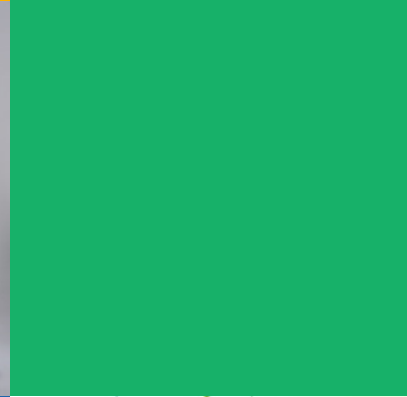




Carlsberg
Polska



RAPORT
ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU



2020



SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE

Wprowadzenie.....	3
Nasz biznes.....	5
Together Towards ZERO.....	6

NASZE AMBICJE



ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO	8
-----------------------------------	----------



ZERO MARNOWANIA WODY	22
-----------------------------------	-----------



ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU	33
--	-----------



ZERO WYPADKÓW	41
----------------------------	-----------

DODATKOWE INFORMACJE

NASI PRACOWNICY	50
------------------------------	-----------

ODPOWIEDZIALNY BIZNES

Zarządzanie odpowiedzialnym biznesem.....	70
Jakość i ciągłe doskonalenie.....	75
Etyka.....	78
Zaangażowanie społeczne.....	80

CARLSBERG POLSKA

Nasze Marki.....	87
Wpływ na otoczenie.....	88
Nasza historia.....	90
Moc nagród.....	91
Struktura zarządcza.....	93

Realizacja celów zrównoważonego rozwoju.....	94
--	----

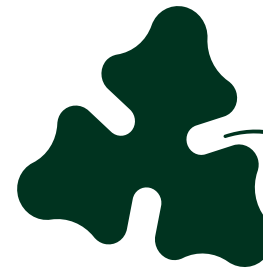
INDEKS GRI	95
-------------------------	-----------

METODOLOGIA, ZAKRES I WERYFIKACJA

Niniejszy Raport opisuje istotne kwestie społeczne, etyczne i środowiskowe za rok budżetowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2020 r. Zakres obejmuje dane dotyczące Carlsberg Polska, w tym browarów w Brzesku, Sierpcu, Szczecinie, centrali w Warszawie oraz regionalnych biur sprzedaży w różnych częściach Polski.

W pierwszej części Raportu przedstawiamy naszą strategię biznesową SAIL'22, w skład której wchodzi globalny program zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO. Druga część opisuje nasze wyniki w odniesieniu do czterech ambicji programu Together Towards ZERO, prezentując jednocześnie wybrane przykłady projektów i rozwiązań. Trzecia sekcja zawiera informacje, które dotyczą naszej firmy, pracowników i odpowiedzialnego zarządzania biznesem.

Raport został opracowany zgodnie z wytycznymi GRI Standards na poziomie CORE. W porównaniu do poprzedniego raportu nie zaszły znaczące zmiany związane z zakresem tematycznym raportu, okresem raportowania i metodyką mierzenia wybranych wskaźników, bazujących na wspólnym dla Grupy Carlsberg systemie ENABLON. Raport nie został poddany zewnętrznej weryfikacji.



LIST OD PREZESA GRUPY

2020 był rokiem pełnym wyzwań dla naszej firmy, naszych klientów i pracowników na świecie. Dobre wyniki osiągnęliśmy na przestrzeni kilku poprzednich lat daty naszej Grupy odporność i zapewniły ciągłość działania.

Chciałbym podziękować całemu zespołowi i każdemu z osobna za nieustanne wspieranie naszego biznesu i klientów w tych niełatwych czasach. Przez ten rok, choć głównym priorytetem było dla nas zdrowie pracowników, podejmowaliśmy niezbędne działania, aby zabezpieczyć kondycję finansową Grupy oraz zapewnić długoterminowe możliwości wzrostu w przyszłości.

Zwiększyliśmy nasze wsparcie dla lokalnych społeczności, w tym dla mocno poszkodowanej branży hotelarskiej. Przekształciliśmy też linie produkcyjne, aby pomóc zaspokoić niebywałe zapotrzebowanie na żele antybakteryjne do rąk. Carlsberg Foundation wraz z Ny Carlsberg Foundation i Tuborg Foundation przekazały 956 milionów duńskich koron na wsparcie badań, sztuki, kultury i społeczeństwa obywatelskiego, w tym 109 milionów duńskich koron na walkę z COVID-19.

Nasza misja to warzenie dla lepszego dziś i jutra. Pomimo ogromnego i bezpośredniego zagrożenia dla ludzkiego zdrowia, odważę się zauważyć, że globalna pandemia wzmocniła

ukierunkowanie świata na długoterminowy, zrównoważony rozwój planety.

Mamy ambitne cele ograniczenia emisji dwutlenku węgla i marnowania wody wynikające z naszej strategii Together Towards ZERO. Jesteśmy na dobrej drodze, aby osiągnąć nasze cele zakładane na 2022 rok. Nie pozwolimy, aby COVID-19 nam w tym przeszkodził. Od 2015 roku ograniczyliśmy emisję CO₂ w naszych browarach o 39% oraz zużycie wody – o 18% na każdy wyprodukowany hektolitr piwa.

Od 2015 do 2019 roku ograniczyliśmy emisję CO₂ typu „beer in hand” o 7%. Realizacja tych celów umożliwi w przyszłości minimalizowanie ryzyka wynikającego m.in. ze zmian klimatycznych. Odgrywa ona także kluczową rolę w osiągnięciu sukcesu zarówno dziś i jutro, nie tylko dzięki zarządzaniu ryzykiem biznesowym, ale również poprzez tworzenie nowych możliwości rozwoju.

Chcemy, aby konsumenci korzystali z naszych produktów odpowiedzialnie. Już teraz, z dwuletnim wyprzedzeniem, osiągnęliśmy nasz cel zamieszczenia informacji o odpowiedzialnym spożywaniu alkoholu na każdym opakowaniu. Rosnąca oferta piw bezalkoholowych doprowadziła do dwucyfrowego wzrostu wyników sprzedaży, gdyż coraz więcej osób w następstwie

pandemii przechodzi na zdrowszy styl życia. Nasz sukces zależy od pracowników. Wspierając zespół w wyzwaniach związanych z pracą w czasie pandemii, zwiększyliśmy nasze wysiłki w kierunku bezpiecznych zachowań, a liczba wypadków zmniejszyła się o 19% w 2020 roku.

Grupa Carlsberg została założona ponad 170 lat temu z silnym poczuciem odpowiedzialności społecznej. Jestem przekonany, że postęp we wdrażaniu Together Towards ZERO pomoże nam w dalszym warzeniu dla lepszego dziś i jutra, w czasie odbudowy świata po COVID-19.

Cees 't Hart
prezes Grupy Carlsberg



SZANOWNI PAŃSTWO,

Oddajemy w Państwa ręce Raport Zrównoważonego Rozwoju Carlsberg Polska za rok 2020. To już nasz piąty raport opisujący cele, działania i wyniki w obszarze oddziaływania firmy na środowisko, społeczeństwo i gospodarkę.

Rok 2020 był dla nas wszystkich wyjątkowy i trudny. Wybuch pandemii wymusił na nas sprawne przystosowanie się do nowych okoliczności. Naszym nadrzędnym celem w tym okresie było zapewnienie bezpieczeństwa załogi i utrzymanie ciągłości biznesu. Dzięki ogromnemu zaangażowaniu i zdyscyplinowaniu pracowników wprowadziliśmy o czasie wszystkie nowości produktowe na sezon 2020, a nasze browary działały nieprzerwanie, umożliwiając pomyślne zakończenie roku.

W trudnym czasie pandemii zadbałszy nie tylko o bezpieczeństwo pracowników, ale też o ich zdrowie psychiczne i wellbeing. Wdrożyliśmy m.in. dodatkowe szkolenia „Zdrowa Równowaga” i „Rozwojowe Środy” prowadzone przez trenerów, psychologów i terapeutów.

Równoległe z troską o pracowników, zatroszczyliśmy się o partnerów handlowych – zwłaszcza o gastronomię, szczególnie dotkniętą przez lockdowny. Na własny koszt odebraliśmy od naszych klientów i zutylizowaliśmy piwo, które nie zostało sprzedane i dostarczaliśmy

gratisowe produkty bezalkoholowe wzmacniające ofertę sprzedaży posiłków na wynos. Tych działań było wiele. Jesteśmy też częścią społeczności lokalnych i wspieramy je od lat m.in. przez programy grantowe. W porozumieniu z lokalnymi władzami przekazaliśmy szpitalom w miastach, w których mamy browary po 200 tys. złotych na zakup sprzętu potrzebnego do walki z pandemią.

W Raporcie skupiamy się też na przedstawieniu wyników realizacji grupowej strategii zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO w Polsce. Obejmuje ona cztery priorytety, z jasno określonymi ambicjami: ZERO śladu węglowego, ZERO marnowania wody, ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu i ZERO wypadków w naszych browarach, które są zgodne z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDGs). Realizowane w browarach inwestycje, przyczyniły się do redukcji emisji CO₂ w 2020 roku w porównaniu do 2019 o 6,7 proc. Zmniejszyliśmy też zużycie energii elektrycznej i energii cieplnej o 5,6 proc. Ograniczanie zużycia wody przyniosło nie tylko inwestycje, ale i inicjatywę pracowników. W 2020 roku średnie zużycie wody wyniosło 2,66 hl/hl gotowego piwa, w 2019 było to 2,9 hl/hl. Niestety odnotowaliśmy osiem wypadków ze zwolnieniem lekarskim w porównaniu do dziewięciu w 2019. W obszarze odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu, w ramach współpracy ze Związkiem „Browary Polskie” i podejmując

własne inicjatywy, adresujemy nasze działania w szczególności do kierowców, kobiet w ciąży, osób niepełnoletnich oraz sprzedawców. Przeprowadziliśmy m.in. 4. edycję programu edukacyjno-społecznego „Trzeźwo myślę”.

To tylko niektóre dane, jakie zawiera niniejszy Raport. Gorąco zachęcam do lektury. Mam nadzieję, że pozwoli ona Państwu uzyskać więcej informacji o naszym podejściu do zrównoważonego rozwoju. Jest to dla mnie osobiście ważne zagadnienie. Wynika z przekonania, iż tylko działalność biznesowa prowadzona z poszanowaniem środowiska i uwzględniająca interesy społeczne przynosi długofalowo pozytywne wyniki i ugruntowuje stabilną pozycję firmy.

