana częstotliwość takich spotkań to raz w miesiącu.



# PROGRAM PODNOSZENIA KWALIFIKACJI OPERATORÓW MASZYN W CARLSBERG POLSKA

W 2021 r. wdrożyliśmy program podnoszenia kwalifikacji operatorów maszyn, który będzie projektem długofalowym, służącym edukacji, rozwojowi i utrzymaniu kadry pracowników, która jest niezbędna do funkcjonowania browarów. Stanowi on odpowiedź na globalny trend malejącego zainteresowania pracami produkcyjnymi, jak np. obsługą maszyn.

Realizujemy go na kilku poziomach nauczania, od pracowników początkujących, po bardziej zaawansowanych, którzy wymagają bardziej specjalistycznych i pogłębionych szkoleń. Zakres obejmuje zarówno szkolenia technologiczne, np. zasady obsługi maszyn, jak i podstawowe standardy operacyjne w zakładach. Każdy uczestnik przechodzi kwalifikację i jest przypisywany do danej grupy (różne poziomy) z celami, jakie ma osiągnąć po jego ukończeniu.

W ramach pierwszej edycji przeszkoliliśmy 163 osoby. Wykorzystywaliśmy różne metody i materiały szkoleniowe, jak np. filmy wideo, modele 3D, praktyczną naukę na konkretnych maszynach w browarach oraz wykłady ze specjalistami, w tym ekspertami wewnętrznymi firmy – doświadczonymi operatorami, którzy uczyli młodszych. Program był wdrażany kaskadowo: liderzy linii, liderzy techniczni i inżynierowie procesu z każdej linii zapoznawali się z założeniami i zawartością merytoryczną programu, a następnie wdrażali go u operatorów na swoich liniach.

Korzyści jakie osiągnęliśmy to świadomość atrakcyjności i wagi roli operatorów dla całego biznesu, praktyczne umiejętności i wiedza przekazana młodym pracownikom. To wszystko przekłada się zarówno na płynność operacyjną zakładów, jak też na wymierne oszczędności finansowe.



## ZAANGAŻOWANIE PRACOWNIKÓW

Trudna sytuacja społeczno-ekonomiczna na świecie związana m.in. z pandemią oraz czynnikami makroekonomicznymi, jak np. niestabilną sytuacją polityczną i licznymi kryzysami z nią związanymi, negatywnie wpływają na nastroje społeczne<sup>1</sup>.

Warunki w jakich żyjemy oddziałują na poziom zaangażowania w pracy, na zachowania pracowników i decyzje, w tym także związane ze zmianą pracy, odstawiając kolejne wyzwania jakim pracodawcy muszą stawić czoła. Jak wynika z badań odsetek pracowników zupełnie niezaangażowanych stanowił w 2021 roku niemal 25% w Polsce (14% na świecie)<sup>2</sup>.

### ATRAKCYJNE MIEJSCE PRACY

Naszą ambicją jest być najbardziej skutecznym, profesjonalnym i atrakcyjnym producentem piwa. Realizujemy ją m.in. w procesach rekrutacyjnych. W 2021 roku skupiliśmy się na podkreśleniu naszej propozycji wartości jako pracodawcy, czyli EVP (Employee Value Proposition). Często w komunikacji do kandydatów pokazujemy naszych pracowników (zdjęcia i filmy) wraz z hasłami (np. Zróbmy razem coś

wspaniałego), które zostały wypracowane przez nas i odzwierciedlają naszą kulturę i wartości. W 2022 roku w procesie rekrutacji planujemy kolejne zmiany, m.in. odzwierciedlające naszą Politykę Różnorodności.

### ONBOARDING

Dla nowych pracowników mamy specjalny program onboardingowy, który nieustannie udoskonalamy. W 2021 roku wskaźnik satysfakcji - NPS (Net Promoter Score) dla tego programu wynosił 73%. W 2022 roku program zostanie wzbogacony o tzw. buddygo czyli nowe podejście do funkcji jaką pełni opiekun nowo zatrudnionej osoby. Nowością będzie też gra, która daje możliwość poznania Carlsberg Polska poprzez praktykę. Grający wciela się w różne role, w ramach których podejmuje decyzje dotyczące różnych obszarów biznesowych.

# 8,23%

- wskaźnik rotacji w 2021 r.

GRI 401-1



**Jako pracodawca zatrudniający 1329 osób czujnie obserwujemy sytuację na rynku i przygotowujemy się na różne scenariusze. Dokładamy wszelkich starań, aby utrzymać najlepszych pracowników i pozostać atrakcyjnym pracodawcą dla nowych. Zjawisko tzw. Great Resignation czyli Wielkie Rezygnacje nabiera coraz poważniejszych rozmiarów i jest tylko kwestią czasu, kiedy zaobserwujemy je także wśród naszych pracowników. Trendy, które uważnie śledzimy, mobilizują do uważnego słuchania potrzeb pracowników i wdrażania innowacyjnych rozwiązań, dzięki którym będzie nam się lepiej pracowało.**

Paweł Abramczyk,  
koordynator pracowników  
zewnętrznych i rekrutacji



W lipcu 2021 roku powstał materiał filmowy prezentujący pracę w Browarze Bosman. Został stworzony w ramach projektu **#JestPracaWRegionie**. Kampania realizowana była we współpracy z Polską Fundacją Społeczeństwa Przedsiębiorczego w Szczecinie i prezentuje najlepszych pracodawców w regionie Zachodniopomorskim. Miała na celu wsparcie osób poszukujących pracy oraz pracodawców w dotarciu do pracowników poprzez promocję wizerunku.

Film można obejrzeć [tutaj](#).

<sup>1</sup>Tylko co piąty Polak (20%) dobrze ocenia kierunek biegu spraw w kraju, tylko co czwarty (25%) uważa, że gospodarka naszego kraju rozwija się i blisko połowa Polaków (41%) uważa, że w ciągu najbliższych 3 lat ich materialne warunki życia ulegną one pogorszeniu. Więcej informacji [tutaj](#).

<sup>2</sup>„Badania zaangażowania polskich pracowników za pierwsze półrocze 2021” przeprowadzone przez firmę Kincentric.

## MOŻLIWOŚCI ZAANGAŻOWANIA

Wśród pracowników Carlsberg Polska jest wiele osób, które prowadzą aktywny tryb życia, rozwijają swoje pasje i zainteresowania, czy też udzielają się społecznie. Firma daje im taką możliwość, pomaga i zachęca do realizacji swoich pomysłów.

Wśród nich warto wspomnieć o **rywalizacji sportowej**. Ósmy rok wspieramy naszych pracowników w realizacji pasji sportowych, motywując ich w formie firmowej sportowej zabawy. W letniej edycji, w nowej formule, w czterech dyscyplinach (bieganie, chodzenie, rolki i rower) rywalizowało 26 trzyosobowych drużyn. Czterdziestu sześciu uczestników pokonało blisko 37 tys. km. Zwycięzcy zostali nagrodzeni kartami podarunkowymi do Decathlonu.

Z inicjatywy pracowników prowadzone są także liczne **działania społeczne**, od punktów wymiany książek po zbiórki charytatywne. W 2021 roku odbyła się 6 edycja zbiórki pracowniczej Carlsbergowa Świąteczna Paczka, w ramach której pracownicy zbierają środki dla innych pracowników, którzy są w trudnej sytuacji, a Zarząd zebraną kwotę podwaja.



W 2021 r w ramach Carlsbergowej Świątecznej Paczki zebrano ponad 22 tys. zł. Ten rekordowy wynik akcji pokazał jak bardzo zgranym zespołem jesteśmy. Nasze koleżanki i koledzy udowodnili, że są bardzo solidarni, łączą ich silne relacje w pracy i poza nią, i nikogo w potrzebie nie zostawiają.

Diana Urban,  
koordynator ds. wynagradzania  
i administracji personalnej i reprezentant  
Komitetu Pracowniczego

## DZIEŃ DOCENIANIA PRACOWNIKA

Pierwszy piątek marca na świecie to nieformalne święto – tzw. Employee Appreciation Day czyli Dzień Doceniania Pracownika, które celebrowaliśmy w Carlsberg Polska już po raz drugi. Ideą było podziękowanie wszystkim, że wspólnie warzymy dla lepszego dziś i jutra! Pracownicy otrzymali słodki poczęstunek oraz zachęcaliśmy ich do docenienia swoich kolegów i koleżanek z pomocą specjalnie na tą okazję przygotowanych elektronicznych naklejek.





## BADANIE SATYSFAKcji I ZAANGAŻOWANIA

Wszystkie działania, które realizujemy dla pracowników – od momentu pierwszego spotkania rekrutacyjnego, poprzez dbanie o zadowolenie pracowników każdego dnia pracy, wpływają na ogólną ocenę satysfakcji i zaangażowania.

W 2021 roku odnotowaliśmy najwyższą na przestrzeni lat frekwencję naszego anonimowego badania Moja Opinia.

Osiągnęliśmy poziom  
**94,9%**  
wypełnień ankiety.

**86%**  
poziomu satysfakcji

**74,68%**  
poziomu zaangażowania

Opinia pracowników jest kluczowa, abyśmy wspólnie mogli polepszać atmosferę i miejsce naszej pracy. W trudnym okresie pandemii, uzyskane wyniki oraz ich wzrost względem 2020 r. są bardzo dobrą wiadomością. Co szczególnie ważne pracownicy:

- mają jasność odnośnie stawianych przed nimi celów, świadomość oczekiwań w pracy – wynik **92,5%**
- doceniają działania i dbanie o pracowników podczas pandemii – wynik **85,6%**
- widzą związek między swoją pracą a celami firmy – wynik **84%**

Badanie pokazało również kilka obszarów do usprawnień, nad którymi planujemy dalszą pracę. Otrzymaliśmy blisko 900 komentarzy i pomysłów. Każdy jeden z nich został przeanalizowany. Kolejnym krokiem były tzw. „fokusy grupy” prowadzone w poszczególnych zespołach, w oparciu o które powstały konkretne plany działania.



## Poland Best Employers 2021

Forbes  
POLAND'S  
BEST EMPLOYERS  
we współpracy z  
statista 2021



W niezależnym rankingu najlepszych pracodawców w Polsce zatrudniających >250 osób **zajęliśmy 3. miejsce** w kategorii dóbr konsumpcyjnych nietrwałych i 21. miejsce w ogólnym rankingu liczącym 300 najlepszych pracodawców w Polsce.



# ZAPEWNIANIE JAKOŚCI I BEZPIECZEŃSTWA PRODUKTÓW

GRI 416-1, 416-2, 417-2

## ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ

### Kultura bezpieczeństwa żywności

Zapewnienie jakości i bezpieczeństwa produktów to jeden z podstawowych obszarów naszych działań. Uważamy, że jedynie kompleksowe podejście jest w stanie zagwarantować tu sukces i zadowolenie klientów i konsumentów.

Kulturę bezpieczeństwa żywności definiujemy zgodnie z Normą FSSC 22000:2018 jako "wspólne wartości, przekonania i normy, które wpływają na sposób myślenia i zachowania w zakresie bezpieczeństwa żywności w całej organizacji".

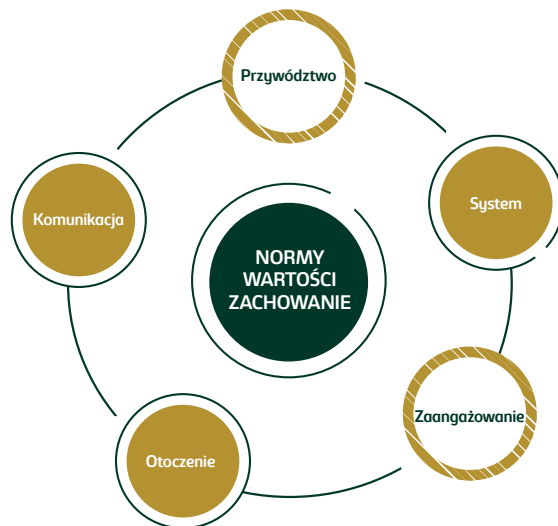
<b>PRZYWÓDZTWO</b>	Zaangażowanie kierownictwa wyższego szczebla w ustanowienie, wdrożenie, utrzymanie i ciągłe doskonalenie systemu zarządzania bezpieczeństwem żywności.
<b>SYSTEM</b>	Zintegrowany System Zarządzania składający się z Norm ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001, FSSC 22000 - (Food Safety System Certification), HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points System).
<b>ZAANGAŻOWANIE</b>	Bieżące reagowanie, zgłaszanie usprawnień, jak również określone cele (KPI) oraz stosowanie standardów i wdrażanie wymagań.
<b>OTOCZENIE</b>	Dobra Praktyka Produkcyjna (GMP - Good Manufacturing Practice) - system określający procedury produkcyjne i kontrolne oraz Dobra Praktyka Higieniczna (GHP - Good Hygienic Practice) – zestaw działań i warunków higienicznych do spełnienia i kontroli na wszystkich etapach produkcji lub obrotu, aby zapewnić bezpieczeństwo żywności.
<b>KOMUNIKACJA</b>	Komunikacja i szkolenia, obserwacje oraz budowa kultury uważności i proaktywnego działania w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa żywności.



**Kultura bezpieczeństwa żywności nie jest zjawiskiem, które można osiągnąć z dnia na dzień, ponieważ bazuje na wartościach i założeniach, które często wypracowuje się latami. Jej utrzymanie zależy przede wszystkim od zaufania i zaangażowania pracowników.**

Katarzyna Kiernożycka,  
pełnomocnik ds. zapewnienia jakości

## ELEMENTY BUDOWY KULTURY BEZPIECZEŃSTWA ŻYWNOCI



### Zapewnienie jakości

Na wszystkich etapach produkcji, od pozyskania surowców, przez warzelnię, fermentację, filtrację i rozlew, kończąc na pakowaniu i gotowym produkcie, piwo przechodzi szereg analiz jakościowych, mikrobiologicznych, fizykochemicznych i sensorycznych. Każda partia butelek, puszek i kegów przechodzi około 200 analiz zanim trafi do konsumenta.