Z najlepszymi życzeniami,
Mieszko Musiał
prezes zarządu Carlsberg Polska



NASZ BIZNES

Grupa Carlsberg to jedna z największych grup browarniczych na świecie. W 2020 roku wyprodukowaliśmy prawie 117 milionów hektolitrów (hl) jakościowych piw i napojów.

Nasze ponad 100 marek konsumenckich obejmuje międzynarodowe marki premium, takie jak Carlsberg, Grimbergen, 1664 i Tuborg, a także silne marki lokalne. Chociaż ogólna wielkość sprzedaży piwa w 2020 roku spadła ze względu na wpływ różnych ograniczeń wynikających z pandemii COVID-19, zwiększyliśmy wolumeny sprzedaży piw rzemieślniczych i specjalistycznych o 1%, a piw bezalkoholowych o 11%.

Ponad 40 000 pracowników Grupy Carlsberg pomaga produkować, transportować i sprzedawać nasze piwo. Posiadamy 88

oddziałów w Europie i Azji. Nasze produkty trafiają do konsumentów w ponad 100 krajach na całym świecie poprzez sprzedaż krajową, eksport i umowy licencyjne.

Dostarczamy wartość naszym akcjonariuszom i społeczeństwu oraz wspieramy zrównoważony rozwój poprzez wkład, jaki wnosimy do gospodarek na całym świecie (patrz poniższa grafika). Jednym z naszych akcjonariuszy jest Carlsberg Foundation. Założona w 1876 roku Carlsberg Foundation jest jedną z najstarszych fundacji

korporacyjnych na świecie. Prezes Fundacji jest także przewodniczącym rady nadzorczej.

Fundacja jest większościowym udziałowcem Grupy Carlsberg i wykorzystuje swoje dywidendy dla szerokich korzyści społecznych. W 2020 roku Carlsberg Foundation wraz z New Carlsberg Foundation i Tuborg Foundation przyznały 956 mln DKK na wsparcie badań naukowych, sztuki, kultury i społeczeństwa obywatelskiego, w tym ponad 109 mln DKK na pomoc w walce z COVID-19.



Pozyskiwanie surowców:

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

Warzenie i butelkowanie:

Warzymy i butelkujemy 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 hurtownie, sklepy handlu tradycyjnego i nowoczesnego, aż po branżę HORECA.

Konsumenci:

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



**WARTOŚĆ DLA
SPOŁECZEŃSTWA**

40.000+
pracowników

1,09 mln
dodatkowych miejsc pracy stworzonych
w ramach łańcucha wartości

38 mld DKK
kontrybucji podatkowej w krajach,
w których prowadzimy działalność

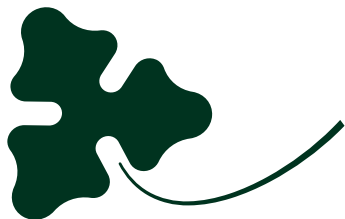
85 mld DKK
całkowitej wytworzonej
wartości ekonomicznej

TOGETHER TOWARDS ZERO

W Grupie Carlsberg warzymy dla lepszego dziś i jutra. To nasza misja.

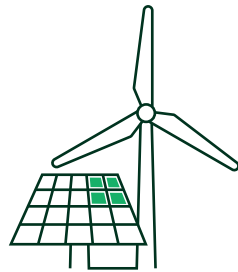
Działamy od ponad 170 lat. Prowadzenie biznesu w sposób odpowiedzialny i zrównoważony pomaga nam w osiągnięciu celów naszej strategii biznesowej SAIL'22, dostarczeniu wartości dla udziałowców i społeczeństwa oraz kontynuowaniu działalności przez kolejne lata.

Program Together Towards ZERO pomaga nam łagodzić skutki długoterminowych ryzyk i budować odporność organizacji, a także stawiać czoło globalnym wyzwaniom, takim jak zmiany klimatu, niedobór wody i problemy zdrowia publicznego. Umożliwia nam również wykorzystywanie możliwości, odpowiadając na rosnące potrzeby konsumentów w zakresie bardziej zrównoważonych i zdrowszych produktów.



Program określa nasze cztery ambicje zrównoważonego rozwoju:

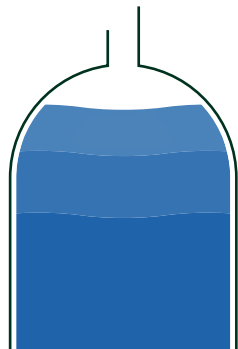
- 🍷 ZERO śladu węglowego;
- 🍷 ZERO marnowania wody;
- 🍷 ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji;
- 🍷 ZERO wypadków.



ZERO
ŚLADU
WĘGLOWEGO



ZERO
NIEODPOWIEDZIALNEJ
KONSUMPCJI ALKOHOŁU



ZERO
MARNOWANIA
WODY



ZERO
WYPADKÓW



Są to obszary określone w procesie oceny istotności (materiality assessment), w których poprzez naszą działalność i partnerstwa, możemy mieć największy wpływ na zrównoważony rozwój. Nasze ambicje i cele zostały opracowane we współpracy z wiodącymi, światowymi ekspertami z WWF oraz Carbon Trust. Są zgodne z Celami Zrównoważonego Rozwoju – ONZ (SDGs) oraz zatwierdzone przez Science Based

Targets Initiative (SBTi). Tak sformułowane cele mają wypełnić zobowiązania wynikające z Porozumienia Paryskiego w sprawie zmian klimatu i ograniczyć globalny wzrost temperatury do 1,5°C do końca obecnego stulecia.

Współpracujemy z dostawcami, organizacjami pozarządowymi i innymi podmiotami z branży, aby wspólnie dążyć do celów Together

Towards ZERO. Pełne zaangażowanie Grupy Carlsberg w odpowiedzialne prowadzenie działalności biznesowej stanowi podstawę postępu we wszystkich czterech priorytetowych obszarach.



WARZYMY DLA LEPSZEGO DZIŚ I JUTRA

Misja

SAIL'22 priorytety

- Wzmocnić pierwszą i drugą pozycję na rynku
- Skoncentrować się na wzroście
- Stworzyć kulturę zwycięstwa
- Zapewnić najwyższą jakość działania

Program zrównoważonego rozwoju

Priorytety zrównoważonego rozwoju

Cele 2030 r.

Wyniki Grupy Carlsberg w 2020 r.

Cele 2022 r.

Podstawy

TOGETHER TOWARDS ZERO

	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			
	39% redukcji od 2015 r.	7% redukcji w latach 2015-2019	18% redukcji od 2015 r.	Gotowa ocena ryzyka, rozpoczynamy budowę partnerstw	11% dynamiki wzrostu sprzedaży piw bezalkoholowych	22,5 mln osób - zasięg działań promocji odpowiedzialnej konsumpcji	116 wypadków ze zwolnieniem w 2020 r.	63% 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 CO₂ 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 CO₂									



ODPOWIEDZIALNY BIZNES

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



ZERO
ŚLADU
WĘGLOWEGO



0 ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO

CELE 2030

ZERO

EMISJI DWUTLENKU WĘGLA W BROWARACH GRUPY

30%

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

CELE 2022

50%

REDUKCJI EMISJI DWUTLENKU WĘGLA W NASZYCH BROWARACH

100%

ENERGII ELEKTRYCZNEJ Z ODNAWIALNYCH ŹRÓDEŁ W NASZYCH BROWARACH GRUPY

ZERO

ZASTOSOWANIA WĘGLA W NASZYCH BROWARACH

15%

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

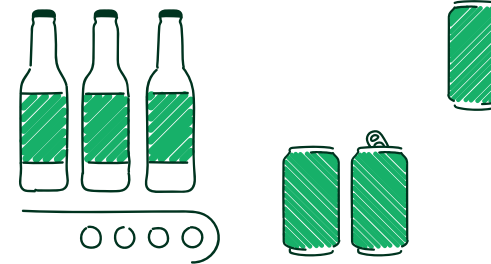
100%

100% NOWEGO SPRZĘTU CHŁODNICZEGO O NISKIEJ EMISYJNOŚCI CO₂

CARLSBERG POLSKA

91%

butelek zwrotnych zostało ponownie napełnionych piwem



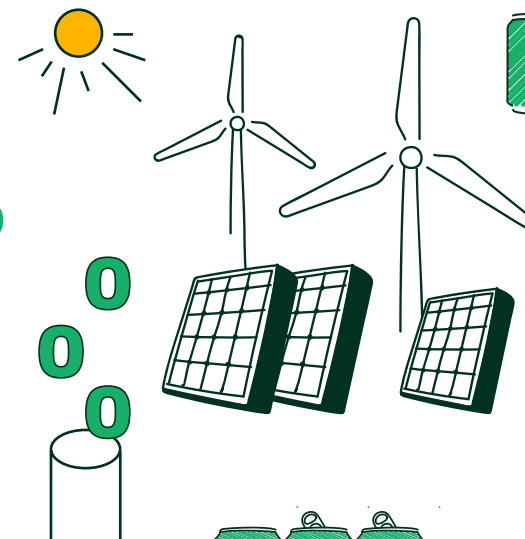
ok. 50%

udział puszek produkowanych z cieńszej blachy



5,6%

spadek zużycia energii cieplnej i elektrycznej (2020/2019)

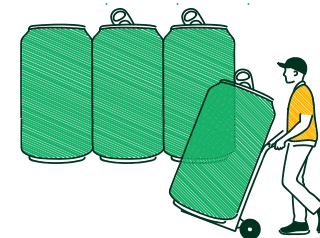


ok. 390

ton redukcji emisji CO₂ w wyniku zwiększania efektywności sieci logistycznej

6,7%

spadek poziomu emisji CO₂ (2020/2019)



Redukcja emisji CO₂ na poziomie

160

ton roczne oszczędności dzięki zwiększeniu do 8 warstw puszek na palecie.



Świat mierzy się z kryzysem klimatycznym, który stanowi zagrożenie dla ludzi, środowiska i naszego biznesu.

Rządy, przedsiębiorstwa i jednostki muszą natychmiast podjąć działanie, aby zapobiec najgorszym konsekwencjom zmian klimatycznych. Jesteśmy zdeterminowani, aby mieć w tym udział poprzez ograniczenie śladu węglowego naszych operacji i całego łańcucha wartości.

Nasze ambitne cele zatwierdzone przez inicjatywę Science Based Targets w 2017 roku, są oparte na nauce o zmianach klimatycznych i mają na celu zatrzymanie globalnego ocieplenia na poziomie 1.5°C.

W 2020 roku dołączyliśmy do innych wiodących firm wywierając nacisk na rządy, aby mieć pewność, że ich wysiłki w zwalczaniu COVID-19 są zgodne z założeniami Porozumienia Paryskiego o zatrzymaniu globalnego ocieplenia na poziomie 1.5°C. Zaapelowaliśmy do przywódców Unii Europejskiej o osiągnięcie celu ograniczenia emisji dwutlenku węgla o 55% do 2030 roku.

Poza naszymi własnymi operacjami, pracujemy z partnerami, którzy dostarczają nam surowce, opakowania, usługi logistyczne i chłodnicze. Razem wspieramy zrównoważone rolnictwo, zmieniając transport i chłodzenie

na niskoemisyjne. Pogodowe ekstrema i zmieniające się wzorce opadów, jako rezultat zmian klimatycznych stwarzają bezpośrednie ryzyko dla naszych operacji browarniczych oraz dla upraw i wody, których potrzebujemy, aby wytwarzać nasze produkty.

W tym roku Grupa Carlsberg dołączyła do grupy zadaniowej Task Force on Climate-related Financial Disclosures. Stosujemy się do ich zaleceń, aby lepiej rozumieć i raportować ryzyka klimatyczne. Ponadto, zostaliśmy uwzględnieni w rankingu globalnych liderów CDP (Carbon Disclosure Project) pod względem jawności oraz działań w zakresie ryzyk i szans klimatycznych.

ŚLAD WĘGLOWY W GRUPIE CARLSBERG

Pierwszy raz podjęliśmy się zmierzenia naszego globalnego śladu węglowego w 2016 roku. Wyniki badań przeprowadzonych pod czujnym okiem ekspertów z Carbon Trust stały się filarem opracowania strategii Together Towards ZERO. Dane za rok 2015 są naszym rokiem bazowym, do którego odnoszą się wszystkie nasze cele.

Od tego czasu poprawiamy wyniki, sukcesywnie obniżamy emisję i udoskonalamy procesy zarządzania. W 2020 roku przeprowadziliśmy kolejny pomiar śladu węglowego we wszystkich krajach, w których

prowadzimy działalność. Badania były prowadzone zgodnie z wytycznymi Komisji Europejskiej, Greenhouse Gas Protocol i najlepszymi praktykami.

Projekt uwzględniał również dogłębną weryfikację dostępnych danych. Dobra jakość danych, szczególnie z naszego łańcucha dostaw jest niezbędna, aby zidentyfikować kluczowe obszary i opracować plan działań, który umożliwi realizację naszych celów.

CO OZNACZA „ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO”?

Emisja browarów:

Do 2030 roku chcemy wyeliminować emisję dwutlenku węgla w naszych 88 lokalizacjach (browary i słodownie). Aby osiągnąć ten cel poprawiamy wydajność produkcji, dążymy do zmniejszenia emisji o połowę na każdy hektolitr wyprodukowany w naszych 86 lokalizacjach – uwzględniając browary, wytwórnie napojów bezalkoholowych i wody, jednakże wyłączając słodownie.

Oba cele uwzględniają emisję CO₂ w tzw. Scope 1 i 2. Nie dotyczą własnej logistyki i dystrybucji, które są zawarte w celu emisji typu beer-in-hand.

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 słodowania surowców; warzenia; pakowania; dystrybucji i chłodzenia naszych produktów oraz utylizacji naszych opakowań po użyciu.



NASZE WYNIKI ZA 2020 ROK

6,7%

spadek emisji CO₂
(2020/2019)

5,6%

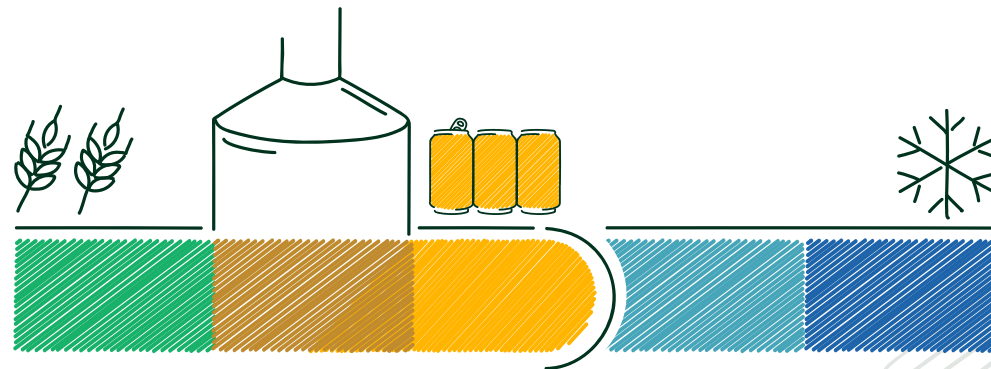
spadek zużycia energii cieplnej
i elektrycznej (2020/2019)

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

Procentowy udział emisji typu
beer-in-hand w 2020 r.

CAŁKOWITE ZUŻYCIE ENERGII ORAZ EMISJA CO₂ W CARLSBERG POLSKA

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



Rolnictwo i przetwarzanie

Warzenie
i produkcja
naszych
produktów

29%

Browary

Uprawa i przet-
warzanie surowców

9%

Materiały opakowaniowe

Warzenie
i produkcja
naszych
produktów

36%

Transport i dystrybucja

Produkcja i uty-
lizacja materiałów
opakowaniowych

14%

Chłodzenie

Dystrybucja
produktów do
konsumentów

12%



Carlsberg w ramach programu „Together Towards ZERO” rozwija i propaguje metody oraz działania dotyczące nieustającej pracy nad optymalizacją i minimalizacją zużycia mediów energetycznych w procesach produkcji piwa oraz infrastruktury browarów, magazynów i logistyki, a także obejmuje wspólne dyskusje nad dobrymi praktykami pozwalającymi osiągać te same efekty przy jednoczesnym zmniejszeniu zużycia energii. **W rezultacie poprawiamy naszą efektywność energetyczną z korzyścią zarówno dla nas, jak i przyszłych pokoleń.**

Marek Stachowicz,
menedżer ds. projektów infrastruktury
w Browarze Okocim



BROWAR OKOCIM

2020 rok w Browarze Okocim to realizacja wielu działań, inwestycji i modernizacji skutkujących ograniczeniem zużycia energii cieplnej i elektrycznej, co przełożyło się na spadek poziomu emisji CO₂.

W szczególności należy wymienić projekty takie jak uruchomienie nowej kotłowni na biogaz na oczyszczalni ścieków, obniżenie strat energii cieplnej na kotłowni dzięki modernizacji instalacji powrotu kondensatu, wymiana izolacji ciepłochronnej na instalacji pary i kondensatu, czy modernizacja instalacji pompowych (wymiana pomp).

W 2020 roku ograniczono zużycie energii cieplnej o 4,3 proc., porównując do 2019 roku (14,1 kWh/hl w 2020 w porównaniu do 14,7* kWh/hl w 2019r.). Zużycie energii elektrycznej zostało zmniejszone w 2020 o 5,1 proc. w stosunku do 2019 roku i wynosiło 5,8 kWh/hl (w porównaniu do 6,1 kWh/hl w 2019r.).

5,8%

**spadek emisji CO₂
(2020/2019)**

4,3%

**spadek zużycia energii cieplnej
(2020/2019)**

5,1%

**spadek zużycia energii elektrycznej
(2020/2019)**

CAŁKOWITE ZUŻYCIE ENERGII ORAZ EMISJA CO₂ W BROWARZE OKOCIM

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ENERGIA (kWh/hl)	21,83	21,8	21,51	21,3	20,83	19,89
CO₂ (kg CO₂/hl)	3,4	3,4	3,29	3,16	3,08	2,9

OSIĄGNIĘCIA 2020

Uruchomienie kotłowni na biogaz na oczyszczalni ścieków.

Modernizacja instalacji kondensatu na browarze – likwidacja zbiorników kondensatu, wykorzystanie ciepła rozprężania kondensatu w produkcji piwa, modernizacja izolacji rurociągów zrealizowano.

Wymiana sprężarki amoniakalnej na typ o wyższej sprawności.

PLANY 2021

Odzysk ciepła z rozprężania kondensatów parowych na wybranych instalacjach.

Budowa instalacji kogeneracji na oczyszczalni ścieków z wykorzystaniem biogazu do produkcji energii elektrycznej.

Modernizacja instalacji napowietrzania ścieków na mniej energochłonną.

Wymiana oświetlenia zewnętrznego oraz w niektórych pomieszczeniach na LED.

W 2020 ROKU DODATKOWO ZREALIZOWALIŚMY NASTĘPUJĄCE DZIAŁANIA

Energia cieplna:

- ❖ Izolacja kolektorów pary na pakowaniu.
- ❖ Modernizacja centralnego ogrzewania w budynku centrum energetycznego.
- ❖ Montaż barbotażu na rurach powrotu kondensatu w zbiorniku kondensatu w kotłowni.

Energia elektryczna:

- ❖ Izolacja wymienników ciepła.
- ❖ Wymiana sprężarki amoniaku na efektywniejszą.
- ❖ Wymiana zespołów pomp glikolu, wody na pompy o wyższej sprawności.
- ❖ Wymiana oświetlenia na LED na dziale pakowania wraz z pomieszczeniami socjalnymi – otrzymaliśmy białe certyfikaty z URE.

Wymierne efekty
Osiągnęliśmy oszczędności:

344 MWh

rocznie dzięki wymianie pomp
w instalacjach infrastruktury na mniej
energochłonne.

640 MWh

rocznie dzięki modernizacji instalacji
kondensatu na browarze; likwidacji
zbiorników kondensatu oraz
modernizacji izolacji rurociągów.

Instalacja biogazu

Na oczyszczalni ścieków w Brzesku uruchomiliśmy w 2020 roku instalację odzysku biogazu oraz kotłownię biogazową. Inwestycja ma na celu wykorzystanie biogazu powstającego z procesu fermentacji osadów ściekowych na Oczyszczalni Ścieków w Wydzielonych Komorach Fermentacyjnych.

Biogaz zasila kotły wodne podgrzewające wodę do celów technologicznych i ogrzewania pomieszczeń, eliminując tym samym spalanie paliw kopalnych. Szacowana średniodobowa ilość powstającego biogazu pokrywa w 100% zapotrzebowanie Oczyszczalni Ścieków na ogrzewanie instalacji i budynków. Zmiana sposobu ogrzewania komór z kotłowni węglowej, w której dotychczas spalano około 270–300 Mg/rok koksu pozwoliła wyeliminować całkowicie ten rodzaj paliwa. Dodatkowo na oczyszczalni ścieków wyłączone z eksploatacji kotłownię na gaz płynny propan butan do ogrzewania budynku biurowego i laboratorium, który podłączono do sieci CO zasilanej z kotłowni opalanej biogazem.