## OCENA SENSORYCZNA PIWA

Ocena sensoryczna piwa to sprawdzenie za pomocą węchu i smaku cech, których nie zmierzy żadna dostępna aparatura. Smakowitość piwa to wrażenia tworzone przez dwa zmysły: smak i węch. Opisywanie doznań smakowych i zapachowych jest jedną z trudniejszych sztuk i wymaga nie tylko sensorycznej wyobraźni, ale także fachowej wiedzy z zakresu sensoryki i technologii piwa. Węch jest 10 tys. razy bardziej czuły, niż zmysł smaku. Istnieje ok 100 związków aromatycznych,

które rozpoznajemy. Oceny zapachu piwa dokonuje się mieszając szklanką w odległości ok. 15 cm od nosa, a następnie przybliżając ją i wciągając zapach nosem. Aby wydobyć takie zapachy, jak owocowy, kwiatowy, należy zakryć szklankę dłonią, kilka razy zamieszać jej zawartością, następnie odkryć szklankę i wciągnąć powietrze nosem. Piwo jest oceniane sensorycznie na każdym etapie produkcji, począwszy od fermentacji, przez filtrację na wyrobie gotowym kończąc.

Pomimo naszych starań, w 2021 roku doszło do błędnego oznaczenia jednego z produktów. Mając na uwadze bezpieczeństwo naszych konsumentów, które jest naszym najwyższym priorytetem, podjęliśmy decyzję o jego wycofaniu z rynku. Wycofanie dotyczyło Piwa Carlsberg w butelkach o poj. 500 ml (Numer partii: LPL03L/215, Termin przydatności: 30.04.22, Wskazanie godziny na butelce: od 10:05 do 10:27).

Przyczyną wycofania piwa było niewłaściwe oznakowanie piwa etykietą główną. Piwo zostało oznaczone etykietą piwa bezalkoholowego (Carlsberg 0,0%), zamiast etykietą piwa z zawartością alkoholu – Carlsberg Pilsner. Kontretykieta

na butelkach (etykieta tylna) oraz opakowanie zbiorcze (karton), w które piwo jest pakowane, zostały oznaczone prawidłowo. Powyższa wada zaistniała z powodu błędu na linii produkcyjnej. W wyniku szczegółowej analizy oraz weryfikacji monitoringu, potwierdziliśmy, że wada dotyczyła 1300 butelek piwa.

Nie chcemy żeby podobna sytuacja ponownie miała miejsce. Po wnikliwej analizie sytuacji, wyciągnęliśmy wnioski na przyszłość, zaostaliśmy nasze procedury operacyjne i kontrolne. Oprócz pracy z operatorami, testujemy także dodatkowe rozwiązania, w tym automatyczne punkty kontrolne.



### Pozyskiwanie surowców

Proces wyboru i kontroli dostaw, audyty dostawców, etc. (więcej na str. 60-61).



### Warzenie i produkcja

**Sensoryka** – ok. 20 testów sprawdzających cechy smakowo-zapachowe charakterystyczne dla danego gatunku.

**Mikrobiologia** – ok. 100 testów kontrolujących czystość mikrobiologiczną surowców, materiałów, półproduktów na każdym etapie, produktów, instalacji, opakowań, środowiska oraz higienę pracowników.

**Fizyko-chemia** – ok. 70 testów szczegółowo sprawdzających parametry fizyczne i chemiczne produktu, np. kaloryczność czy zawartość alkoholu.

**Opakowanie** – ok. 15 testów potwierdzających zgodność ze wzornikiem (kapsel, etykieta, karton, puszka, tacka, folia, opakowanie jednostkowe, wielopaki, kartony), parametry procesów kondycjonowania, magazynowania i pakowania.



### Klienci

Weryfikacja jakości piw w rynku podczas wspólnych wizyt prowadzonych przez dział sprzedaży, marketingu i jakości oraz ocena jakości poprzez projekt „mystery shopper”.



### Konsumenti

Współpraca z konsumentami poprzez infolinię i procedurę zgłaszania reklamacji.



## ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ W ŁAŃCUCHU DOSTAW GRI 308-1, 414-1, 416-1, 416-2

- 4 audyty strategicznych dostawców z kategorii opakowań i surowców
- 22 dostawców z Polski (opakowania i surowce)

Za wybór dostawców odpowiada Grupa Carlsberg, która przygotowuje szczegółowe wytyczne odnośnie produktów (surowców, składników czy opakowań). Określają one dokładne parametry produktu, który kupujemy, ale także sposób jego produkcji, obróbki czy przechowywania oraz testy i certyfikaty jakie sprawdzamy.

Wybór odpowiedniego dostawcy zawsze poprzedza szczegółowa weryfikacja potencjalnych partnerów. Każdy produkt, który kupujemy musi spełniać określoną specyfikację, a firma sprostać oczekiwaniom pod kątem odpowiedzialnego zarządzania. Na początkowym etapie partnerów sprawdzamy m.in. **analizę czerwonych flag**, która pozwala zweryfikować, czy dostawca działa w sposób etyczny, zgodny z kodeksem postępowania dla dostawców.

Każdy podmiot przechodzi **proces zatwierdzania dostawcy pod względem jakości**. Zatwierdzanie dostawców jest integralną częścią procesu zapewnienia jakości w obszarze produkcji i pakowania. Dokładnie sprawdzamy procesy stosowane przez partnerów, ich wewnętrzne

systemy zapewnienia jakości, a także metody utrzymania należytej czystości i higieny, w celu zagwarantowania jakości, integralności i bezpieczeństwa dostarczanych materiałów, a docelowo naszych produktów. W oparciu o tą procedurę, nie tylko wybieramy dostawców, ale także monitorujemy i zarządzamy jakością m.in. poprzez planowanie audytów.

Pierwszym krokiem jest **wypełnienie listy kontrolnej** przez dostawcę w naszym narzędziu do współpracy z dostawcami SF360. Dostawca odpowiada na pytania w systemie, a jeden z audytorów weryfikuje informacje i sprawdza czy dostawca spełnia nasze wymagania. Ten element procesu dotyczy wszystkich dostawców. SF360 jest narzędziem, w którym znajdują się wszystkie raporty z audytów, dokumentacja dostawców, jak i nasze specyfikacje produktowe.

Po pozytywnym przejściu przez weryfikację w SF360 dostawcy z grupy wysokiego i średniego ryzyka, czyli przede wszystkim: szkło, puszki, wieczka, kapsle, stół przechodzą przez **audyt**. W przypadku tych dostawców po audycie zatwierdzającym, planowane są kolejne w oparciu o regularną **ocenę ryzyka**, która uwzględni m.in. ryzyko bezpieczeństwa żywności czy ryzyko łańcucha dostaw. Dostawcy, którzy są sklasyfikowani jako krytycznie ważni, m.in. producenci głównych składników piwa czy producenci opakowań, które mają bezpośredni kontakt z piwem, są poddawani częstszej ocenie i audytom.

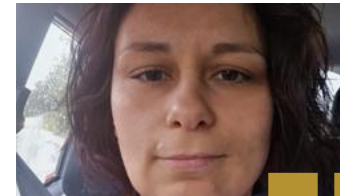
## KODEKS POSTĘPOWANIA DOSTAWCÓW I LICENCJOBIORCÓW

Integralną częścią każdej umowy z dostawcą stanowi Kodeks Postępowania Dostawców i Licencjobiorców. Dostawca jest odpowiedzialny za zapewnienie przestrzegania niniejszego Kodeksu przez jego pracowników oraz podwykonawców.

**Kodeks swoim zakresem obejmuje:**

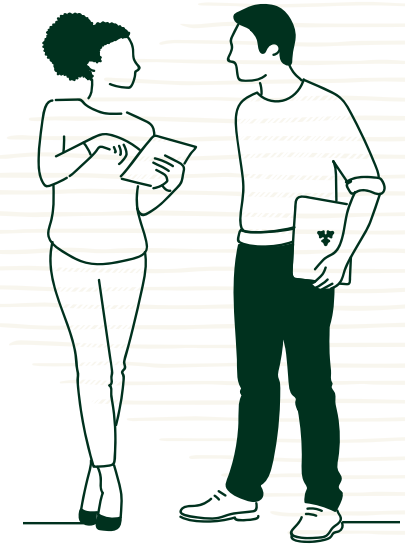
- **Prawa pracownicze i prawa człowieka** w tym m.in. zakaz dyskryminacji, pracy przymusowej i pracy małoletnich oraz możliwość swobodnego zrzeszania się, oraz wchodzenia w układy zbiorowe.
- **Bezpieczeństwo i higiena pracy**, w tym m.in. wdrożenie odpowiednich procedur oraz szkoleń dla pracowników.
- **Zrównoważony rozwój ekologiczny**, w tym m.in. zarządzanie emisją dwutlenku węgla, gospodarką wodą, odpadami.
- **Etykę biznesową**, w tym m.in. kwestie korupcji i przekupstwa oraz konfliktu interesów.

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

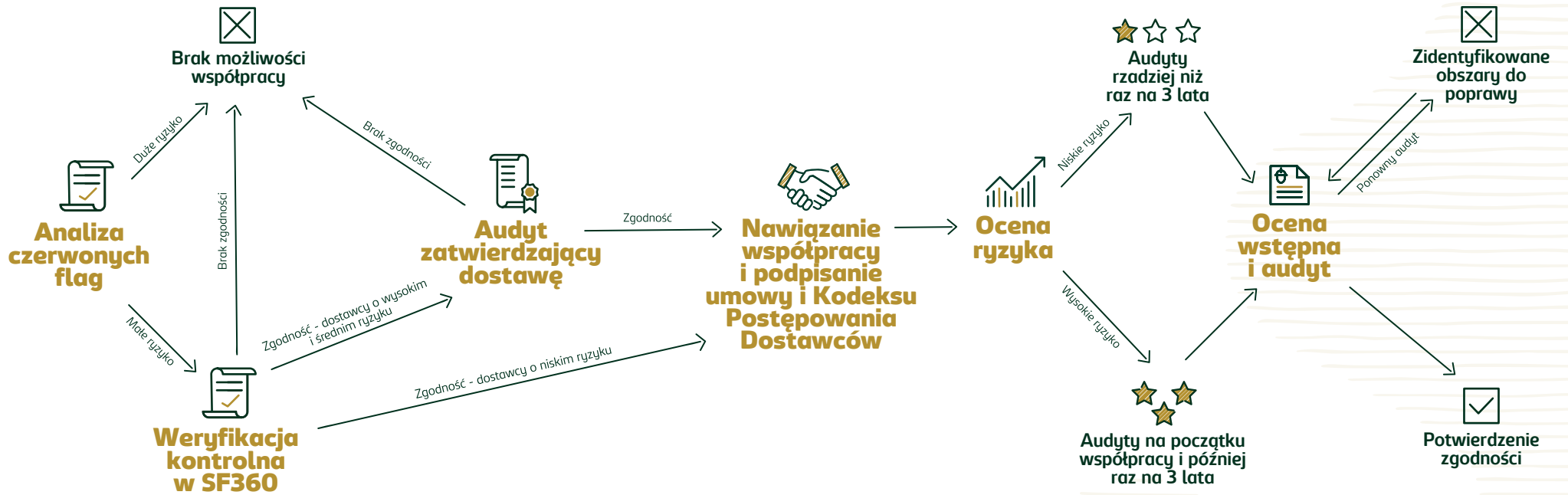


**Budowanie długofalowych relacji współpracy z dostawcami ma kluczowe znaczenie dla naszej działalności. Ceniemy szczerą, otwartą komunikację i uważamy, że przejrzystość ma istotne znaczenie dla udanej relacji biznesowej. Choć ostatnie 2 lata były dla nas ogromnym wyzwaniem ze względu na liczne restrykcje związane z pandemią, w 2021 udało nam się zrealizować plan audytów i porozmawiać z kluczowymi partnerami.**

Joanna Bronkowska,  
regional supplier quality manager



PROCEDURA WSPÓŁPRACY Z DOSTAWCAMI OD MOMENTU SPRAWDZENIA KANDYDATÓW NA DOSTAWCÓW PO STAŁĄ WSPÓŁPRACĘ

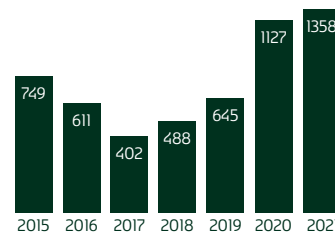


**CIĄGŁE DOSKONALENIE**

Znajomość miejsca pracy, doświadczenie i codzienna rutyna, to podstawa naszego Programu ciągłego doskonalenia angażującego pracowników do innowacji, usprawnień i nieustannego zwiększania poziomu bezpieczeństwa. Rok 2021 stanowił kontynuację rosnącego trendu w zakresie liczby zgłoszonych pomysłów – było ich 1358, czyli aż o ponad 230 więcej niż w roku poprzednim. Najaktywniejszy pracownik zgłosił ich aż 74, zaś najwięcej pomysłów ponownie pojawiło się w Browarze Kasztelan.

Wdrożone na przestrzeni lat kaizeny przyczyniły się m.in. do: zidentyfikowania miejsc na produkcji, które wymagały optymalizacji, poprawienia efektywności energetycznej, zrównoważonego gospodarowania mediami, poprawy bezpieczeństwa pracowników. Wiele pomysłów to usprawnienia wpływające na zmniejszenie ilości tzw. mikroprzestojów. Zdarza się, że takich zatrzymań jest pow. 100 w tygodniu, a po wdrożeniu kaizena problem jest redukowany w 90%.

**LICZBA KAIZENÓW - CARLSBERG POLSKA**



**14 lat**

funkcjonowania Programu

**7403**

pomysły optymalizacyjne od początku jego istnienia

**1358**

kaizenów w 2021 r.

# ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH

GRI 413-1

Zaangażowanie społeczne i rozwój społeczności lokalnych są ważnym elementem zarządzania wpływem na otoczenie przez Carlsberg Polska. Dają nam możliwość pozytywnego oddziaływania zarówno na bezpośrednie sąsiedztwo browarów, jak również na środowisko naturalne.

Działania w 2021 roku możemy podzielić na:

- Programy realizowane przez Carlsberg Polska skupiające się na problemach w bezpośrednim sąsiedztwie naszych browarów - **Program „InicJaTyWy”**.
- Programy realizowane przez marki regionalne, mające na celu wsparcie społeczności lokalnych, w których mieszkają nasi konsumenci - **Bosman Wspiera Region i Piast Wspiera Region**.
- Programy realizowane przez marki ogólnopolskie, służące rozwiązywaniu problemów ogólnopolskich - **Harnaś Wspiera OSP**.

Programy opierały się na grantach finansowych przyznawanych w konkursach, angażując lokalną społeczność bądź konsumentów, a także naszych pracowników, którzy włączali się w ich realizację w formie wolontariatu.



**Srebrny listek CSR**

Działania Carlsberg Polska zostały docenione **Srebrnym Listkiem CSR POLITYKI w 10. edycji konkursu na najbardziej odpowiedzialne i zaangażowane społecznie firmy**.

Dodatkowo wyróżnione zostały nasze działania na rzecz zrównoważonego transportu i logistyki.

Srebrny listek to bardzo duży sukces, ponieważ nasze działania są oceniane na tle największych firm w Polsce, dla których zrównoważony rozwój jest również kluczowy!

## PROGRAM GRANTOWY INICJATYWY

- **8 lat** programu grantowego
- **75** zrealizowanych projektów
- **Ponad 600 tys. zł** przekazaliśmy na realizację projektów
- <https://inicjatywy.com.pl/>



8 lat programu InicJaTyWy to 75 projektów, które odpowiadają na realne wyzwania lokalnych społeczności oraz przynoszą długotrwałe efekty. Naszym celem jest poprawa życia w sąsiedztwie browarów firmy. W programie mogą wziąć udział organizacje pozarządowe i instytucje użyteczności publicznej, najlepiej znające potrzeby mieszkańców, posiadające wiedzę jak zmienić ich otoczenie na lepsze.

2021 rok, to wsparcie kwotą 100 tys. zł na realizację 10 projektów w sąsiedztwie browarów Kasztelan i Okocim. Konkurs prowadzony we współpracy z Urzędami Miast w Brzesku i Sierpcu oraz firmą Interseroh zaowocował wsparciem projektów na rzecz:

- **społeczności lokalnych** – 4 granty (po 2 w każdym powiecie)
- **poprawy świadomości ekologicznej** – 6 grantów (po 3 w każdym powiecie).

## W Sierpcu

Projekty na rzecz społeczności lokalnych

### Defibrylator AED ratuje życie

Stowarzyszenie Gramy Razem

### Osiedlowa strefa relaksu

Miejski Ośrodek Sportu i Rekreacji

Projekty na rzecz poprawy świadomości ekologicznej

### Cykl eko - audycji radiowych

Centrum Kultury i Sztuki im. Marszałka Józefa Piłsudskiego w Sierpcu

### Sprzątamy Sierpienicę - jej piękną okolicę

Stowarzyszenie Dla Przyszłości Sierpca i Powiatu Sierpieckiego

### Altana ekologiczno - informacyjna Kasztelan

Koło PZW nr 120 Miejskie "Kasztelan"

## W Brzesku

Projekty na rzecz społeczności lokalnych

### Fotowoltaika na dachu OSP

OSP Łotowa

### Nowa zieleń na brzeskim rynku

Miejski Ośrodek Kultury

Projekty na rzecz poprawy świadomości ekologicznej

### Czysto, aż się świeci!

OSP Bucze

### Jak być bardziej eko

Koło Gospodyń Wiejskich "Szpilki" w Buczu

### Ekosiatkarze sprzątają świat

Instytut Rozwoju Regionalnego - Stowarzyszenie

### Jak być bardziej EKO - Kuchnia "Zero Waste"

Koło Gospodyń Wiejskich "Szpilki" w Buczu założyły eko-kuchnię w Domu Ludowym oraz przeprowadziło akcję edukacyjną „Jak być bardziej EKO”. Przygotowywany jest również film, który pokaże w jaki sposób każdy z nas może sprawić, aby nasza kuchnia była bardziej ekologiczna oraz jak postępować z odpadami opakowaniowymi, które codziennie wytwarzamy.



### „EkoSiatkarze sprzątają świat”

Celem akcji realizowanej przez Instytut rozwoju regionalnego - Stowarzyszenie było zwiększenie świadomości mieszkańców nt. ochrony środowiska i zmiana codziennych nawyków związanych m.in. z segregacją opakowań. Uczestnicy projektu mieli szansę dostrzec „problem opakowań” tj. rosnącą konsumpcję towarów jednorazowych i wysypiska śmieci w lasach.



### Czyste środowisko to dobre samopoczucie, zdrowie i piękno przyrody- DBAJ O NIE!

Cykl audycji edukacyjnych dot. wpływu opakowań na środowisko i życie społeczeństwa, w internetowym Radiu Sierpc prowadzonym w Centrum Kultury i Sztuki w Sierpcu. Każdorazowo zaproszono specjalistów ochrony środowiska. Materiał nagrano również w formie podcastów i udostępniono na stronie radiosierpc.pl.



### AED ratuje życie

Stowarzyszenie Gramy Razem zakupiło defibrylatory AED oraz fantomy, dla dwóch jednostek OSP w powiecie sierpeckim – OSP Zawidz i OSP Szczutowo. Dwa urządzenia zamontowano na ścianach remiz i są dostępne dla każdego mieszkańca, mogą być także wykorzystywane przez Strażaków podczas akcji. Trzeci defibrylator oraz fantomy przeznaczone są do szkoleń z obsługi sprzętu.



# ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE MAREK REGIONALNYCH

## Bosman Wspiera Region

Bosman Szczeciński od zawsze jest związany z regionem Zachodniopomorskim, stąd też tu zostało ukierunkowanie zaangażowanie społeczne naszego browaru. Stworzyliśmy program grantowy oferujący wsparcie lokalnych społeczności, finansujący

mniejsze i większe projekty społeczne, charytatywne, kulturowe lub sportowe, które przyczynią się do dobra mieszkańców i regionu.

Tegoroczna, druga edycja programu grantowego „Bosman Wspiera Region” cieszyła się dużym zainteresowaniem. Organizacje z Pomorza

Zachodniego nadały propozycje ponad 400 projektów, a ostatecznego wyboru w głosowaniu internetowym dokonali mieszkańcy regionu. Zwyciężyło 14 najlepszych projektów, które otrzymały granty w wysokości od 5 tys. do 50 tys. zł każdy. Łączna suma wsparcia to 235 tys. zł.

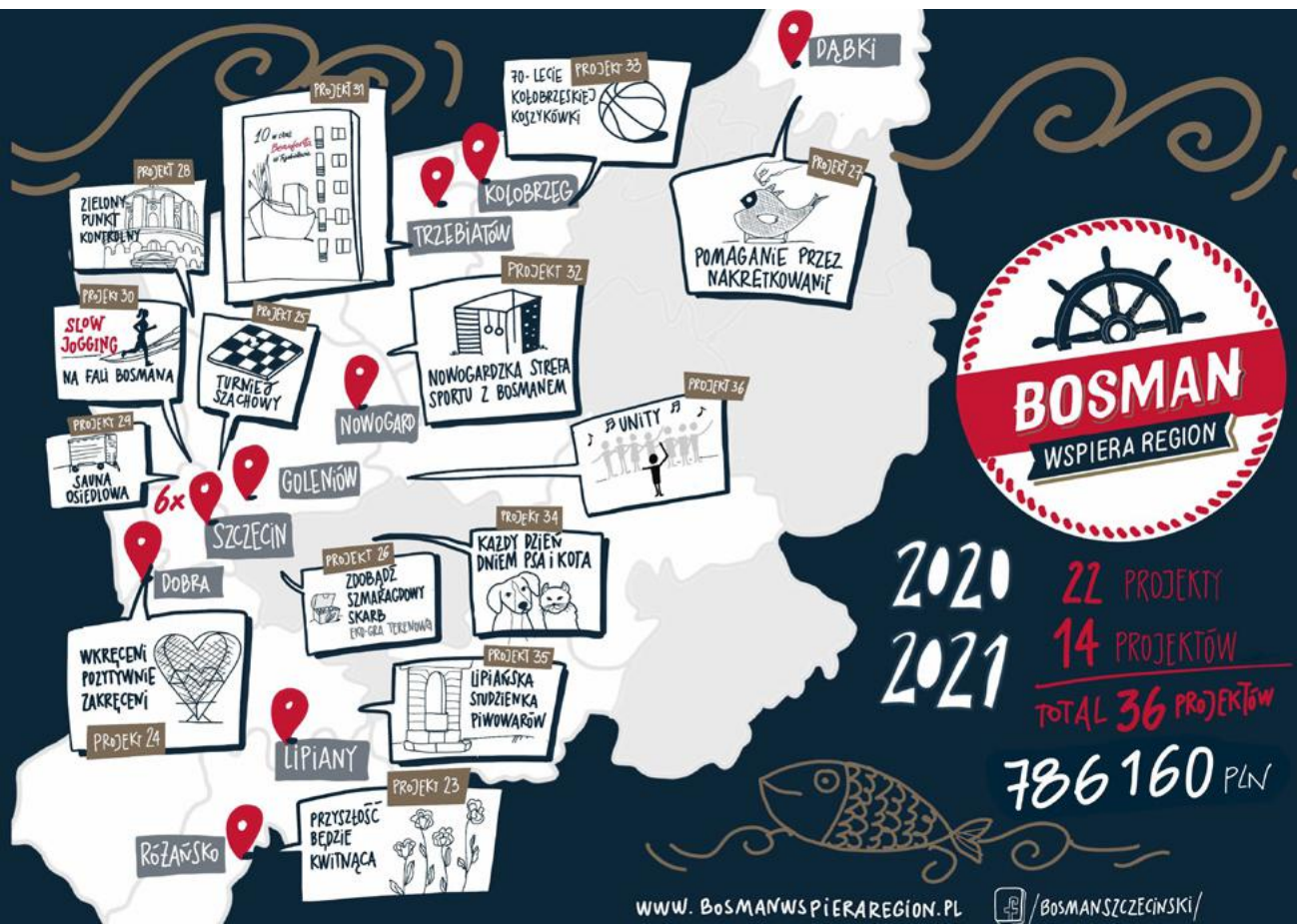
### Mural „10 w skali Beauforta”

Projekt realizowany w Trzebiatowie podbił serca uczestników i zebrał rekordową liczbę 10 tys. głosów. Do przygotowania muralu wykorzystano ponad 400 litrów farby, a jego rozmiar na ścianie bloku mieszkalnego odpowiada ¼ boiska do koszykówki. Stowarzyszenie Nasze Miejsce będące pomysłodawcą ma na celu stworzenie z Trzebiatowa miasta murali.



### 50 tys. na pomoc zwierzętom

Towarzystwo Opieki nad Zwierzętami dzięki wsparciu realizowało wielomiarowy projekt ukierunkowany na pomoc zwierzętom bezdomnym, interwencyjnym i potrzebującym. Wśród zrealizowanych działań znajdują się: aktywny wypoczynek z psami, integracja, ochrona zwierząt, kształtowanie właściwych postaw w społeczeństwie oraz edukacja ekologiczna.



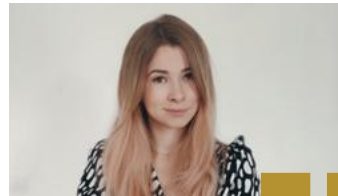


CBIZNESU



### Nagroda Społecznej Odpowiedzialności Biznesu

Marka Bosman została nagrodzona przez Kapitułę konkursu „Perty Biznesu” Polskiej Fundacji Przedsiębiorczości nagrodą Społecznej Odpowiedzialności Biznesu za wyróżniające aktywności w zakresie działalności CSR.



Zrealizowane w tym roku inicjatywy kolejny raz pozytywnie nas zaskoczyły - zauważalna była ogromna kreatywność organizacji pozarządowych – projekty są bardzo różnorodne i złożone. Idealnie odpowiadają na potrzeby lokalnych społeczności. Gratulujemy wszystkim organizacjom, które w tych trudnych czasach znalazły pozytywną energię i zdecydowały się wspólnie z naszymi markami wspierać oraz realnie zmieniać swoją okolicę. To utwierdza nas w przekonaniu, że programy grantowe dedykowane konkretnym regionom, w których to mieszkańcy zgłaszają i decydują, które projekty wygrają, mają ogromny potencjał i realnie WSPIERAJĄ REGION.

Barbara Rozbicka-Śledź,  
junior brand manager



### Równa firma

Dzięki inicjatywom podejmowanym przez markę Bosman zostaliśmy docenieni jako najbardziej odpowiedzialna społecznie firma w woj. zachodniopomorskim i **otrzymaliśmy wyróżnienie w plebiscycie „Równa Firma”.**

Więcej ciekawych inicjatyw zrealizowanych w 2021 r. można zobaczyć w filmie podsumowującym 2. edycję programu.

W ciągu dwóch lat trwania programu grantowego „Bosman Wspiera Region” zrealizowano 36 inicjatyw. Na ten cel marka Bosman przeznaczyła łącznie blisko 800 tysięcy złotych.



## Piast Wspiera Region

Piwo Piast od początku związane jest z Dolnym Śląskiem, stanowi symbol lokalnego piwowarstwa, a także pozostaje historycznym symbolem swojego regionu. Nasza marka regionalna chciała wesprzeć mniejsze i większe projekty lokalne, które przetożą się na lepsze samopoczucie i jakość życia mieszkańców Dolnego Śląska.