Po półrocznym okresie eksploatacji odzyskaliśmy prawie 270 tys. m³ biogazu. Około 70% wykorzystujemy na bieżąco, natomiast pozostałe 30% stanowi rezerwę, którą planujemy wykorzystać w celu pozyskania energii elektrycznej z procesu kogeneracji.

Michał Turlej,
kierownik oczyszczalni ścieków, Browar Okocim



BROWAR BOSMAN

Rezultaty jakie osiągnęliśmy w Browarze Bosman w 2020 roku to pokłosie zmian organizacyjnych – rozbudowy, nowych instalacji i technologii wdrożonych w ramach Projektu GRYF realizowanego w poprzednich latach.

Po pracach rozruchowych zrealizowanych w 2019 roku powodujących wzrosty wskaźników zużycia mediów, w 2020 roku widać już było wyraźnie efekty optymalizacji i redukcji.

W 2020 roku ograniczono zużycie energii cieplnej o 11,75%, porównując do 2019 roku (15,47 kWh/hl w 2020 w porównaniu do 17,53 kWh/hl w 2019r.). Zużycie energii elektrycznej zostało zmniejszone w 2020 o 12,4% proc. w stosunku do 2019 roku i wynosiło 6,91 kWh/hl (w porównaniu do 7,89 kWh/hl w 2019r.).

Wśród działań zrealizowanych w 2020 roku warto wspomnieć o dalszych optymalizacjach pracy urządzeń, wymianie oświetlenia na oświetlenie LED, wyposażone w czujniki ruchu, modernizacji izolacji rurociągów technologicznych, zmiana technologii CIP. Analizujemy zakup dodatkowej sprężarki, aby móc prowadzić odzysk CO₂ w szczytowych momentach produkcji gazu. Oceniamy również możliwości i opłacalności montażu wieży chłodniczej na pasteryzatorze puszki.

12%

spadek emisji CO₂ (2020/2019)

11,75%

spadek zużycia energii cieplnej (2020/2019)

12,4%

spadek zużycia energii elektrycznej (2020/2019)

CAŁKOWITE ZUŻYCIE ENERGII ORAZ EMISJA CO₂ W BROWARZE BOSMAN

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ENERGIA (kWh/hl)	21,58	22,16	22,76	21,3	25,42	22,38
CO₂ (kg CO₂/hl)	3,08	3,15	3,26	3,16	3,54	3,12

OSIĄGNIĘCIA 2020

Montaż i uruchomienie instalacji do demineralizacji wody do kotłów parowych – ograniczenie zużycia gazu i wody.

Optymalizacja ruchu samochodów ciężarowych i transportu wewnętrznego na terenie Browaru Bosman – ograniczenie zużycia paliwa.

PLANY 2021

Modernizacja systemu pompowania kondensatu na warzelni.

Nawiązywanie współpracy z lokalnymi odbiorcami odpadów w celu ograniczenia emisji zanieczyszczeń do powietrza podczas ich transportu.



BROWAR KASZTELAN

Dobre wskaźniki zużycia mediów powodujące, iż Browar Kasztelan jest jednym z liderów wśród browarów Grupy Carlsberg, są wynikiem licznych modernizacji i inwestycji zrealizowanych w poprzednich latach. 2020 był kolejnym rokiem, w którym poprawiliśmy nasze wskaźniki ograniczając wpływ na środowisko. Ograniczyliśmy emisje CO₂ poprzez obniżenie zużycia ciepła na hektolitr wyprodukowanego piwa.

Podczas procesu produkcji piwa powstaje wiele ciepła odpadowego. W innych procesach natomiast musimy dostarczyć ciepło. Rozpoczęliśmy projekt odzysku wytworzonego ciepła odpadowego, które chcielibyśmy wykorzystać w rejonie pakowania piwa do wytwarzania wody gorącej oraz podgrzewania piwa.

Ograniczono zużycie energii cieplnej o 7,4 proc., porównując do 2019 roku (9,99 kWh/hl w 2020 w porównaniu do 10,792 kWh/hl w 2019r.). Zużycie energii elektrycznej zostało zmniejszone w 2020 o 2,3 proc. w stosunku do 2019 roku i wynosiło 4,29 kWh/hl (w porównaniu do 4,39 kWh/hl w 2019r.).

7,3%

**spadek emisji CO₂
(2020/2019)**

7,4%

**spadek zużycia energii cieplnej
(2020/2019)**

2,3%

**spadek zużycia energii elektrycznej
(2020/2019)**

CAŁKOWITE ZUŻYCIE ENERGII ORAZ EMISJA CO₂ W BROWARZE KASZTELAN

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
ENERGIA (kWh/hl)	16,5	17,16	17,05	15,76	15,18	14,28
CO₂ (kg CO₂/hl)	2,4	2,49	2,51	2,28	2,18	2,02

OSIĄGNIĘCIA 2020

Poprawa efektywności energetycznej (odzysk ciepła)

PLANY 2021

Kolejne projekty wykorzystania ciepła odpadowego z produkcji

Wymiana oświetlenia na efektywniejsze typu LED

Uruchomienie nowej myjki butelek

Modernizacja i optymalizacja podgrzewacza brzożki



W 2020 ROKU DODATKOWO ZREALIZOWALIŚMY NASTĘPUJĄCE DZIAŁANIA

Energia cieplna:

- ❖ Rozpoczęcie projektu wykorzystania ciepła odpadowego pochodzącego z procesu w obszarze pakowania.
- ❖ Modernizacja instalacji kondensatu.
- ❖ Zwiększenie efektywności linii produkcyjnych w kotlewni.

Energia elektryczna:

- ❖ Wymiana części napędów elektrycznych na bardziej efektywne energetycznie w obszarze pakowania.
- ❖ Modernizacja skraplaczy.
- ❖ Wzrost efektywności linii produkcyjnych.

Planowane działania/projekty na rok 2021/2022:

- ❖ Zwiększenie powrotu kondensatu/modernizacja instalacji.
- ❖ Wymiana odzłaziaczy na SUW.
- ❖ Wymiana części transformatorów.
- ❖ Wymiana/optimalizacja wentylacji na linii butelkowej.



Ograniczenie emisji CO₂ jest obok zużycia wody kluczowym działaniem. Oprócz działań optymalizacyjnych jak modernizacja instalacji cieplnej, poprawa izolacji termicznej, rozpoczęliśmy projekt odzysku ciepła odpadowego z warzelni, które chcemy wykorzystać w obszarze pakowania piwa.

Jacek Turowski,
kierownik infrastruktury w Browarze Kasztelan



REDUKCJA NASZEJ EMISJI TYPU „BEER-IN-HAND”

Redukcja emisji dwutlenku węgla typu beer-in-hand w łańcuchu wartości obejmuje nasze działania w zakresie magazynowania i logistyki, współpracy z partnerami handlowymi oraz gospodarkę opakowaniową.

OPAKOWANIA

Gospodarka opakowaniowa zaczyna się od pomysłu – składu, materiału, wykonania, poprzez produkcję, dystrybucję, użytkowanie przez klientów i konsumentów, skończywszy na utylizacji bądź ponownym wykorzystaniu. Każda zmiana formy, rodzaju czy grubości opakowania musi przejść analizę wpływu na środowisko w każdym z tych etapów.

Puszki

Od lat systematycznie ograniczamy wagę puszek poprzez zmniejszanie grubości ścianki puszki oraz średnicy szyjki, uzyskując w rezultacie niższy poziom emisji podczas transportu. W 2020 roku zwiększyliśmy udział puszek produkowanych z cieńszej blachy, wynosić on ok. 50% w porównaniu w 2019 r. kiedy było to ok. 33%.

Butelki

Analogicznie ograniczyliśmy grubość szkła w butelkach zwrotnych 0,5l do 303 gramów obecnie w porównaniu do 320 gramów w 2016 roku. Zwiększa nam się udział lżejszego wariantu tej butelki w rynku. Niemal 38 proc. naszego piwa w opakowaniach detalicznych (liczone wolumenem sprzedaży) to butelki

zwrotne. Natomiast w 2020 roku 91% butelek zwrotnych w Carlsberg Polska było ponownie napełnionych piwem i wracają na rynek.

Folia wielopakowa

Folia, której używamy do wielopaków piw, podlega odchudzaniu, ograniczaniu oraz jest stopniowo zastępowana folią pochodzącą w 100% z odzysku. Na skutek redukcji długości folii używanej do wszystkich foliopaków puszkowych 0,5l zmniejszyliśmy zużycie folii o ok 2,5%. Zmniejszyliśmy grubość części folii wielopakowych redukując znacznie zużycie folii (w przypadku niektórych produktów nawet o 10%).

Etykiety butelkowe

Zmniejszyliśmy format etykiet na wybranych markach dzięki czemu zużywane jest mniej papieru oraz mniej kleju do etykiet. Rozpoczęliśmy również wdrażanie na etykietach farb z certyfikatem ekologicznym Cradle to Cradle Certified®.

MAGAZYNOWANIE

Magazynowanie produktów i opakowań to kolejna przestrzeń do optymalizacji i minimalizacji naszego wpływu na otoczenie. Koncentrujemy się tu na trzech aspektach.

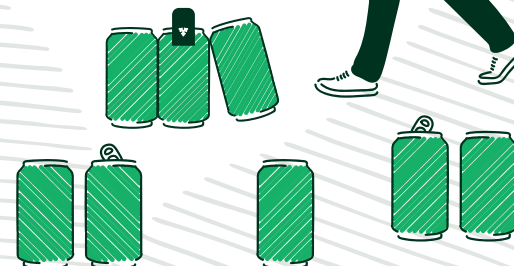
Organizacja pracy

Kluczem jest tu organizacja składów magazynowych, transportów i procesów pakowania oraz składowania. Celem jest

usprawnianie ruchu pojazdów oraz zwiększanie powierzchni magazynowych. Wśród wdrożonych rozwiązań warto wspomnieć o:

- ▼ wdrożeniu automatycznego systemu kolejowania baterii FIFO (Firs In First Out), co znacząco przedłuża ich żywotność oraz ogranicza zużycie prądu,
- ▼ opracowaniu systemu buforowania i transportu palet z pustą butelką zwrotną z magazynów zewnętrznych do depaletyzerów w Browarze Okocim, uwalniając w ten sposób przestrzeń dla magazynu wyrobu gotowego.

ok. 50%
udział puszek
produkowanych
z cieńszej blachy

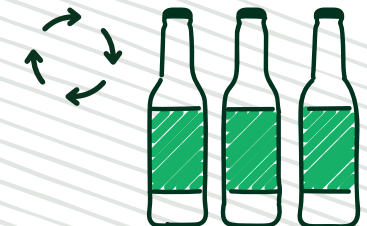


160 ton rocznie
redukcja emisji CO₂ – oszczędności dzięki
zwiększeniu do 8 warstw puszek na palecie

ok. 390 ton
redukcji emisji CO₂ w wyniku zwiększenia
efektywności sieci logistycznej



91%
butelek zwrotnych zostało ponownie
napełnionych piwem



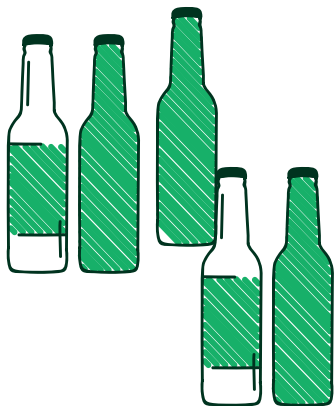
Inwestycje i nowe rozwiązania

W oparciu o analizę efektywności realizujemy projekty inwestycyjne w zakresie przestrzeni magazynowych, jak również inwestujemy w wybrane sprzęty i rozwiązania. Zrealizowane inwestycje obejmują:

- ❖ wymianę wózków widłowych na elektryczne oraz optymalizację ich liczby,
- ❖ montaż oświetlenia LED wraz z automatycznym sterowaniem na magazynie oraz na placach zewnętrznych,
- ❖ automatyzację linii przenośników, skutkującą zwiększoną pojemnością magazynową i ograniczeniem liczby wywozów produktów do magazynów zewnętrznych.

Zarządzanie powierzchnią magazynową

Rozwiązania w tym zakresie mają na celu zwiększanie dostępnej powierzchni magazynowej oraz redukcję transportów między magazynem zewnętrznym i danym browarem.



8 WARSTW PUSZEK NA PALECIE

Po kilku miesiącach skrupulatnych przygotowań wdrożyliśmy projekt wykorzystania wyższych palet z wyrobem gotowym puszek 0,5 litra, umożliwiający składowanie 8 warstw puszek na 1 palecie. Dzięki tej zmianie na pojedynczej palecie mieścimy teraz ponad 1 HL piwa więcej, a na aucie ponad 6 HL. Generuje to roczną redukcję CO₂ na poziomie 160 ton.



Po stronie magazynów wdrożenie 8-ej warstwy będzie skutkowało zredukowaniem o 12% ilości operacji wykonywanych przy paletach z puszką w transporcie wewnątrzmagazynowym. W składowaniu towaru w magazynie projekt jest neutralny (nie zwiększyliśmy liczby składowanych palet).

Marcin Będlin,
warehouse manager Poland



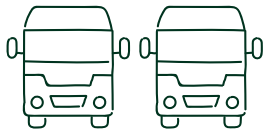
LOGISTYKA

W obszarze transportu produktów i opakowań nieustannie dążymy do optymalizacji liczby transportów, długości przejechanych tras jak również czasu załadunku i poziomu wypełnienia ciężarówek.



Kolejny rok konsekwentnie realizujemy zadania w już zdefiniowanych obszarach zwiększając efektywność operacji logistycznych. Optymalizacja procesów operacyjnych w transporcie i dystrybucji wpływa bezpośrednio na redukcję emisji dwutlenku węgla typu beer-in-hand w łańcuchu wartości. Poprawa efektywności w łańcuchu dostaw nie byłaby możliwa bez bliskiej współpracy z naszymi partnerami handlowymi oraz operatorami logistyczno-transportowymi.

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



Główne obszary optymalizacji procesów logistycznych wpływające na redukcję emisji CO₂:

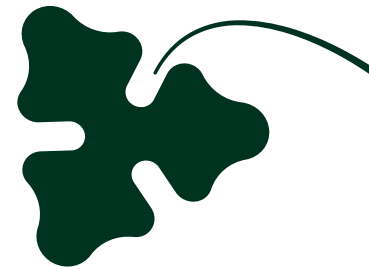
- ❖ Zwiększamy efektywność sieci logistycznej. Zmniejszamy ilość transportów pomiędzy magazynami i browarami dzięki optymalizacji alokacji produkcji oraz usprawnianiu procesu Sales & Operational Planning. Dzięki temu zredukowaliśmy emisję CO₂ o około 390 ton.
- ❖ Zwiększyliśmy wypełnienie ciężarówek. Analizujemy każde zlecenie, które wpłynęło od naszego klienta. Jeśli nie spełnia ono założonych i uzgodnionych z naszymi klientami minimów logistycznych – Dział Obsługi Klienta sprawdza możliwość zwiększenia zamówienia. Dzięki temu zwiększamy wypełnienie ciężarówek, ograniczamy ilość transportów i pustych przewozów.
- ❖ Zmiana paletyzacji piw w puszkach. Przez kilka miesięcy pracowaliśmy nad projektem wprowadzenia dodatkowej warstwy puszek do obecnego sposobu pakowania produktów.
- ❖ Poprawa efektywności zwrotów opakowań. Zwiększamy skalę pełno-pojazdowych odbiorów opakowań zwrotnych. Dzięki bardziej precyzyjnej informacji od klientów kierujemy transporty pustych opakowań bezpośrednio do właściwego browaru. Te optymalizacje zmniejszają emisję CO₂ o kolejne prawie 100 ton.
- ❖ Uruchomiliśmy dodatkowe odbiory własne z klientami. Realizacja odbiorów własnych zapewnia korzyści po obu stronach –

redukcja pustych kilometrów dla nas i naszych klientów.

- ❖ Skróciliśmy o około 50% w porównaniu z poprzednim rokiem czas obsługi ciężarówek w naszych browarach i magazynach. Krótszy czas obsługi to zaangażowanie mniejszej liczby środków transportu i w efekcie redukcja emisji CO₂. Analogiczne procesy skracania czasu rozładunku, eliminacji przestojów i poprawienia rotacji ciężarówek rozpoczęliśmy we współpracy z naszymi klientami.
- ❖ Faktury elektroniczne – 99% faktur od naszych partnerów logistycznych przychodzi tylko w wersji elektronicznej.

CHŁODZENIE

Z roku na rok sukcesywnie wymieniamy lodówki, które służą do chłodzenia produktów w sklepach naszych klientów. Podejmując decyzje zakupowe dokładnie analizujemy kryteria środowiskowe. W 2020 roku zakupiliśmy 12 769 lodówek. Wszystkie nowe lodówki są energooszczędne.



EMISJA ZWIĄZKÓW NO_x, SO_x I INNYCH ISTOTNYCH ZWIĄZKÓW EMITOWANYCH DO POWIETRZA

		OKOCIM		KASZTELAN		BOSMAN	
		2019	2020	2019	2020	2019	2020
		NO_x	kg	7168,8	6782,7	9 953,52	9 354
SO_x	kg	2390,69	1246,9	92,7	45	28,032	28,032
CO₂	kg	10 441 897,70	10 346 752,5	5 273 288,90	5 118 526	5 463 658,428	5 463 658,428
CO	kg	5376,95	2800,1	727,94	683	54,312	54,312
Pył	kg	3582,27	1214,7	71,44	37	28,908	28,908

POCHODNIA SPALANIA BIOGAZU

		OKOCIM		KASZTELAN*		BOSMAN	
		2019	2020	2019	2020	2019	2020
		NO_x	kg	281,7	132,97	Nie dotyczy	Nie dotyczy
SO_x	kg	1,32	0,62	Nie dotyczy	Nie dotyczy	315,36	315,36
CO	kg	70,42	6,65	Nie dotyczy	Nie dotyczy	-	-
Pył	kg	3,28	17,88	Nie dotyczy	Nie dotyczy	-	-

¹ Brak biogazu

OBJĘTOŚĆ WĘGLOWODORÓW SPALONYCH W POCHODNI NA WOLNYM POWIETRZU I WYPUSZCZONYCH DO ATMOSFERY

		OKOCIM		KASZTELAN*		BOSMAN	
		2019	2020	2019	2020	2019	2020
		Objętość gazów skierowanych do spalania	tys.m ³	401,5	344,6	Nie dotyczy	Nie dotyczy
Objętość gazów wypuszczonych do atmosfery	tys.m ³	0	0	Nie dotyczy	Nie dotyczy	0	0

CAŁKOWITA WAGA ODPADÓW WEDŁUG RODZAJU ODPADU*

		OKOCIM		KASZTELAN		BOSMAN	
		2019	2020	2019	2020	2019	2020
		Odpady niebezpieczne	Mg	6,158	3,05	0,006	7
Odpady bezpieczne	Mg	6005	12 192	8 110,9	7769	2368,573	3096,81

*Uwzględniono osady z oczyszczalni ścieków

CAŁKOWITA WAGA ODPADÓW WEDŁUG RODZAJU ODPADU

		OKOCIM		KASZTELAN		BOSMAN	
		2019	2020	2019	2020	2019	2020
Szkło	Mg	1643,97	2 281	886,4	1 010	540,1	887
Papier/ makulatura	Mg	856,31	750	528,5	654	242,84	456
Tworzywa sztuczne	Mg	239,2	261	115,4	105	85,3	129
Ziemia okrzemkowa	Mg	1844,9	1 706	5959,0	5 521	212,2	345
Drewno	Mg	774,3	537	240,5	279	0,0	3
Komunalne	Mg	187,08	190	208,1	177	96,26	90
Inne	Mg	458,9	1 554	173,006	30	0	449
Osady z oczyszczalni	Mg	-	4 916	Nie dotyczy	Nie dotyczy	-	741
Razem	Mg	6 004,66	12 195	8 110,906	7776	2 371,904	3 100





ZERO MARNOWANIA WODY





CELE 2030

50%REDUKCJI ZUŻYCIA WODY
W NASZYCH BROWARACH**PARTNERSTWO**NA RZECZ OCHRONY WSPÓLNYCH
ZASOBÓW WODNYCH NA
OBSZARACH WYSOKIEGO RYZYKA

CELE 2022

25%REDUKCJI ZUŻYCIA WODY
W NASZYCH BROWARACH**OBNIŻENIE**ZUŻYCIA WODY DO POZIOMU
2,0 HL/HL W BROWARACH
NA OBSZARACH WYSOKIEGO
RYZYKA**CARLSBERG POLSKA****Pieczą
otaczamy**nowy projekt edukacyjny marki
Kasztelan**8%**spadek zużycia wody
(2020/2019)**8000 m³**wody na rok – oszczędności dzięki
projektom odzysku wody z procesów
technologicznych i powtórnemu
wykorzystaniu**2,66 hl/hl**zużycie wody w 2020 r.
(Cel 2022 – 2,5 hl/hl)**CO DLA NAS OZNACZA
„ZERO MARNOWANIA
WODY”?****Browary**

Dążymy do sukcesywnego eliminowania marnowania wody w naszych działaniach poprzez zmniejszanie jej zużycia w browarach. Obejmuje to zarówno pracę biura, produkcję jak i magazynowanie.