Pierwsza edycja programu grantowego „Piast Wspiera Region” to wsparcie 17 dolnośląskich organizacji, które otrzymały granty o łącznej wartości 260 tys. zł. na projekty służące mieszkańcom regionu. Organizacje z Dolnego Śląska zgłosiły ponad 100 wyjątkowych projektów. Mieszkańcy regionu, w internetowym głosowaniu wybrali zwycięskie inicjatywy, a każda z realizujących je organizacji otrzymała granty o wartości od 5 do 50 tys. zł.

Więcej ciekawych inicjatyw można zobaczyć w [filmie podsumowującym 1. edycję programu](#) oraz na stronie [www.piastwspieraregion.pl](http://www.piastwspieraregion.pl).

We wszystkich inicjatywach realizowanych przez beneficjentów 1. edycji programu „Piast wspiera region” wzięło udział około 10 tys. mieszkańców Dolnego Śląska.

## „Z kulturą do zwierząt”

W ramach tej inicjatywy zorganizowane zostały 3 wydarzenia w formie Silent Disco (słuchanie muzyki za pomocą słuchawek), każde z inną oprawą wizualną i muzyczną, a także poruszające inny problem świata zwierząt. Celem była pomoc zwierzętom dzikim i udomowionym razem z promocją kultury i sztuki oraz dobrą zabawą. We wszystkich wydarzeniach uczestniczyło ponad 1000 osób. Projekt zgłoszony przez Fundację Kultura otrzymał największą kwotę dofinansowania – 50 tys. zł.

## Z KULTURĄ DO ZWIERZĄT



## „Zmieć Śmieć”

Aplikacja „Zmieć śmieć” poprzez system nagród ma zachęcać turystów do zbierania znalezionej na szlaku śmieci i wyrzucania ich w oznaczonych miejscach. Już niedługo będzie dostępna dla odwiedzających dolnośląskie lasy, a docelowo będzie mogła powiększać swój obszar i funkcjonować w całej Polsce. Problemem zaśmieconych szlaków górskich zajęła się Fundacja Polska Górami.

## Tajemnice Wolimierza

Wolimierskie Tajemnice to gra edukacyjna, zachęcająca do poznawania ukrytych atrakcji ekologicznych, kulturalnych i historycznych podczas pieszego zwiedzania wsi Wolimierz. Za pomocą smartfona z przeglądarką, mapą i czytnikiem kodów QR można odszukać 30 wolimierskich tajemnic. Dzięki nim poznamy historię wsi, współczesne atrakcje kulturalne, globalne wyzwania dotyczące zmian klimatycznych i ginących gatunków. Inicjatorem projektu jest Stowarzyszenie Wolimierz.



## Harnaś wspiera Strażaków Ochotników

W ramach programu marka przekazała ponad 1 100 000 zł na wsparcie Ochotniczych Straży Pożarnych. W ramach tych środków ZOSP stworzył również specjalny fundusz szybkiego reagowania na potrzeby sprzętowe strażaków z OSP.

Celem było wzmocnienie Ochotniczych Straży Pożarnych przez stworzenie możliwości ich wyposażenia, zwrócenie uwagi na ważną rolę, jaką ochotnicy pełnią w swoim otoczeniu oraz zwiększenie świadomości wyzwań, z jakimi druhny i druhowie mierzą się na co dzień.

Wsparcie realizowane było na kilka sposobów:

- Fundusz „Rezerwy Natychmiastowej Sprzętu i Wyposażenia”, którego celem jest szybkie odtwarzanie zasobów sprzętu OSP poszkodowanych w działaniach ratowniczych w przypadku wystąpienia nagłych sytuacji kryzysowych i katastrof znacznych rozmiarów. Od początku istnienia Funduszu, do chwili obecnej, w kilkudziesięciu OSP z całej Polski pomyślnie odtworzono zasoby utraconego sprzętu i umundurowania. Dysponentem Funduszu jest Związek Ochotniczych Straży Pożarnych RP.
- Konkurs dla internautów - głosowanie na wybrane OSP za pośrednictwem dedykowanej strony internetowej. 10 OSP z największą liczbą głosów

otrzymało wsparcie w wysokości 5 tys. złotych każda. W sumie oddano 355 tysięcy głosów.

- Ogólnopolska loteria wśród punktów sprzedaży marki Harnaś. Poszczególne sklepy, deklarując chęć uczestnictwa w loterii, wskazywały jednocześnie wybraną Ochotniczą Straż Pożarną, jako beneficjenta ewentualnej wygranej. W ten sposób wylosowane jednostki OSP otrzymały bonusy na zakup sprzętu o wartości 3 tys. zł każdy.



### Strażacy Ochotnicy

każdego dnia poświęcają swój czas, nierzadko ryzykując zdrowie i życie, aby nieść pomoc tam, gdzie jest ona najbardziej potrzebna. To cisi bohaterowie o wielkim sercu. W wypełnianiu ich misji istotnym wsparciem jest specjalistyczny sprzęt, którego nigdy nie jest za wiele. W odpowiedzi na potrzeby Ochotniczych Straży Pożarnych zaproponowaliśmy program, który stworzył szansę na wyposażenie strażaków ochotników. Jest on jednocześnie wyrazem wdzięczności za ogromne zaangażowanie i poświęcenie.

Antoni Wróbel,  
brand manager Harnaś

**HARNAŚ**  
IASNE PELNE

**TY TEŻ MOŻESZ WSPIERAĆ STRAŻAKÓW OSP**

**18** Alkohol. Tylko dla pełnoletnich

# ZARZĄDZANIE I PRZEJŹRZYSTOŚĆ

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

Wdrażanie systemów raportowania i odpowiedzialności, regularna weryfikacja naszego wpływu na otoczenie oraz analiza ryzyk, jak również badanie potrzeb i oczekiwań interesariuszy umożliwiają nam rozwój, aby realizować nasze cele.

## ZAWARTOŚĆ ROZDZIAŁU:

Struktura zarządcza.....	76
Zarządzanie zrównoważonym rozwojem.....	77
Wpływ na otoczenie.....	78
Zarządzanie ryzykiem.....	80
Relacje z interesariuszami.....	81
O raporcie.....	84
• Realizacja celów zrównoważonego rozwoju.....	87
• Dodatkowe zestawienia tabelaryczne.....	88
• Tabela GRI.....	91

**10 389 osób**

zatrudniamy łącznie bezpośrednio i pośrednio



**75,1 punktów**

- ogólny wynik badania reputacji w 2021 r.



**ENABLON**

- system raportowania danych Grupy Carlsberg



**Analiza istotności**

- została wykonana po raz kolejny w 2021 r.



**GRI Standards 2021**

- raport jest oparty o najnowszą wersję wytycznych opublikowaną pod koniec 2021 r.



# STRUKTURA ZARZĄDCZA

GRI 2-9, 2-10

W niniejszym raporcie zaprezentowano informacje nt. dwóch spółek wchodzących w skład Carlsberg Polska. Są to Carlsberg Polska Sp. z o.o. i Carlsberg Supply Company Polska Spółka Akcyjna.

lepszich decyzji. Idea współtworzenia pozwala także wyznaczać nowe kierunki rozwoju strategicznego, doradzać i informować o sytuacji rynkowej oraz wdrażać innowacyjne rozwiązania.

W składzie zarządu Carlsberg Polska Spółka z o.o. zaszyły następujące zmiany:

Na dzień 31 grudnia 2021 roku zarząd firmy tworzyli:

- **Joanna Glonek** z dniem 18 stycznia 2021 r. objęła stanowisko wiceprezes ds. sprzedaży,
- **Izabela Głodek** z dniem 1 lutego 2021 r. objęła stanowisko wiceprezes ds. marketingu,
- **Michał Pertkiewicz** z dniem 20 września 2021 r. objął stanowisko wiceprezesa ds. personalnych i administracji.

## ZARZĄDZANIE ORGANIZACJĄ GRI 2-9

Od 2010 r. struktura zarządzania obejmuje angażowanie organizacji w proces decyzyjny. Zarząd współpracuje zarówno z 12-osobową grupą kluczowych dla działania firmy kierowników, jak również z 70-osobowym zespołem kadry menedżerskiej. Obie grupy poprzez swoją różnorodność kompetencji, doświadczeń i reprezentowanych obszarów umożliwiają podejmowanie



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



**Jolanta  
Gieniec-Biegańska**  
**WICEPREZES  
ZARZĄDU DS.  
FINANSOWYCH**

**Izabela  
Głodek**  
**WICEPREZES DS.  
MARKETINGU**

**Michał  
Pertkiewicz**  
**WICEPREZES DS.  
PERSONALNYCH  
I ADMINISTRACJI**

**Joanna  
Glonek**  
**WICEPREZES DS.  
SPRZEDAŻY**

**Beata  
Ptaszyńska-Jedynak**  
**DYREKTOR DS.  
KORPORACYJNYCH  
(PROKURENT)**

**Marek  
Krzysztoporski**  
**PREZES ZARZĄDU  
CARLSBERG  
SUPPLY COMPANY  
POLSKA S.A.  
I WICEPREZES DS.  
ZINTEGROWANEGO  
ŁAŃCUCHA DOSTAW**

## ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM

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

Zarząd Carlsberg Polska jest odpowiedzialny za realizację strategii biznesowej SAIL'22 oraz programu zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO. Proces delegowania odpowiedzialności w kontekście zarządzania zrównoważonym rozwojem i odpowiedzialnym biznesem powiązany jest z podziałem kompetencji oraz z systemem zarządzania i raportowania ENABLON. Zespół osób raportujących, tzw. contributors wprowadza dane, następnie wybrani przedstawiciele wyższego kierownictwa oraz członkowie Zarządu, w ramach swoich obszarów kompetencji, walidują raportowane dane i nadzorują proces. Prezes zarządu jest odpowiedzialny za formalną ewaluację i zatwierdzanie raportu zrównoważonego rozwoju.

Za koordynację prac związanych z realizacją programu zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO odpowiada kierownik ds. zrównoważonego rozwoju. W ramach tej funkcji jest także m.in. zarządzanie systemem raportowania, monitorowanie i analiza

wyników oraz komunikacja w zakresie zrównoważonego rozwoju. Osoba ta raportuje do dyrektor ds. korporacyjnych. Jest ona także tzw. sustainability championem na Polskę, czyli głównym punktem kontaktu dla Grupy Carlsberg w tym zakresie. Od 1 lipca 2021 r. rolę tę objęła Teresa Aldea.

### GRI 2-17

Zarząd wraz z wybraną grupą 70 reprezentantów kadry menedżerskiej uczestniczył w dedykowanym szkoleniu prowadzonym przez prof. Szymona Malinowskiego\* na temat zmian klimatycznych w biznesie. Oprócz dedykowanych szkoleń zarząd może uczestniczyć również w otwartych szkoleniach dla pracowników, takich jak szkolenie dotyczące Celów Zrównoważonego Rozwoju prowadzone w ramach Kampanii 17 Celów dla 77 uczestników.

\* profesor nauk o Ziemi, członek korespondent PAN. Od 2016 dyrektor Instytutu Geofizyki UW, a od 2020 przewodniczący zespołu doradczego ds. kryzysu klimatycznego przy Prezesie Polskiej Akademii Nauk.



## WPŁYW NA OTOCZENIE

GRI 203-2

### TWORZYMY MIEJSCA PRACY W GOSPODARCE

Ze względu na skalę produkcji i konsumpcji piwa oraz charakterystykę branży piwowarskiej w Polsce, jej wpływ na gospodarkę kraju jest bardzo istotny. Dokonując zakupu surowców i materiałów, energii oraz usług niezbędnych do procesu produkcji i do operacyjnego funkcjonowania firm, branża piwowarska wspiera rozwój swoich dostawców i poddostawców, generując pozytywne efekty w gospodarce. Równocześnie sprzedaż piwa napędza rozwój handlu, gastronomii i turystyki.

Dzięki zwiększonemu popytowi na swoje produkty i usługi, kontrahenci mogą tworzyć wartość dodaną, zatrudniać pracowników i wypłacać wynagrodzenia, a to z kolei zwiększa dochody gospodarstw domowych.

Branża piwowarska jest bardzo istotnym pracodawcą, w szczególności w miejscowościach, w których zlokalizowane są browary. Jednak jej wpływ na rynek pracy wykracza daleko poza działalność samych browarów. Wiele miejsc pracy w innych sektorach gospodarki tworzonych jest bezpośrednio lub pośrednio w związku z działalnością branży piwowarskiej.

Pozytywny wpływ browarów na zatrudnienie jest odczuwalny przede wszystkim w takich branżach jak:

- **branża hotelarska i gastronomiczna (HoReCa)**, w której ten wpływ sięga prawie 30 tys. miejsc pracy - piwo jest obecne w 80% lokali gastronomicznych i generuje 15% obrotów w tym sektorze;
- **handel** (łącznie ponad 16,5 tys. miejsc pracy) – w szczególności w najmniejszych sklepach piwo jest jednym z kluczowych produktów, a jego udział w koszyku zakupowym produktów spożywczych sięga prawie 23%;
- **przemysł lekki** (prawie 23,4 tys. miejsc pracy – browary są dużymi odbiorcami produktów innych branż, takich jak opakowania (przede wszystkim opakowania szklane i puszki), środki czystości, odzież robocza i inne;
- **rolnictwo** (ponad 6 tys. miejsc pracy) – browary są dużymi odbiorcami surowców rolnych: siodu i chmielu;
- **pozostałe usługi** (ponad 7 tys. miejsc pracy) – browary są również dużymi klientami przedsiębiorstw usługowych, podobnie jak ich pracownicy<sup>1</sup>.