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, z wynikiem 3,4 hektolitra (100 litrów) wody zużytych do wyprodukowania 1 hektolitra naszego piwa i napojów (3,4 hl/hl).

Spółeczności lokalne

Do 2022 rozpoczniemy współpracę, aby zabezpieczyć wspólne zasoby wodne dla społeczności na obszarach objętych wysokim ryzykiem oraz zawiążemy partnerstwa we wszystkich miejscach o wysokim ryzyku do 2030 roku.



Niedobór wody bezpośrednio wpływa na społeczność lokalne oraz nasz biznes.

Znaczna część świata mierzy się ze zwiększającym się niedoborem wody, co wynika z suszy wywołanych przez zmiany klimatyczne i zmieniające się wzorce opadów. Do 2025 roku dwie trzecie ludności na świecie może doświadczyć niedoboru wody. Natomiast do 2050 roku prawie połowa produktu krajowego brutto na świecie może pochodzić z obszarów mierzących się z dużym ryzykiem niedoboru wody.

Woda jest zasadniczym składnikiem naszych produktów, jest również niezbędna do pozyskania ziarna i chmielu wymagających uprawy. Jednym słowem, bez wody nie może być mowy o piwie. Ponieważ 17 browarów Grupy Carlsberg znajduje się na obszarach o wysokim ryzyku niedoboru wody, skupiamy się na przekraczaniu granic wydajności i technologii, co jest priorytetem zarówno biznesowym, jak i zrównoważonego rozwoju.

Branże takie jak nasza mają do odegrania dużą rolę w zabezpieczeniu dostaw wody wszędzie tam, gdzie działamy. Dlatego wyznaczaliśmy ambitne globalne cele takie jak ZERO marnowania wody.

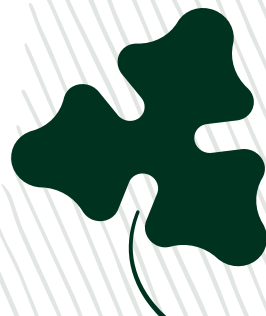
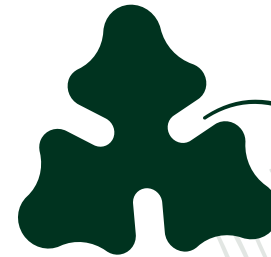
Dążymy do zmniejszenia o połowę ilości wody przeznaczanej na produkcję każdego hektolitra

piwa do 2030 roku. Osiągnęliśmy już redukcję o 18% poprzez najlepsze praktyki w zakresie wydajności i uzdatniania wody w naszych browarach. Ponadto, przyspieszymy ten proces dzięki najbardziej nowoczesnym technologiom recyklingu wody.

W 2020r. zaktualizowaliśmy ocenę ryzyka związanego z wodą dla 81 z 86 naszych browarów z większościowym udziałem. Sfinalizowaliśmy również przełomową analizę scenariuszową z WWF*, aby przygotować się na przyszłe zagrożenia dla naszej działalności.

Wyniki pomogą nam ustalić priorytety działań w ramach współpracy z partnerami w celu ochrony i poprawy zaopatrzenia w wodę społeczności lokalnych, z którymi dzielimy zasoby. Raportujemy do CDP informacje na temat naszego zarządzania ryzykiem niedoboru wody uzyskując rating na poziomie "A" w ostatniej ocenie.

*Źródło: WWF, Październik 2020



NASZE WYNIKI ZA ROK 2020

Rok 2020 był znaczącym krokiem w kierunku naszego celu – ZERO marnowania wody. Ambicją Grupy Carlsberg jest ograniczenie zużycia wody z 3,4 hl wody na hl piwa (dane bazowe z 2015 r.) do 1,7 hl/hl do roku 2030. Wszystkie nasze browary odnotowały istotne obniżenie zużycia wody z największym postępem w przypadku Browaru Bosman. Było to rezultatem szeregu projektów analitycznych i optymalizacyjnych, w tym wdrażania i wymiany dobrych praktyk pomiędzy browarami. Ponadto poprawa wskaźnika nastąpiła w wyniku zakończenia prac inwestycyjnych, które ograniczały wielkość produkcji piwa.

92%

piwa to woda



Na gotowy produkt przypada

ok 25%

wody zużywanej w browarze



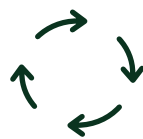
GOSPODAROWANIE WODĄ W BROWARACH

Woda będąc podstawowym składnikiem naszego produktu jest równocześnie używana w procesach technicznych (np. woda kotłowa) i higienicznych (np. do mycia instalacji produkcyjnej).

Oszczędności wody w browarach obejmują trzy obszary:



Optymalizacja zużycia wody



Wdrożenie obiegu zamkniętego



Podnoszenie standardów zarządzania wodą i ściekami

WZGLĘDNE ZUŻYCIE WODY PRZEZ CARLSBERG POLSKA

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
HL/HL	3,07	3,06	2,98	3,04	2,89	2,66

Optymalizacja

Optymalizacja zużycia wody w procesach produkcyjnych i pozaprodukcyjnych jest realizowana poprzez inwestycje, monitoring, usprawnianie i wdrażanie nowych standardów w tym zakresie. Prowadzimy stały monitoring zużycia wody, by móc szybko diagnozować wszelkie odchylenia i eliminować ewentualne niekontrolowane wycieki. W roku 2020 poszerzyliśmy zakres działań analitycznych, uwzględniając w nich nowe projekty związane z odzyskiem i powtórным wykorzystywaniem wody do procesów technologicznych.

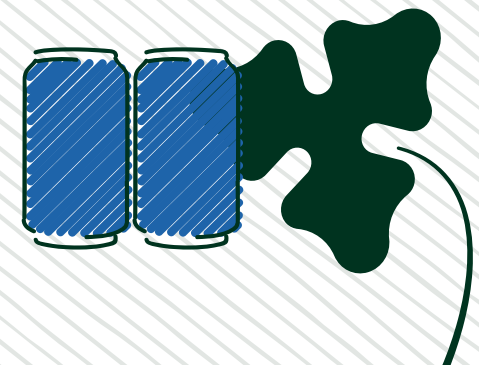
W ciągu ostatnich lat duży nacisk położyliśmy na szeroko zakrojone inwestycje takie jak rozbudowa Browaru Bosman w ramach Projektu GRYF, modernizacja oczyszczalni w Browarze Okocim w Brzesku oraz rozbudowa i modernizacja Browaru Kasztelan. Duże inwestycje dają duże efekty, natomiast tym, co pozwala nam nieustannie podążać w kierunku celu ZERO marnowania wody, jest ciągłe doskonalenie – zaangażowanie naszych pracowników i ich pomysły na usprawnienia.

Obieg zamknięty

Obieg zamknięty w zarządzaniu wodą obejmuje ponowne wykorzystanie wody w procesach niewymagających parametrów sanitarnych. Projekty realizowane w tym zakresie obejmują m.in. odzysk wody z płuczek puszek, z myjki butelek, z odparowywania brzezki czy odzysk wody i skroplin odparowanych ze zbiorników kondensatów parowych.

Standardy

Podnoszenie standardów zarządzania wodą i ściekami to zarówno inwestycje jak modernizacja oczyszczalni ścieków, ale również bieżące działania takie jak montaż urządzeń o obniżonym współczynniku wodochłonności.



BROWAR OKOCIM

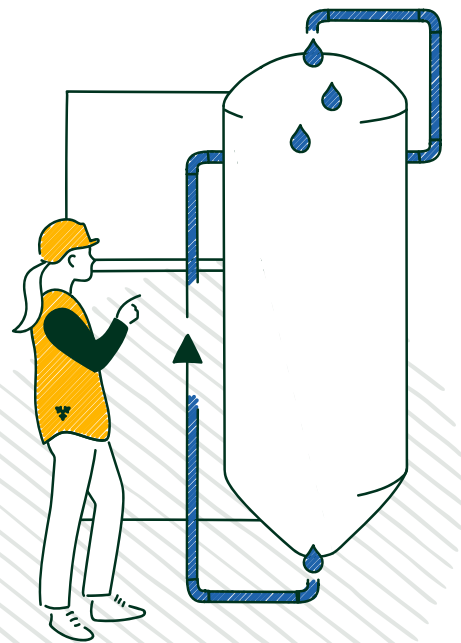
W Browarze Okocim rok 2020 był bardzo udany ze względu na obniżenie wskaźnika zużycia wody. Odnotowaliśmy zużycie wody mniejsze o 9% w przeliczeniu na hl wyprodukowanego piwa, wynoszące 2,6 hl/hl (w porównaniu do 2,9 hl/hl w 2019 roku). Wynik ten uzyskano dzięki wprowadzeniu codziennej analizy (monitoringu) zużycia wody na wydziałach produkcyjnych, zastosowaniu szeregu zmian w procesach produkcyjnych, odzysku wody z procesów technologicznych i powtórny jej wykorzystaniu.

W 2020 roku dodatkowo zrealizowaliśmy następujące działania:

- ❖ Odzysk wody z linii pakujących i instalacji technologicznych.
- ❖ Montaż wymiennika ciepła na rurze odpowietrzającej zbiornika kondensatu na kotłowni dzięki czemu ograniczyliśmy straty parowania kondensatu.

Kolejne projekty odzysku wody z procesów technologicznych oraz powtórnego wykorzystania dały oszczędności rzędu 8000 m³ na rok.

W bliskiej przyszłości planujemy projekty dotyczące zmniejszenie zużycia wody, polegające na optymalizacjach pracujących instalacji technologicznych jak również budowie instalacji odzysku, uzdatniania i powtórnego wykorzystaniu wody w procesach.



WZGLĘDNE ZUŻYCIE WODY W BROWARZE OKOCIM

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
HL/HL	3,03	3,03	3	3,02	2,94	2,65

OSIĄGNIĘCIA 2020

Modernizacja instalacji kondensatu na browarze – likwidacja zbiorników kondensatu, wykorzystanie ciepła rozprężania kondensatu w produkcji piwa, modernizacja izolacji rurociągów.

PLANY 2021

Instalacja mycia dla instalacji odwróconej osmozy (zwiększenie wydajności/dostępności instalacji).

Kolejne projekty odzysku wody z procesów technologicznych i jej powtórne wykorzystanie.