W przypadku Carlsberg Polska - w branżach powiązanych tworzymy miejsca pracy:



**1 482** u naszych dostawców

+



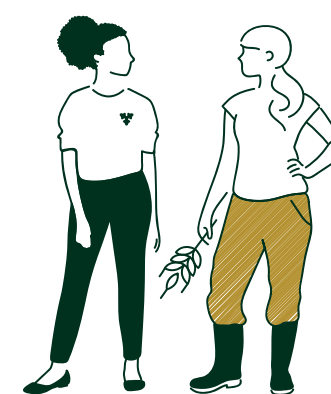
**6 858** w sprzedaży detalicznej

+



**720** w branży HoReCa,  
czyli w hotelarstwie i gastronomii

+



Dodatkowo w naszych spółkach zatrudniamy bezpośrednio 1 329 osób. Łącznie bezpośrednio i pośrednio kreujemy zatrudnienie dla

**10 389 osób.**

<sup>1</sup> Podsumowanie analizy wybranych wskaźników wpływu przemysłu piwowarskiego na polską gospodarkę i otoczenie, Deloitte i Browary Polskie, Warszawa, październik 2021 r.

## METODYKA KALKULACJI

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

Wykorzystano m.in. dane dotyczące:



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



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



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



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

Dane zostały uzupełnione wskaźnikami produktywności pochodzącymi z krajowych urzędów statystycznych.

Realizując strategię Grupy, Carlsberg Polska:

- Dochowuje należytej staranności celem zapewnienia prawidłowości rozliczeń podatkowych.
- Kładzie nacisk na weryfikację swoich kontrahentów i partnerów biznesowych.
- Inwestuje w poszerzanie wiedzy kadry pracowniczej z zakresu prawa podatkowego.
- Podejmuje decyzje w celu ograniczania ryzyka podatkowego poprzez minimalizację zagrożeń ze strony otoczenia zewnętrznego oraz wewnętrznego.
- Kształtuje świadomość znaczenia systemu kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem z perspektywy funkcji podatkowej.

Więcej o naszej strategii podatkowej przeczytasz na naszej [stronie internetowej](#).



## PODATKI GRI 207-1

Podatki stanowią ważny wkład Carlsberg Polska w rozwój społeczno-ekonomiczny Polski. Znaczna część naszych płatności składa się z podatku akcyzowego i podatków bezpośrednich, takich jak podatek dochodowy, środowiskowy, od nieruchomości, VAT oraz

składek na ubezpieczenia społeczne. Zgodnie ze strategią Grupy Carlsberg, wymogi dotyczące cen transferowych<sup>2</sup> muszą być ściśle monitorowane i opierać się na zasadzie, zgodnie z którą odpowiednia kwota podatku powinna być zapłacona, tam gdzie tworzona jest wartość i ustalana na zasadach rynkowych.

2010 - 2021 r. – Carlsberg Polska wpłacił do budżetu państwa ok.

**8,7 MLD ZŁ**

w tym podatek akcyzowy ok.

**7,3 MLD ZŁ**

**1,78 MLD ZŁ**

– kwota łącznych inwestycji w nasze Browary w latach 2001 - 2021, w tym

**17 MLN**

inwestycji w 2021 r.

<sup>2</sup> Ceny transferowe występują w sytuacji, gdy transakcje zawierane są przez podmioty powiązane, czyli takie, które wywierają określony wpływ na inne podmioty krajowe lub zagraniczne. W tym przypadku Carlsberg Polska i Grupa Carlsberg.





## ZARZĄDZANIE RYZYKIEM

W Carlsberg Polska obowiązują jasno określone zasady zarządzania ryzykiem spójne dla Grupy Carlsberg. Pozwalają skutecznie identyfikować i minimalizować negatywne zdarzenia wewnętrzne i ograniczać skutki niekorzystnych zmian w otoczeniu firmy.

Spójność i jednolitość polityki zarządzania ryzykiem w Grupie umożliwia i ułatwia identyfikowanie potencjalnych ryzyk, wymianę informacji na ich temat, planowanie i działania zapobiegające pojawieniu się ryzyk lub ograniczające ich skutki. Efektem tego procesu jest zapewnienie bezpieczeństwa działalności firmy, skuteczności podejmowanych działań oraz realizacji strategii. Ryzyka z obszaru ESG są zarządzane ramach programu Together Towards ZERO. Kluczową cechą tego procesu jest jego długoterminowy cel, do którego prowadzą nas działania rozpisane na każdy rok.

Identyfikacja ryzyka jest integralnym elementem kluczowych procesów biznesowych – począwszy od 3-letniego planowania finansowego do operacyjnego zarządzania ciągłością krytycznych procesów biznesowych.

**Zarządzanie ryzykiem jest realizowane w pełnej zgodności z kulturą organizacyjną 3A i składa się z 6 etapów:**

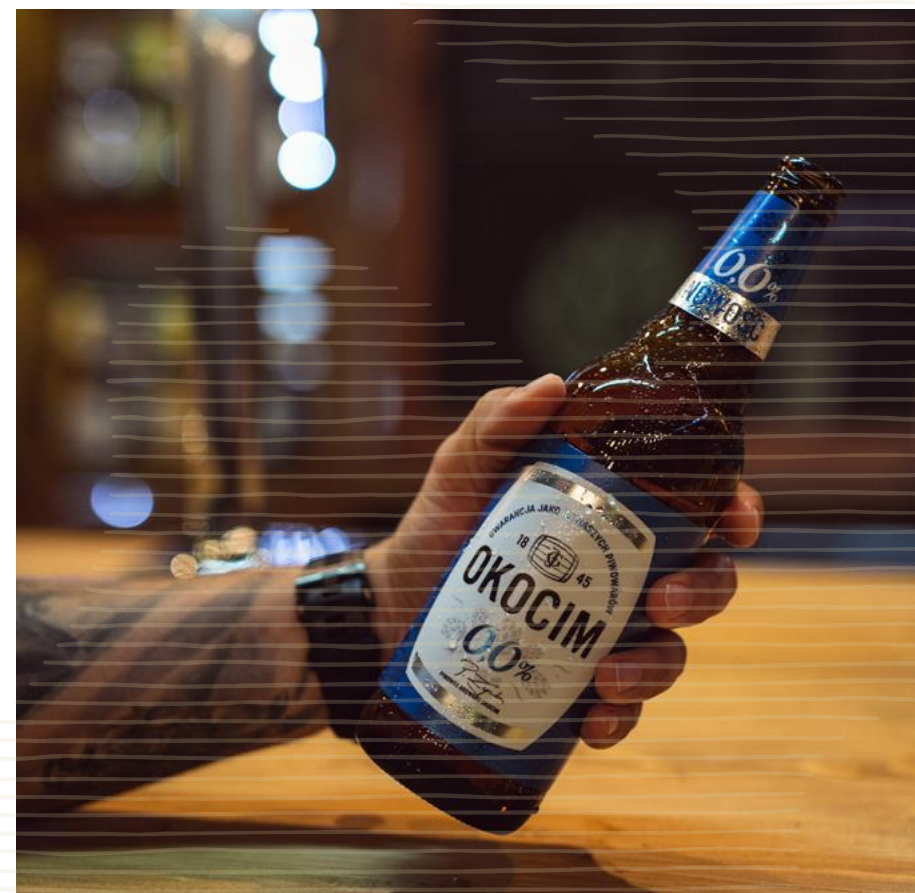
1. Identyfikacja ryzyka
2. Analiza i ocena ryzyka
3. Ustalenie sposobu postępowania z ryzykiem
4. Wdrażanie działań ograniczających ryzyko
5. Monitorowanie
6. Raportowanie

Identyfikacja ryzyk jest procesem oddolnym, realizowanym podczas warsztatów funkcyjnych w poszczególnych obszarach naszej działalności.

**W 2021 roku odbyło się 9 warsztatów ryzyk, w których brały udział łącznie 82 osoby.**

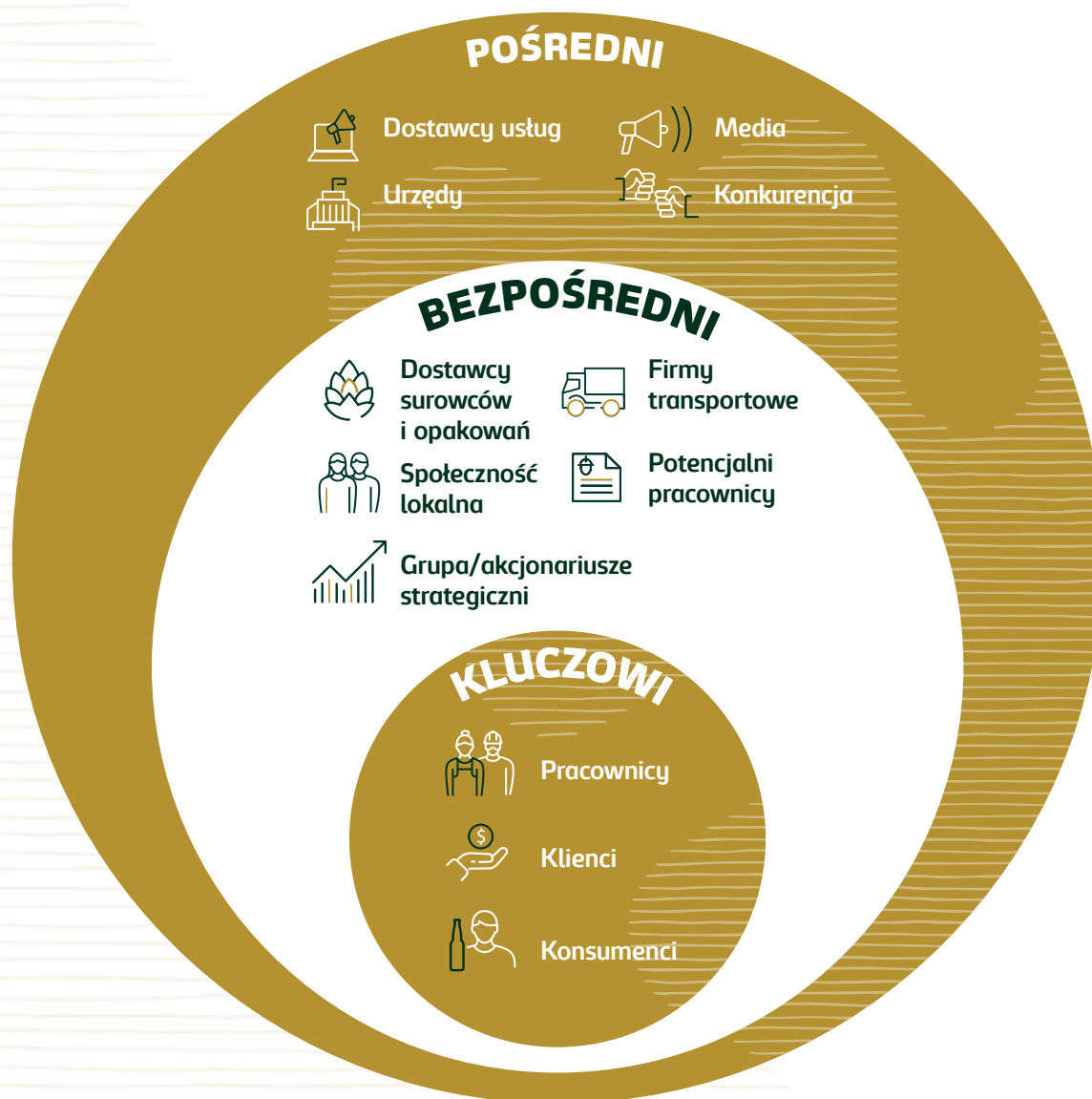
Analiza, ocena i wycena ryzyk odbywają się dwuetapowo, pierwszy etap odbywa się na warsztatach identyfikacji ryzyk i jego celem jest ustalenie właściciela ryzyka. Drugim etapem jest między-zespołowa praca, której efektem jest określenie czynników ryzyka oraz ich wycena, a następnie przygotowanie planu działań.

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



# RELACJE Z INTERESARIUSZAMI

GRI 2-29



W ramach realizacji strategii biznesowej oraz programu Together Towards ZERO dokonaliśmy identyfikacji naszych interesariuszy kategoryzując ich w oparciu o stopień oraz skalę bieżącego zaangażowania.

## Wyróżniamy interesariuszy:

- **kluczowych** - tych, bez których nasza działalność nie byłaby możliwa, tzn. pracowników i klientów,
- **bezpośrednich** - takich, od których zależy sprawne funkcjonowanie naszego biznesu, z którymi mamy ścisłe relacje biznesowe lub społeczne w lokalizacjach naszych browarów,
- **pośrednich** - podmioty, z którymi nie mamy bieżącego i stałego kontaktu, ale mogące wpływać na nasze działania.

W zależności od aktualnej sytuacji rynkowej, kategorii danej grupy interesariuszy oraz potrzeb organizacji monitorujemy, informujemy bądź angażujemy naszych interesariuszy. Na co dzień słuchamy potrzeb i oczekiwań poszczególnych grup, jak również inicjujemy prace w odpowiedzi na to, co słyszymy. Stosujemy różnorodne metody dialogu i komunikacji dostosowane do potrzeb i charakteru relacji z poszczególnymi grupami interesariuszy.

## KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA

Przykładem takiego działania jest nasze coroczne, anonimowe badanie komunikacji wewnętrznej. Sprawdza ono czy pracownicy czują się dobrze poinformowani na temat różnych aspektów działania firmy, ocenę poszczególnych kanałów komunikacji oraz stopień świadomości zagadnień komunikowanych w ciągu roku (Strategia, TTZ, COVID-19, itp.).

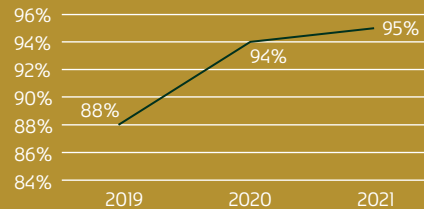
W 2021 roku otrzymaliśmy 346 ankiet – to więcej niż rok wcześniej (287). Najlepiej ocenianymi źródłami informacji są:

- Intranet,
- maile „Aktualności Carlsberg Polska”,
- piątkowy newsletter,
- spotkania Informacyjne (Town Halls)
- oraz dwumiesięcznik To&Owo Carlsbergowo.

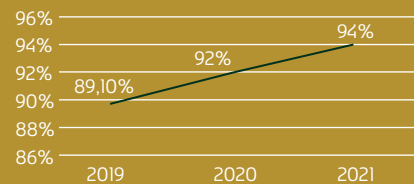
Jak co roku – zgłoszone informacje zwrotne są poddawane analizie, a sugerowane zmiany są następnie wdrażane. Pełne wyniki badania są komunikowane oraz dostępne dla pracowników w intranecie.

## KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA

Jestem dobrze poinformowany:  
(odp.: „Tak” i „Raczej tak”)



Otrzymuję wystarczająco dużo informacji nt. bieżących spraw, projektów i wydarzeń dot. Carlsberg Polska:  
(odp.: „Tak” i „Raczej tak”)



## BADANIE REPUTACJI CARLSBERG POLSKA

# 75,1 punktów

- ogólny wynik badania  
reputacji w 2021 r.

W 2021 roku przeprowadziliśmy doroczne badanie reputacji wykonywane przez niezależną agencję Reputation Institute. Badanie jest organizowane centralnie na zlecenie Grupy Carlsberg i prowadzone na wielu rynkach, na których działa firma. Obejmowało zarówno opinię publiczną (konsumentów i osoby nie pijące naszych piw), jak również naszych klientów i pracowników.

Cieszy nas, że w ocenie klientów poprawiły się wyniki w obszarze zarządzania, społecznej odpowiedzialności i przywództwa. Jednocześnie widzimy potrzebę wzmocnionych działań komunikacyjnych, aby informacje o działaniach docierały szeroko do całego społeczeństwa.

Tegoroczny wynik jest niższy niż w latach ubiegłych w większości kategorii poddanych ocenie, pomimo że z punktu widzenia firmy nie było przyczyn, które mogłyby bezpośrednio negatywnie wpłynąć na niższy wynik. Naszym zdaniem oraz w opinii Reputation Institute znaczny wpływ na obniżenie się wyniku ma trudna sytuacja ekonomiczno-społeczno-polityczna, która negatywnie wpływa na postrzeganie rzeczywistości przez społeczeństwo. Taką opinię potwierdza

np. sondaż państwowej fundacji CBOS (grudzień 2021) „Ocena roku 2021”, według którego rok 2021 jest drugim najgorzej ocenianym w historii tego badania (36 lat) po roku 2020 (pandemia). Został negatywnie oceniony przez 56,1 proc. respondentów, tylko 18,9 proc. oceniło go pozytywnie.

## STOWARZYSZENIA CZŁONKOWSKIE

### GRI 2-28

Aktywnie pracujemy w ramach branży jako członek **Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego-Browary Polskie**. Za jego pośrednictwem jesteśmy także członkiem m.in. Konfederacji Pracodawców Lewiatan, Związków Przedsiębiorców i Pracodawców, Krajowej Izby Gospodarczej. Jesteśmy również

sygnatariuszem **Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy**, który promuje standardy reklamy zapisane w postaci Kodeksu Etyki Reklamy. Angażujemy się także w działania **Związku pracodawców przemysłu opakowań i produktów w opakowaniach EKO-PAK** oraz w **Kampanię 17 celów** zachęcając do podjęcia działań na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju i wykorzystania szans biznesowych płynących z Agendy 2030.

Od 2016 przy Browarze Okocim funkcjonuje natomiast powołane przez pracowników **Stowarzyszenie Miłośników Browaru Okocim**.

W roku 2021, pomimo ograniczeń pandemicznych, Stowarzyszenie aktywnie realizowało swoje cele poprzez:

1. Prowadzenie letniego pubu „Przy Browarze”:

- degustacje półproduktu w postaci brzeczki przedniej i degustacje okocimskich piw,
- sprzedaż okocimskich piw, piwnych gadżetów, szklanek, kufla, koszulek,
- prezentacje surowców do produkcji piwa: słody, drożdże piwne, chmiel w różnej postaci,

- chmielowa mini-plantacja, gdzie każdy może zobaczyć, dotknąć, poczuć smak, zapach różnych gatunków chmielu na żywo.

2. Prezentacje w „Izbie Tradycji” dla zwiedzających nt. historii browaru, rodziny Goetzów Okocimskich i ich zastugi dla społeczności lokalnej.

3. Koncerty zespołów muzycznych, m.in. Orkiestry dętej, która w przeszłości była „browarską”.

4. Reprezentację Browaru Okocim na Chmielakach Krasnystawskich, w czasie których Stowarzyszenie sprzedało ponad 40 hl piwa w ciągu 3-ch dni!

5. Odrestaurowanie XIX-wiecznej siedziby Stowarzyszenia, w której jest pub i miejsce spotkań integracyjnych pracowników Browaru Okocim.

Wszystkie zyski z działalności Stowarzyszenia są przeznaczane na restaurowanie historycznych artefaktów biofilskich i utworzenie Muzeum Browaru Okocim, w którym będzie można pokazać większe urządzenia produkcyjne i pamiątki ze 177-letniej tradycji browaru.

# STOWARZYSZENIE MIŁOŚNIKÓW BROWARU OKOCIM (SMBO)

Browar Okocim założony przez Jana Ewangelistę Goetza w 1845 roku to 177 lat żywej historii piwowarstwa. Właściciel przyjął zasadę „najlepsze z najlepszego”, wychodząc z założenia, że najdoskonalsze piwa można warzyć tylko z najlepszych surowców. Ideę tę browar podtrzymuje do dziś i tym samym gwarantuje najwyższą jakość piwa.

Zamiłowanie do tradycji i chęć upowszechniania wiedzy o historii tego wyjątkowego miejsca zaowocowało powołaniem Stowarzyszenia Miłośników Browaru Okocim. Stowarzyszenie posiada status organizacji społecznej i zostało oficjalnie zarejestrowane 30 czerwca 2016 roku przez pracowników Browaru Okocim w Brzesku.

Pomysłodawcom zależało na:

- poszerzeniu grona miłośników i sympatyków Browaru Okocim,
- wzmacnianiu więzi między byłymi i obecnymi pracownikami,
- upowszechnianiu wiedzy o historii Browaru,
- popularyzowaniu wiedzy z dziedziny browarnictwa i kultury piwnej.



# O RAPORCIE

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

Po raz pierwszy nazywamy niniejszy raport „Raportem ESG”, co wynika z chęci uspołnienienia nazewnictwa w nawiązaniu do regulacji w tym zakresie na poziomie UE. W samym raporcie natomiast posługujemy się pojęciem zrównoważonego rozwoju definiując je jako tożsame z ESG.

## METODOLOGIA, ZAKRES I WERYFIKACJA RAPORTU

Niniejszy Raport zawiera dane za rok budżetowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2021 r. Zakres obejmuje dane dotyczące Carlsberg Polska, w tym browarów w Brzesku, Sierpcu, Szczecinie, centrali w Warszawie oraz regionalnych biurach sprzedaży w różnych częściach Polski.

Raport został opracowany zgodnie z wytycznymi GRI Standards 2021 w najnowszej wersji opublikowanej pod koniec 2021 roku. W porównaniu do poprzedniego raportu nie zaszyły znaczące zmiany związane z zakresem tematycznym raportu, okresem raportowania i metodyką mierzenia wybranych wskaźników, bazujących na wspólnym dla Grupy Carlsberg systemie raportowania ENABLON. Raport nie został poddany zewnętrznej weryfikacji. Dane w systemie ENABLON gromadzone są zgodnie z raportowanymi obszarami zrównoważonego rozwoju: Środo-

wisko, BHP, Etyka Biznesu, Prawa Człowieka i Pracownika, Odpowiedzialna Konsumpcja Alkoholu i Odpowiedzialna Komunikacja Marketingowa.

## DEFINIOWANIE ISTOTNYCH ASPEKTÓW

W 2021 roku zrealizowaliśmy badanie istotności. Punktem wyjścia były aspekty zidentyfikowane na potrzeby poprzednich raportów zrównoważonego rozwoju Carlsberg Polska. Dodatkowo pod uwagę wzięliśmy również najnowsze kwestie zdiagnozowane przez Grupę Carlsberg w ramach globalnego badania istotności obejmującego m.in. wywiady z kluczowymi interesariuszami. Jego wyniki zderzono z lokalnymi czynnikami wpływającymi na działalność Carlsberg Polska, informacjami branżowymi oraz wewnętrznymi dokumentami, m.in. najnowszymi danymi z browarów, informującymi o naszym wpływie na środowisko, czy mapą ryzyka, która pokazuje stopień wpływu różnych czynników na firmę. Lista aspektów została poddana opinii polskich interesariuszy. W badaniu uczestniczyli zarówno pracownicy jak i reprezentanci dostawców, klientów i NGOów. Metodyka badania uwzględniła zarówno badanie ankietowe jak również wywiady pogłębione z partnerami strategicznymi.



Wśród aspektów istotnych obserwujemy duże zmiany. W 2021 roku pojawiło się wiele nowych tematów, co potwierdza, że żyjemy w dynamicznie zmieniającym się świecie, a potrzeby informacyjne i oczekiwania kluczowych interesariuszy rosną. Nowe kwestie, które zyskały na znaczeniu w percepcji interesariuszy będą poddane szczegółowej analizie, aby odpowiednio nim zarządzać. Lista zagadnień jest długa. Są to wyzwania, którym jako firma musimy stawić czoła.

Teresa Aldea  
kierownik ds. zrównoważonego rozwoju

## Aspekty w kolejności najwyższej oceny

### Etyka



### Jakość i bezpieczeństwo produktów



### Łańcuch dostaw



### Gospodarka obiegu zamkniętego

### Różnorodność i równość



### Rozwój i edukacja pracowników



Aspekt	Zarządzanie	Informacja w raporcie
ETYKA	W dobie negatywnych nastrojów społecznych, licznych kryzysów i napięć społecznych, <b>zachowania etyczne, w tym uczciwe praktyki konkurencyjne i uczciwe miejsce pracy</b> stały się najważniejszym aspektem dla wszystkich grup interesariuszy.	Nasze wartości, etyka i przeciwdziałanie korupcji
JAKOŚĆ I BEZPIECZEŃSTWO PRODUKTÓW	Dla firmy produkującej z branży spożywczej <b>zapewnienie produktów o najlepszej jakości, bezpiecznych i z dobrym składem</b> jest priorytetem.	Zapewnianie jakości i bezpieczeństwa produktów Komunikacja produktowa
ŁAŃCUCH DOSTAW	<b>Odpowiedzialne zarządzanie łańcuchem dostaw</b> i współpracę z dostawcami jest kluczowe dla zapewnienia ciągłości produkcji i dostaw do hurtowni oraz najlepszej jakości oferowanych produktów. Stawiamy na <b>przejrzystość łańcucha dostaw</b> , otwarcie mówimy o naszych oczekiwaniach i wspólnie z partnerami szukamy najlepszych rozwiązań.	Zapewnianie jakości i bezpieczeństwa produktów Materiały opakowaniowe Pozyskiwanie surowców
GOSPODARKA OBIEGU ZAMKNIĘTEGO	W obliczu kończących się zasobów naturalnych, rosnących cen surowców oraz zgodnie ze zmieniającym się krajobrazem legislacyjnym, stawiamy na <b>odpowiedzialne wykorzystanie surowców, zarządzanie odpadami i opakowaniami</b> .	Materiały opakowaniowe
RÓŻNORODNOŚĆ I RÓWNOŚĆ*	Rosnące zainteresowanie społeczne, w tym także oczekiwania naszych pracowników i kandydatów na pracowników, wskazuje na potrzebę większego sformalizowania i usystematyzowania <b>zarządzania</b> szeroko rozumianą <b>różnorodnością</b> . Szczególne znaczenie mają działania edukacyjne realizowane wśród pracowników.	Zarządzanie różnorodnością
ROZWÓJ I EDUKACJA PRACOWNIKÓW	Nieustannie inwestujemy w kapitał ludzki. Oferujemy <b>szkolenia dostosowane do potrzeb pracowników</b> , a także dajemy im możliwości rozwoju poprzez uczestnictwo w różnych projektach.	Rozwój talentów
ŚLAD WĘGLOWY	To wyraz naszych działań w ramach zwiększania <b>efektywności energetycznej</b> w browarach oraz <b>redukcji śladu węglowego w całym łańcuchu wartości</b> . Stawiamy sobie ambitne cele i nieustannie poszukujemy innowacyjnych rozwiązań.	ZERO śladu węglowego
EDUKACJA KONSUMENTÓW*	Informowanie i edukacja związana m.in. z produktami i ich opakowaniami, poprzez którą mamy <b>wpływ na środowiskowe decyzje i zachowania konsumentów</b> , takie jak np. oddawanie butelek zwrotnych lub odpowiedzialna konsumpcja alkoholu.	Materiały opakowaniowe
ODPOWIEDZIALNY MARKETING	Zgodnie z naszą polityką dokładamy wszelkich starań, aby nasza <b>komunikacja marketingowa była przejrzysta i zgodna z ustawą o wychowaniu w trzeźwości oraz samoregulacją do Kodeksu Etyki Reklamowej</b> , a wszystkie <b>informacje na opakowaniach zrozumiałe</b> .	Informowanie
WODA	Wraz z postępującym kryzysem klimatycznym rośnie ryzyko związane z <b>dostępnością wody</b> . Ze względu na jej znaczenie w produkcji dokładamy wszelkich starań, aby <b>ograniczyć jej zużycie</b> oraz skutecznie zarządzać ściekami.	ZERO marnowania wody
PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI	<b>Przeciwdziałanie korupcji, łapownictwu i nadużyciom</b> jest niezmiernie ważnym aspektem naszej działalności. Wprowadzone i stosowane przez pracowników mechanizmy wraz z regularnymi szkoleniami mającymi na celu zapobieganie działaniom nieetycznym skutecznie działają, jak wynika z regularnie prowadzonych kontroli. Z tego powodu pomimo dużego znaczenia tego aspektu, nie jest to wysoki priorytet w takim samym stopniu jak Etyka.	Etyka i przeciwdziałanie korupcji
ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM	<b>Strategia oraz struktura zarządzania</b> stają się niezmiernie ważne dla naszych interesariuszy. Wzmacniamy komunikację, aby pokazać, że nasze wyniki nie są dziełem przypadku, lecz efektem skrupulatnie realizowanego planu działań.	Zarządzanie zrównoważonym rozwojem
ZDROWIE PRACOWNIKÓW	<b>Bezpieczeństwo, zdrowie oraz wellbeing</b> pracowników, szczególnie z uwzględnieniem wpływu pandemii jest dla nas niezmiernie istotny. Dla naszych interesariuszy jest on gwarancją dobrej współpracy.	ZERO wypadków

**ADAPTACJA DO ZMIAN KLIMATYCZNYCH\***

Jest to nowe zagadnienie, które pojawiło się na liście najważniejszych aspektów. Doświadczenia minionych lat wraz z obserwacją postępującego kryzysu klimatycznego zmuszają do refleksji i zintensyfikowania działań związanych z **zarządzaniem ryzykiem wpływu zmian klimatycznych na naszą działalność operacyjną**.