Realizacja nowych projektów odzysku wody z procesów technologicznych i jej powtórne wykorzystanie.

BROWAR BOSMAN

Realizowana w latach 2018-2019 rozbudowa Browaru w ramach Projektu GRYF mocno wpłynęła na zmianę profilu produkcji zakładu, wprowadzając szereg nowych instalacji. W 2020 roku kontynuowaliśmy optymalizację procesów produkcyjnych i redukcję zużycia mediów osiągając znaczące zmniejszenie zużycia wody z 3,31 hl/hl do 2,90 hl/hl.

Jako jedno z działań wdrożyliśmy pomysł pracownika na modernizację układu wodnego pompy próżniowej B1 polegającą na eliminacji piany. Rozwiązanie okazało się na tyle efektywne, iż pomysł ustandaryzowaliśmy, sporządziliśmy dokładną dokumentację, przetłumaczyliśmy na język angielski i rozpowszechniliśmy na inne browary Grupy Carlsberg.

W 2020 roku dodatkowo zrealizowaliśmy następujące działania:

- ❖ Instalację stacji RO (odwróconej osmozy) na stacji wody na kotłowni parowej.
- ❖ Wykonanie instalacji gaszenia piany w pompach próżniowych.

POMYSŁ PRACOWNIKÓW

Pracownicy z Browaru w Szczecinie przyjrzeni się uważnie sposobowi zagospodarowania wody z napełniania filtra. Dokonując zmiany parametrów w dotychczas stosowanym programie udało się zaoszczędzić 1200 m³ wody.

Na rok 2021 planujemy nowatorski projekt wykorzystania tzw. wody szarej, czyli oczyszczonych ścieków do ponownego wykorzystania na cele technologiczne oczyszczalni ścieków zamiast używanej dotychczas wody czystej. Spodziewana oszczędność może sięgać około 1000 m³/m-c.

Na filtracji ma powstać również instalacja służąca do odzysku czystej wody płuczącej z płukania filtra Filtrox. Woda zostanie zawrócona do stacji uzdatniania wody gdzie po uzdatnieniu ponownie trafi do obiegu.

Rozpocniemy również testy nowego typu odwadniaczy na pasteryzatorze B2, co może zaowocować w przyszłości dalszą oszczędnością energii cieplnej i zmniejszeniem awaryjności instalacji kondensatu.

WZGLĘDNE ZUŻYCIE WODY W BROWARZE BOSMAN

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
HL/HL	3,3	3,29	3,15	3,05	3,31	2,90

OSIĄGNIĘCIA 2020

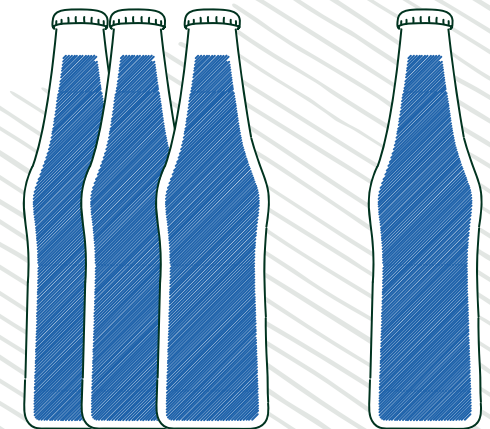
Zamontowanie na pasteryzatorze linii puszkowej P1 instalacji do uzdatniania wody chłodzącej – ograniczenie zużycia wody i ciepła.

Dalsze optymalizacje procedur instalacji CIP.

PLANY 2021

Modernizacja instalacji pompowania kondensatu celem zmniejszenia strat wody oraz energii cieplnej.

Wykonanie instalacji odzysku wody z filtra Filtrox.



BROWAR KASZTELAN

Rok 2020 był kolejnym rokiem, w którym poprawiliśmy nasze wskaźniki mediowe koncentrując się na zużyciu wody, monitorując jej dzienne zużycie, oraz analizujące procesy. Pozwoliło to nam na wprowadzeniu szeregu optymalizacji i projektów, które będziemy kontynuować w kolejnych latach.

W rezultacie w 2020 roku średnie zużycie wody wynosiło 2,54 hl/hl gotowego piwa (w porównaniu do 2,63 hl/hl w 2019). Na taki efekt złożył się szereg działań i optymalizacji, wśród których warto wymienić:

- ❖ Optymalizację mycia zbiorników BBT poprzez zmianę sposobu podawania środków myjących, ograniczenie płukań wodą. W rezultacie uzyskaliśmy redukcję zużycia wody o 3400 m³/rok.
- ❖ Optymalizację zużycia wody przez pompę Vacuum na linii butelkowej. W rezultacie uzyskaliśmy redukcję zużycia wody o ok. 1400 m³/rok.

W 2020 roku dodatkowo zrealizowaliśmy następujące działania:

- ❖ Wprowadzenie dziennego monitoringu zużycia wody w browarze i strategicznych obszarach.
- ❖ Szczegółowe przeanalizowanie wszystkich procesów mycia oraz wypychów w obszarze procesu i pakowania wraz z oszacowaniem zużyć wody.
- ❖ Wprowadzenie mycia jednostopniowego na nowych tankofermentatorach.
- ❖ Optymalizacja gospodarki wodą DAW (deaerated water – woda odgazowana).
- ❖ Optymalizacja zużycia wody na płukanie puszek.
- ❖ Wymiana myjki butelek na bardziej efektywną.

WZGLĘDNE ZUŻYCIE WODY W BROWARZE KASZTELAN

	2015	2016	2017	2018	2019	2020
HL/HL	3	2,98	2,85	3,06	2,63	2,54

OSIĄGNIĘCIA 2020

Analiza optymalizacji zużycia wody.

Przygotowanie koncepcji wymiany myjki butelek (w realizacji).

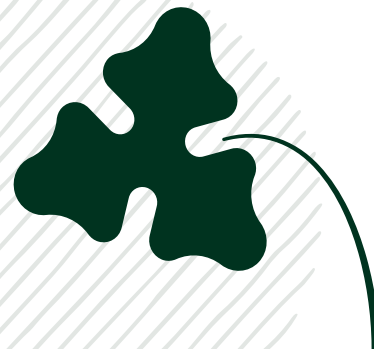
PLANY 2021

Projekt odzysku i powtórnego wykorzystania wody w procesach.

Uruchomienie nowej myjki butelek.

Planowane działania i projekty na lata 2021/2022:

- ❖ Kontynuowanie optymalizacji zużycia wody – m.in. projekt ponownego wykorzystania wody, optymalizacja mycia rurociągów poprzez zmianę sposobu podawania środków myjących/ograniczenie płukań wodą, wymiana dysz w płuczce.
- ❖ Uruchomienie nowej myjki butelek.
- ❖ Zwiększenie powrotu kondensatu/modernizacja instalacji.
- ❖ Wymiana odzłaziaczy na SUW.
- ❖ Modernizacja i optymalizacji podgrzewacza brzezki.



PIECZĄ OTACZAMY

Susza każdego roku dotyka kolejne regiony Polski. By zwrócić uwagę na problem, marka Kasztelan zainicjowała program „Pieczą Otaczamy”, który edukuje i promuje postawy ekologiczne, m.in. zachęcając do rozważnego gospodarowania wodą i wskazując walory małej retencji.

Koncepcja programu odwołuje się do postaci średniowiecznego kasztelana – urzędnika, który „otaczał pieczą” podległy mu gród. Stworzyliśmy „Kasztelański Poczest Obyczajów” – zbiór prostych ekologicznych zasad, których przestrzeganie pozwoli poprawić stan środowiska i chronić zasoby wodne.

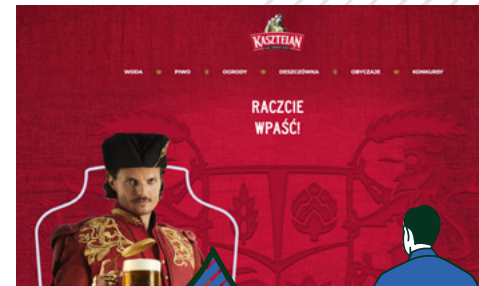
Liczba zgłoszeń, ich oryginalność i kreatywność uczestników to najlepszy dowód na to, że kwestia ochrony środowiska jest bliska mieszkańcom i powiatu sierpeckiego. Wierzymy, że stągwie, które już wkrótce ozdobią sierpeckie ogródki, będą dobrze służyć laureatom i pomogą lepiej wykorzystać beczenną, płynącą wprost z natury deszczówkę.

Jarosław Perzyński,
burmistrz Miasta Sierpc

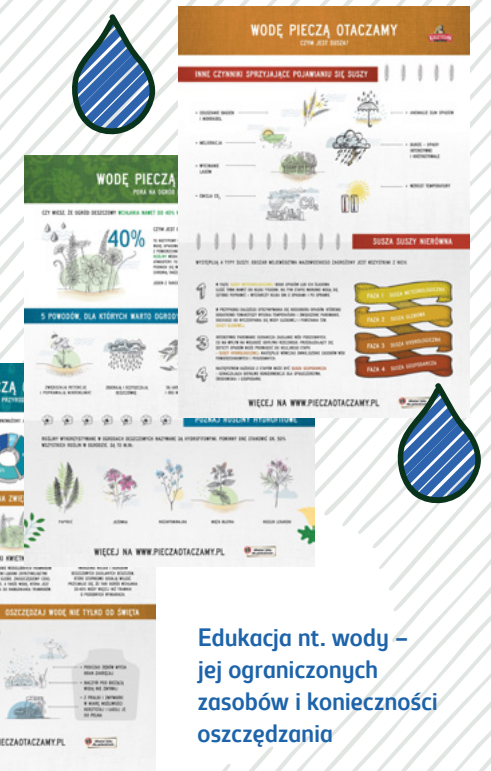


Współpraca z influencerami – konkursy i edukacja na ich mediach społecznościowych

GŁÓWNE ELEMENTY PROGRAMU TO:



Strona:
www.pieczaoznaczamy.pl



Edukacja nt. wody – jej ograniczonych zasobów i konieczności oszczędzania





Stworzenie ogrodu deszczowego w Sierpcu

Konkurs „Deszczówkę Waść Łap” dla mieszkańców Sierpca – ponad 170 zgłoszeń, 30 laureatów nagrodzonych stągwiami - zbiornikami do gromadzenia wody deszczowej

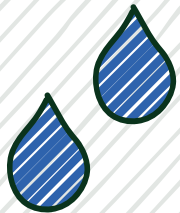


Przekazanie 14 stągwi o pojemności 360 l dla miasta Sierpc – m.in. do Urzędu Miasta, MKS Sierpc i Muzeum Wsi Mazowieckiej

Szczegółowe informacje na temat idei programu „Pieczę otaczamy”, dlaczego i w jaki sposób powinniśmy chronić i szanować zasoby wodne oraz o walorach małej retencji można znaleźć na dedykowanej stronie www.pieczęotaczamy.pl.