ZERO śladu węglowego

**ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA**

**Edukacja społeczna nt. odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu** jest ważnym elementem utrzymania społecznej licencji na działanie. Jest ona jednym ze strategicznych obszarów naszego programu Together Towards ZERO. Aspekt ten jest bardzo ważny dla nas, ale mniej istotny dla naszych interesariuszy, którzy postrzegają dotychczas prowadzone przez nas działania jako adekwatne.

ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji

**ROZWÓJ SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH**

**Wsparcie w rozwiązywaniu lokalnych problemów społecznych i środowiskowych** w społecznościach, w których prowadzimy naszą działalność zawsze było i będzie ważnym elementem naszej odpowiedzialności. Angażujemy się zarówno jako firma, jako poszczególne marki oraz jako pracownicy w ramach wolontariatu.

Rozwój społeczności lokalnych

\*Nowe aspekty



# REALIZACJA CELÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU (SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS)

SDG



PRIORYTETOWE DZIAŁANIA

- Rozwój portfolio piw bezalkoholowych oraz zapewnianie ich dostępności
  - Umieszczanie informacji o składzie, kaloryczności oraz znaków odpowiedzialnościowych na etykietach
  - Partnerstwa na rzecz i promocja odpowiedzialnej konsumpcji
- 
- Optymalizacja zużycia wody w procesach produkcyjnych i pozaprodukcyjnych
  - Wdrażanie obiegu zamkniętego - ponowne wykorzystanie wody w procesach niewymagających parametrów sanitarnych
  - Podnoszenie standardów zarządzania wodą i ściekami
- 
- Redukcja zużycia energii i emisji CO<sub>2</sub> w naszych Browarach poprzez inwestycje i usprawnienia
  - Działania w zakresie magazynowania i logistyki, współpracy z partnerami handlowymi, gospodarki opakowaniowej oraz chłodzenia
- 
- Ograniczenie liczby wypadków poprzez edukację, zaangażowanie pracowników oraz wdrażanie standardów bezpieczeństwa i higieny pracy
  - Promocja bezpieczeństwa za kierownicą, montaż alko-stopów w autach służbowych
- 
- Zarządzanie różnorodnością
  - Wpływ na otoczenie
  - Budowa kultury etycznej

OBSZAR TTZ



ODPOWIEDZIALNY BIZNES



# ZESTAWIENIA TABELARYCZNE

ZUŻYCIE ENERGII I EMISJE	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>CAŁKOWITE ZUŻYCIE ENERGII W BROWARACH CARLSBERG POLSKA (kWh/hl)</b>							
Okocim	21,83	21,81	21,51	21,30	20,83	19,89	20,06
Kasztelan	16,50	17,16	17,05	15,76	15,18	14,28	14,27
Bosman	21,58	22,16	22,76	22,34	25,42	22,38	23,01
<b>EMISJA CO<sub>2</sub> W BROWARACH CARLSBERG POLSKA (kg CO<sub>2</sub>/hl)</b>							
Okocim	3,40	3,40	3,29	3,16	3,08	2,90	2,86
Kasztelan	2,40	2,49	2,51	2,28	2,18	2,02	2,04
Bosman	3,08	3,15	3,26	3,17	3,54	3,12	3,25
<b>ZUŻYCIE WODY</b>							
<b>WZGLĘDNE ZUZYCIE WODY W BROWARACH CARLSBERG POLSKA (HL/HL)</b>							
Okocim	3,03	3,03	3,00	3,02	2,94	2,65	2,72
Kasztelan	3,00	2,98	2,85	3,06	2,63	2,54	2,45
Bosman	3,30	3,29	3,15	3,05	3,31	2,90	2,79
<b>GOSPODARKA ODPADAMI</b>							
<b>GRI 306-3, 306-5</b>							
Całkowita waga odpadów statych [tony]	19115,327	18523,939	19921,049	20576,245	20910,007	20628,435	21282,001

## ODPADY STAŁE UWZGLĘDNIAJĄ:

- 2% - Odpady stałe wywożone na publiczne, kontrolowane składowisko odpadów sanitarnych, m.in.: zużyte ziarno, drożdże, ziemia okrzemkowa, osad ściekowy, ogólne odpady browarnicze.
- 0,03% - Odpady niebezpieczne, których nie można skierować do spalarni/składowisk sanitarnych, ale zamiast tego należy skierować do autoryzowanej obsługi, np. zużyte oleje / chemikalia, lampy, baterie, itp..
- 35% - Odpady przeznaczone do recyklingu m.in. papier, metal, plastik.
- 63% - Odpady i produkty uboczne do wykorzystania w rolnictwie, m.in.. zużyte ziarno, zużyte drożdże, zużyta ziemia okrzemkowa, osad ściekowy.

## NASI PRACOWNICY

GRI 2-7, 2-9, 405-1

	KOBIETY	MĘŻCZYŹNI
<b>CAŁKOWITA LICZBA ZATRUDNIONYCH W PODZIALE NA REGIONY I PŁEĆ</b>		
W 2021 r. zatrudnialiśmy <b>1329 osób</b> , w tym <b>345 kobiet</b> i <b>984 mężczyzn</b> .	<b>345</b>	<b>984</b>
<b>Browary i centrala</b>	<b>304</b>	<b>666</b>
Okocim	120	247
Kasztelan	59	183
Bosman	34	177
Centrala w Warszawie	91	59
<b>Regiony sprzedaży</b>	<b>39</b>	<b>312</b>
Region Bosman - Północ	19	58
Region Kasztelan - Centrum	9	80
Region Okocim - Wschód	4	97
Region Piast - Zachód		
<b>Inne lokalizacje</b>	<b>2</b>	<b>4</b>
Wrocław	1	3
Luboń	1	1

## CAŁKOWITA LICZBA PRACOWNIKÓW W PODZIALE NA TYP ZATRUDNIENIA I PŁEĆ

OPIS RODZAJU UMOWY	KOBIECI			MĘŻCZYŹNI		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Umowa na czas określony	29	33	23	127	136	118
Umowa na czas nieokreślony	313	319	308	885	866	848
Umowa - okres próbny	10	3	4	32	17	14
Umowa na zastępstwo	7	11	10	2	6	4
	<b>359</b>	<b>366</b>	<b>345</b>	<b>1046</b>	<b>1026</b>	<b>984</b>

## CAŁKOWITA LICZBA PRACOWNIKÓW W PODZIALE NA PŁEĆ I RODZAJ STANOWISKA

RODZAJ STANOWISKA	PŁEĆ	LICZBA PRACOWNIKÓW			RODZAJ STANOWISKA	PŁEĆ	LICZBA PRACOWNIKÓW		
		2019	2020	2021			2019	2020	2021
Zarząd	Kobieta	2	2	3	Specjaliści	Kobieta	204	220	208
	Mężczyzna	5	4	3		Mężczyzna	337	363	364
	<b>Łącznie</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>6</b>		<b>Łącznie</b>	<b>541</b>	<b>583</b>	<b>554</b>
Dyrektorzy	Kobieta	4	6	5	Stanowiska wykonawcze	Kobieta	71	71	64
	Mężczyzna	9	9	10		Mężczyzna	533	520	482
	<b>Łącznie</b>	<b>13</b>	<b>15</b>	<b>15</b>		<b>Łącznie</b>	<b>604</b>	<b>591</b>	<b>546</b>
Kierownicy	Kobieta	78	67	65	Ilość pracowników łącznie	Kobieta	359	366	345
	Mężczyzna	162	130	143		Mężczyzna	1046	1026	984
	<b>Łącznie</b>	<b>240</b>	<b>197</b>	<b>208</b>		<b>Łącznie</b>	<b>1405</b>	<b>1392</b>	<b>1329</b>

## RÓŻNORODNOŚĆ W NAJWYŻSZYM ORGANIE ZARZĄDZAJĄCYM I W KADRZE PRACOWNICZEJ

OPIS RODZAJU UMOWY	ZARZĄD						RESZTA ORGANIZACJI					
	KOBIECI			MĘŻCZYŻNA			KOBIECI			MĘŻCZYŻNA		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Poniżej 30 lat	0	0	0	0	0	0	58	50	47	182	174	157
Od 30 do 50 lat	2	2	2	5	4	0	246	266	248	643	651	591
Powyżej 50 lat	0	0	1	0	0	3	53	48	47	216	197	233
<b>Suma</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>357</b>	<b>364</b>	<b>342</b>	<b>1041</b>	<b>1022</b>	<b>981</b>

# INDEKS GRI

WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
<b>WSKAŹNIKI PROFILOWE</b>				
<b>Organizacja i raportowanie</b>	2-1	Dane organizacji		Carlsberg Polska to 2 Spółki: Carlsberg Polska Sp. z o.o., Carlsberg Supply Company Polska SA zlokalizowane w Polsce z siedzibą główną w Warszawie.
	2-2	Podmioty uwzględnione w raporcie zrównoważonego rozwoju		Podmioty uwzględnione w raporcie: Carlsberg Polska Sp. z o.o., Carlsberg Supply Company Polska SA
	2-3	Okres i częstotliwość raportowania oraz osoba kontaktowa		Raport zawiera dane za rok budżetowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2021 r. Carlsberg Polska publikuje raporty ESG co roku. Osoba kontaktowa: Teresa Aldea, kierownik ds. zrównoważonego rozwoju esg@carlsberg.pl
	2-4	Rozmieszczenie krajów, w których działa organizacja Zmiana zaraportowanych informacji		Brak istotnych zmian. W zakresie emisji oraz odpadów dokonano uspojnienia sposobu prezentacji danych z wewnętrznym systemem gromadzenia danych ENABLON w Grupie Carlsberg.
	2-5	Weryfikacja zewnętrzna		Raport nie został poddany weryfikacji zewnętrznej.
<b>Operacje i pracownicy</b>	2-6	Działania, łańcuch wartości i inne relacje biznesowe		Carlsberg Polska operuje w branży piwowarskiej. Szczegóły na temat łańcucha wartości znajdują się na stronie 5. W 2021 r. obsługiwaliśmy 46 rynków eksportowych. Najwięcej piwa dostarczyliśmy na rynki Francji i Korei Południowej.
	2-7	Pracownicy	-	Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 82
	2-8	informacje o osobach zatrudnionych nie będących pracownikami		W 2021 r. zatrudniliśmy 458 osób nie będących pracownikami Caslberg Polska.
<b>Ład organizacyjny</b>	2-9	Struktura i skład organu zarządzającego organizacji		Rozdział Zarządzanie i przejrzystość, str. 69
	2-10	Proces nominacji i wyboru członków najwyższego organu zarządzającego		Proces nominacji i wyboru członków zarządu odbywa się zgodnie z przepisami prawa. W przypadku obu naszych spółek Carlsberg Polska Sp z o o i Calsberg Supply S.A. wyboru dokonuje Rada Nadzorcza (więcej - tutaj) poprzez uchwały powołujące do zarządu. Więcej - strona 69
	2-11	Przewodniczący najwyższego organu zarządzającego		Mieszko Musiał, który jest dyrektorem zarządzającym i prezesem zarządu Carlsberg Polska nie jest w Radzie nadzorczej Grupy Carlsberg.
	2-12	Rola najwyższego organu zarządzającego w nadzorowaniu zarządzania wpływem na otoczenie		Rozdział Zarządzanie i przejrzystość, str. 69-70
	2-13	Proces delegowania odpowiedzialności w zakresie zarządzania wpływem na otoczenie		Rozdział Zarządzanie i przejrzystość, str. 69-70
	2-14	Rola najwyższego organu zarządzającego w raportowaniu zrównoważonego rozwoju		Rozdział Zarządzanie i przejrzystość, str. 69-70

WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
	2-15	Konflikt interesów		100% pracowników, przed przystąpieniem do pracy w Carlsberg Polska podpisuje oświadczenie dotyczące konfliktu interesów.
	2-16	Komunikacja kwestii krytycznych		Kwestie krytyczne zgłaszane są, zgodnie z Polityką i Podręcznikiem Zarządzania Kryzysowego, do Zespołu Zarządzania Kryzysowego, któremu przewodniczy kierownik działu audytu wewnętrznego i rozwoju procesów, a w składzie zespołu jest członek zarządu dyrektor ds. komunikacji.
	2-17	Działania mające na celu podnoszenie poziomu wiedzy najwyższego organu zarządzającego na temat zrównoważonego rozwoju		Rozdział Zarządzanie i przejrzystość, str. 70
	2-18	Ewaluacja wyników działań najwyższego organu zarządzającego		Rada Nadzorcza kontroluje i ocenia na bieżąco tj. w trakcie roku pracę zarządu, oraz przedstawia corocznie wnioski Walnemu Zgromadzeniu/Zgromadzeniu Wspólników odnośnie zatwierdzenia pracy i sprawozdania zarządu i udzieleniu absolutorium.
	2-19	Polityka wynagrodzeń	-	Dane poufne.
	2-20	Proces określania wynagrodzenia	-	Dane poufne.
	2-21	Roczny wskaźnik całkowitego wynagrodzenia	-	Dane poufne.
<b>Strategia, polityki i działania</b>	2-22	Oświadczenie na temat strategii zrównoważonego rozwoju		Str. 6 oraz 70
	2-23	Zobowiązania w zakresie stosowanych polityk (Policy commitments)		Str. 6 oraz rozdział Together Towards Zero, strony 11-45
	2-24	Wdrażanie zobowiązań wynikających z polityk		Str. 6 oraz rozdział Together Towards Zero, strony 11-45
	2-25	Procesy niwelowania negatywnego wpływu na otoczenie		Str. 6 oraz rozdział Together Towards Zero, strony 11-45
	2-26	Mechanizmy zasięgnięcia porady i zgłaszania wątpliwości		Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 49
	2-27	Zgodność z prawem i regulacjami		W 2021 r. nie było przypadków niezgodności z prawem
	2-28	Stowarzyszenia członkowskie		Rozdział Zarządzanie i przejrzystość, str. 75
<b>Zaangażowanie interesariuszy</b>	2-29	Podejście organizacji do angażowania interesariuszy		Rozdział Zarządzanie i przejrzystość, str. 74
	2-30	Zbiorowe układy pracy		W Carlsberg Polska nie funkcjonuje układ zbiorowy pracy. Jest natomiast regulamin pracy obejmujący wszystkich pracowników.
<b>Analiza istotności</b>	3-1	Proces definiowania istotnych aspektów		Rozdział Zarządzanie i przejrzystość, str. 77
	3-2	Lista istotnych aspektów		Rozdział Zarządzanie i przejrzystość, str. 77-78
	3-3	Zarządzanie istotnymi aspektami		Str. 6 oraz rozdział Together Towards Zero, strony 11-45

WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
Wyniki ekonomiczne	201-2	Implikacje finansowe i inne ryzyka oraz szanse wynikające ze zmian klimatycznych		Str. 6 oraz rozdział Together Towards Zero, strony 12-20
	201-3	Okrycie zobowiązań emerytalnych organizacji wynikających z programów o zdefiniowanych świadczeniach		Zgodnie z wymogami prawa. W zakresie Pracowniczych Planów Kapitałowych, firma oferuje dodatkowe 0,5% od pracodawcy powyżej wymagań zdefiniowanych przez ustawę.
Obecność rynkowa	202-1	Stosunek wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla w podziale na płeć w stosunku do płacy minimalnej na danym rynku		Wynagrodzenie zasadnicze pracowników najniższego szczebla jest średnio wyższe o 40% (zarówno u kobiet jak i u mężczyzn) od płacy minimalnej.
	202-2	Odsetek osób pochodzących z lokalnej społeczności na wyższych stanowiskach kierowniczych		100% pracowników na wyższych stanowiskach kierowniczych w głównych lokalizacjach pochodzi ze społeczności lokalnej (tj. z Polski).
Pośredni wpływ ekonomiczny	203-1	Inwestycje infrastrukturalne i obsługiwane usługi		Rozdziały ZERO śladu węglowego - strony 12-20 oraz ZERO marnowania wody - strony 21-26
	203-2	Znaczący pośredni wpływ ekonomiczny		Rozdział Zarządzanie i przejrzystość, str. 71
Praktyki zakupowe	204-1	Odsetek wydatków na lokalnych dostawców		72% wszystkich składników, które wykorzystujemy do produkcji piwa pochodzi z Polski. 22 dostawców opakowań i surowców pochodzi z Polski.
Antykorupcja	205-1	Operacje biznesowe ocenione pod kątem ryzyka wystąpienia korupcji		Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 49
	205-2	Komunikacja i szkolenia poświęcone politykom i procedurom antykorupcyjnym		Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 49
	205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania		Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 49
Działania antykonkurencyjne	206-1	Kroki prawne podjęte wobec organizacji dotyczące przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji, praktyk monopolistycznych		Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 49
Podatki	207-1	Podejście do opodatkowania		Rozdział Zarządzanie i przejrzystość, str. 72
Surowce i materiały	301-1	Wykorzystywane materiały/surowce wg masy lub objętości		72% wszystkich składników, które wykorzystujemy do produkcji piwa pochodzi z Polski. 22 dostawców opakowań i surowców pochodzi z Polski.
	301-2	Zastosowane materiały z recyklingu		Ilość stłuczki szklanej w butelkach: Flint 54,3%, Amber 66,3%, Green 78,8% Ilość aluminium z recyklingu w naszych puszkach: 34-40% (w zależności od dostawcy)
	301-3	Procent odzyskanych materiałów ze sprzedawanych produktów i ich opakowań		W 2021 roku 89% butelek zwrotnych wróciło do browaru i zostało ponownie napełnionych.
Energia	302-1	Zużycie energii wewnątrz organizacji		Rozdział ZERO Śladu węglowego, str. 13
	302-3	Intensywność zużycia energii		Rozdział ZERO Śladu węglowego, str. 13
	302-4	Zmniejszenie zużycia energii		Rozdział ZERO Śladu węglowego, str. 13-16
	302-5	Zmniejszenie wymagań energetycznych produktów i usług		Rozdział ZERO Śladu węglowego, str. 13-20

WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
<b>Woda i ścieki</b>	303-1	Interakcja z wodą jako zasobem wspólnym		Rozdział ZERO marnowania wody, str. 21
	303-2	Zarządzanie wpływem związanym z odprowadzaniem wód		Rozdział ZERO marnowania wody, str. 26
	303-3	Pobór wody		Rozdział ZERO marnowania wody, str. 23
	303-4	Odprowadzenie wód		Rozdział ZERO marnowania wody, str. 23
	303-5	Zużycie wody		Rozdział ZERO marnowania wody, str. 22
<b>Bioróżnorodność</b>	304-1	Zakłady będące własnością, wynajmowane, zarządzane lub sąsiadujące z obszarami chronionymi bądź obszarami o dużej wartości pod względem bioróżnorodności znajdującymi się poza obszarami chronionymi		W pobliżu zakładów nie znajdują się obszary chronione
	304-2	Opis znaczącego wpływu działań, produktów i usług na bioróżnorodność na obszarach chronionych i obszarach o dużej wartości pod względem bioróżnorodności znajdujących się poza obszarami chronionymi		W dolnym biegu rzeki Uszwica (poniżej oczyszczalni) znajdują się siedliska ryb zagrożonych wyginięciem i objętych ochroną. Siedem gatunków zostało wpisanych do Czerwonej Księgi Gatunków Zagrożonych (The IUCN Red List of Threatened Species): jeden krytycznie zagrożony gatunek Certia (Vimba vimba), dwa zagrożone: Świnka (Chondrostoma nasus), Piekielnica (Alburnoides bipunctatus), cztery wrażliwe: Różanka (Rhodeus sericeus), Brzana (Barbus barbus) i Miętus (Lota lota). [źródło: Sensitive species in a bad habitat – species richness of ichthyofauna in the strongly anthropogenically transformed Uszwica River (southern Poland) - Science, Technology and Innovation - Tom Vol. 9, no. 2 (2020) - BazTech - Yadda (icm.edu.pl)]
	304-3	Siedliska chronione lub zrewitalizowane		W pobliżu zakładów nie znajdują się siedliska chronione
	304-4	Całkowita liczba gatunków ujętych w czerwonej księdze międzynarodowej unii ochrony przyrody i jej zasobów i na krajowych listach gatunków chronionych z siedliskami występującymi na obszarach podlegających oddziaływaniu zakładów według poziomu zagrożenia wyginięciem		Patrz GRI 304-2
<b>Emisje</b>	305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 1)		Rozdział ZERO Śladu węglowego, str. 13
	305-2	Pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 2)		Rozdział ZERO Śladu węglowego, str. 13
	305-3	Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (zakres 3)		Rozdział ZERO Śladu węglowego, str. 19
	305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych		Rozdział ZERO Śladu węglowego, str. 13
	305-5	Redukcja emisji gazów cieplarnianych		Rozdział ZERO Śladu węglowego, str. 13-20
	305-6	Emisje substancji zubożających warstwę ozonową (SZWO)		Brak emisji SZWO
<b>Odpady</b>	306-2	Zarządzanie znaczącym wpływem związanym z odpadami		Obowiązek przedsiębiorcy w zakresie zapewnienia odzysku i recyklingu odpadów opakowaniowych Carlsberg Polska realizuje we współpracy z INTERSEROH Organizacja Odzysku Opakowań S.A.
	306-3	Wytworzone odpady		Zestawienie tabelaryczne, str. 81

WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
Środowiskowa ocena dostawców	306-5	Odpady skierowane do utylizacji		Zestawienie tabelaryczne, str. 88
	308-1	Procent nowych dostawców, którzy zostali poddani weryfikacji pod kątem wpływu na środowisko		Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 60
	308-2	Negatywny wpływ na środowisko w łańcuchu dostaw oraz podjęte działania		Rozdział ZERO Śladu węglowego, str. 12-20
Zatrudnienie	401-1	Zatrudnienie nowych pracowników oraz rotacja		Wskaźnik rotacji 8,23% Nowo zatrudnieni: 23 kobiety, 103 mężczyzn
	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
Stosunki pracy	402-1	Minimalne okresy wypowiedzenia w związku ze zmianami operacyjnymi		Zgodnie z Kodeksem Pracy. W Carlsberg Polska nie funkcjonują umowy zbiorowe.
BHP	403-1	System zarządzania BHP		Rozdział ZERO wypadków, str. 40
	403-2	Identyfikacja zagrożeń, ocena ryzyka i dochodzenie w przypadku incydentów		Rozdział ZERO wypadków, str. 38-40
	403-3	Usługi medycyny pracy		Pracownicy Carlsberg Polska są objęci opieką medyczną Luxmed. Dodatkowe informacje nt. BHP - Rozdział ZERO wypadków, str. 37
	403-4	Zaangażowanie, konsultacje oraz komunikacja z pracownikami w zakresie BHP		Rozdział ZERO wypadków, str. 41-43 oraz 45
	403-5	Szkolenia pracownicze w zakresie BHP		Rozdział ZERO wypadków, str. 41, 44
	403-6	Promocja zdrowego trybu życia wśród pracowników		Rozdział ZERO wypadków, str. 41
	403-7	Zapobieganie i łagodzenie wpływów z obszaru BHP bezpośrednio związanych z charakterem działalności		Rozdział ZERO wypadków, str. 38-45
	403-8	Pracownicy objęci systemem zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy		Rozdział ZERO wypadków, str. 38-39
	403-9	Wypadki w miejscu pracy		Rozdział ZERO wypadków, str. 39
	403-10	Choroby zawodowe	-	Brak zdiagnozowanych chorób zawodowych
Szkolenia i edukacja	404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika	-	Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 52
	404-2	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają zarządzanie końcem kariery zawodowej		Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 52-54
	404-3	Procent pracowników otrzymujących regularne oceny swoich wyników oraz informacje rozwoju zawodowego, w podziale na płęć oraz kategorię pracowników.		Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 53



WSKAŹNIKI	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
Różnorodność i równe szanse	405-1	Różnorodność w najwyższym organie zarządzającym i w kadrze pracowniczej		Zestawienie tabelaryczne, str. 82
	405-2	Stosunek pensji podstawowej i wynagrodzenia kobiet i mężczyzn		Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 50
Brak dyskryminacji	406-1	Całkowita liczba incydentów o charakterze dyskryminacyjnym i podjęte środki naprawcze		Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 49
Wolność zrzeszania się i układów zbiorowych	407-1	Zidentyfikowane zakłady i dostawcy, w których przypadku może dochodzić do naruszenia lub może występować poważne ryzyko naruszenia wolności zrzeszania się i zawierania umów zbiorowych oraz działania podjęte, aby chronić te prawa		W 2021 r. nie stwierdzono takich przypadków.
Praca dzieci	408-1	Zakłady i dostawcy zidentyfikowani jako obciążeni znacznym ryzykiem wystąpienia przypadków pracy dzieci		W 2021 r. nie stwierdzono takich przypadków.
Praca przymusowa lub obowiązkowa	409-1	Zakłady i dostawcy zidentyfikowani jako szczególnie narażeni na ryzyko wystąpienia przypadków pracy przymusowej lub obowiązkowej		W 2021 r. nie stwierdzono takich przypadków.
Prawa ludności rdzennej	411-1	Całkowita liczba przypadków naruszeń praw ludności rdzennej		W 2021 r. nie stwierdzono takich przypadków.
Spoločności lokalne	413-1	Zakłady z wdrożonymi programami zaangażowania lokalnej społeczności, ocenami wpływu i programami rozwoju		Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 62-67
Spoločna ocena dostawców	414-1	Nowi dostawcy, którzy zostali dobrani pod kątem spełnienia kryteriów wpływu na społeczeństwo		Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 60
Polityka publiczna	415-1	Wsparcie partii politycznych		Nie udzielamy takiego wsparcia. Jest ono niezgodne z zasadami etycznymi Grupy Carlsberg
Zdrowie i bezpieczeństwo klienta	416-1	Kategorie produktów i usług, w przypadku których poddaje się ocenie ich wpływ na zdrowie i bezpieczeństwo		Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 58
	416-2	Przypadki niezgodności w zakresie wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo		Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str.58
Marketing i znakowanie produktów	417-1	Obowiązki informowania i znakowania produktów i usług		Rozdział ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji, str. 32
	417-2	Przypadki niezgodności z regulacjami dotyczące informacji i znakowania produktów i usług		Rozdział Odpowiedzialny Biznes, str. 59 oraz Rozdział ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji, str. 33
	417-3	Przypadki niezgodności z regulacjami dotyczące komunikacji marketingowej		Rozdział ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji, str. 33
Customer Privacy	418-1	Uzasadnione skargi dotyczących naruszenia prywatności klienta i utraty danych klientów		W 2021 r. nie stwierdzono takich przypadków.

## OSOBA KONTAKTOWA W SPRAWIE RAPORTU

**Teresa Aldea**

Kierownik ds. zrównoważonego rozwoju

Carlsberg Polska

tel. +48 603 883 404

e-mail: Teresa.Aldea@carlsberg.pl