„ Susza, obok powodzi, jest jednym z najbardziej dotkliwych zjawisk naturalnych oddziałujących na społeczeństwo, środowisko i gospodarkę. Co więcej, powoduje ona nie tylko obniżenie dostępności wody, ale także jej jakości. Polska jest obecnie jednym z krajów o najmniejszych zasobach wody w Unii Europejskiej, dlatego wszelkie działania i inicjatywy, które przyczyniają się do przeciwdziałania skutkom suszy, tak na skalę ogólnokrajową, jak i lokalnie są potrzebne.

Paweł Przygodzki, dyrektor centrum hydrologicznej ostony kraju w instytucie meteorologii i gospodarki wodnej – państwowym instytucie badawczym



Publikacje edukacyjne w Noizz, F5, KMag



Patroni: Instytut Meteorologii i Gospodarki Wodnej – Państwowy Instytut Badawczy i Urząd Miejski w Sierpcu



POBÓR I ODZYSK WODY ORAZ ŚCIEKI

Źródła poboru wody w naszych browarach:

- ❖ Browar Okocim – wody powierzchniowe, Rzeka Uszwica oraz zakup wody miejskiej na potrzeby Oczyszczalni Ścieków w Brzesku.
- ❖ Browar Kasztelan – wody podziemne (studnie głębinowe).
- ❖ Browary Bosman – wody podziemne (studnie głębinowe) oraz zakup wody miejskiej (~10%).

Mając na uwadze nasz cel ZERO marnowania wody nieustannie monitorujemy i analizujemy procesy i działania szukając możliwości usprawnień i pomysłów na odzysk wody. Wdrożone i przetestowane rozwiązania, które z sukcesem funkcjonują w jednym z browarów – standaryzujemy i wdrażamy w pozostałych lokalizacjach.

Wśród przykładowych rozwiązań w zakresie odzysku wody możemy wymienić:

- ❖ Wykorzystanie wody odzyskanej z oczyszczalni do procesów niewymagających higienicznie czystej wody.
- ❖ Powtórne wykorzystanie wody płuczącej z myjki butelek do procesu mycia skrzynek.

- ❖ Zamknięte procesy mycia CIP (circulation in place) – każdy wydział w browarze ma swoją stację CIP, która służy przykładowo do mycia tankofermentorów, warzelni, filtrów, instalacji piwa i urządzeń rozlewniczych. Istnieje tu wysoki potencjał do oszczędzania wody, która jest kilkakrotnie wykorzystywana w układzie zamkniętym.
- ❖ Zawracanie wody ze skraplaczy, uzdatnianie i ponowne wykorzystanie.

W Browarze Okocim funkcjonuje dodatkowo instalacja pilotażowa zbierająca wody deszczowe z obszaru stacji uzdatniania wody oraz jednego z dachów budynku.

BROWAR OKOCIM

Browar Okocim posiada stację uzdatniania wody, dzięki czemu czyste frakcje wody pochodzącej z regeneracji filtrów wody po uzdatnieniu wracają do procesów produkcyjnych i technicznych (np. na kotłowni czy w maszynowni).

Prowadzony jest biomonitoring wody poprzez rokroczne zarybianie stawów retencyjnych wody używanej po uzdatnieniu do produkcji. Odzysk wody i jej powtórne wykorzystanie w stacji uzdatniania wody daje oszczędności na poziomie 2600 m³ miesięcznie.



ODZYSK WODY Z PROCESÓW PRODUKCYJNYCH

	OKOCIM	KASZTELAN	BOSMAN
Odzysk wody z procesów produkcyjnych*	31 317	2,98	brak danych
Objętość wody łącznie pobranej przez organizację [m ³]	996 866	642 075	398 468
Objętość wody powtórnie wykorzystanej lub poddanej recyklingowi [m ³]	31 317	brak pomiaru	brak pomiaru

*Pomiary wody odzyskanej są wykonywane wyłącznie w Browarze Okocim ze względu na centralne ujęcie odzyskanych wód na stacji uzdatniania wody wyposażonej w liczniki wody.

OBJĘTOŚĆ ŚCIEKÓW

	OKOCIM	KASZTELAN	BOSMAN
2020	1 040 236 m ³	343 529 m ³	229 683 m ³
2019	1 110 854 m ³	563 560 m ³	365 000 m ³

GOSPODARKA ŚCIEKAMI

- ▼ Browar Okocim – ścieki oczyszczone z oczyszczalni odprowadzane są do rzeki Uszwicy zgodnie z pozwoleniem na odprowadzanie ścieków. Na odpływie badane są parametry fizykochemiczne.
- ▼ Browar Kasztelan – ścieki odprowadzane są do kanalizacji miejskiej. Browar posiada instalację do uśredniania ścieków (obecnie nie pracuje ze względu na dobrą jakość ścieków).
- ▼ Browar Bosman – oczyszczone ścieki odprowadzane są do kanału rzeki Odry.

BROWAR BOSMAN

W Browarze realizowany jest projekt wykorzystania ścieków oczyszczonych na cele technologiczne oczyszczalni ścieków zamiast poboru czystej wody w tym celu. Spodziewana oszczędność może sięgać około 1000m³ wody na miesiąc.

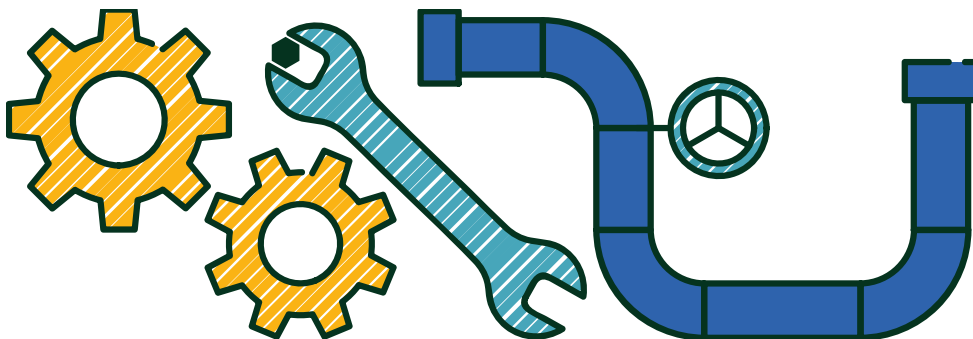
Zrealizowaliśmy również automatyzację nowego zbiornika buforowego, która ma za zadanie zwiększyć kontrolę nad parametrami ścieków dopływających do reaktorów, co pozytywnie wpłynie na pracę oczyszczalni.

BROWAR OKOCIM

Zmodernizowana oczyszczalnia ścieków, służąca zarówno nam jak też miastu pełniąc funkcje przemysłowo-komunalne jest wciąż rozwijana. W 2020 roku zrealizowaliśmy szereg inwestycji, kluczowa była instalacja odzysku biogazu wraz z kotłownią biogazową umożliwiającą nam całkowitą likwidację kotłowni węglowej.

W zakresie gospodarki wodą dokonaliśmy montażu filtra na ściekach oczyszczonych w celu efektywniejszego, wtórnego wykorzystania ścieku oczyszczonego do płukania sit prasowy osadowej. W rezultacie uzyskaliśmy oszczędność wody miejskiej.

W planach mamy montaż dodatkowych sond tlenowych na reaktorach biologicznych dzięki czemu będzie możliwy dokładniejszy pomiar rozkładu zawartości tlenu w komorach, a tym samym optymalizacja pracy aeratorów.





ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU



ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU

Chcemy mieć pewność, że wszyscy cieszą się naszymi piwami odpowiedzialnie oraz że umożliwiamy konsumentom wybory, które wspierają zrównoważony styl życia.

Nasze piwa często znajdują się na wydarzeniach towarzyskich i odgrywają pozytywną rolę w życiu wielu ludzi. COVID-19 wzmocnił znaczenie zdrowego stylu życia dla wielu z nich. Jednak nadużywanie alkoholu pozostaje globalnym problemem zdrowotnym. Z tego powodu promujemy ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU.

Ludzie samodzielnie podejmują decyzje związane ze spożywaniem naszych produktów, ale naszym celem jest umożliwianie im dokonywania właściwych wyborów, edukowanie i zachęcanie do robienia tego w sposób odpowiedzialny. Nie prowadzimy działań marketingowych skierowanych do nieletnich. Zamieszczamy informacje na temat odpowiedzialnej konsumpcji, składników i wartości energetycznej na etykietach produktów, a dodatkowo prezentujemy wartości odżywcze w Internecie. Działamy wspólnie z rządami, konsumentami oraz organizacjami pozarządowymi, aby zaadresować wyzwania związane ze spożywaniem alkoholu, a także szybko poszerzamy portfolio naszych piw bezalkoholowych (AFB) zapewniając 100% ich dostępności. Konsumentom przywiązują coraz większą wagę do odpowiedzialnej konsumpcji, stąd też nasze piwa bezalkoholowe są nowym źródłem wzrostu dla naszego biznesu. W 2020 roku wolumen sprzedaży piw bezalkoholowych wzrósł globalnie o 11%.

100% piw w ofercie Carlsberg Polska posiada zamieszczone na etykiecie informacje na temat składników i kaloryczności



47,5% dynamika wzrostu sprzedaży piw bezalkoholowych Carlsberg Polska (mierzona wartością sprzedaży) 2020 vs 2019

CELE 2030

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

CARLSBERG POLSKA



100% piw alkoholowych Carlsberg Polska jest opatrzonych symbolami odpowiedzialnościowymi, które przestrzegają konsumentów przed jazdą po spożyciu alkoholu, piciem w ciąży lub przez nieletnich



5 nowych wariantów piw 0,0% wprowadzonych na rynek w 2020 roku



2,6 mln zasięg 4. edycji programu "Trzeźwo Myślę"

CELE 2022

100% DOSTĘPNOŚCI PIWA BEZALKOHOLEWEGO

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



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



NASZE PODEJŚCIE

Wspieramy konsumentów i społeczeństwo w ograniczaniu szkodliwego spożywania alkoholu poprzez:



STWARZANIE MOŻLIWOŚCI

stale powiększamy portfolio napojów bezalkoholowych chcąc by wszędzie, gdzie znajdują się nasze piwa zawierające alkohol, była również opcja bezalkoholowa



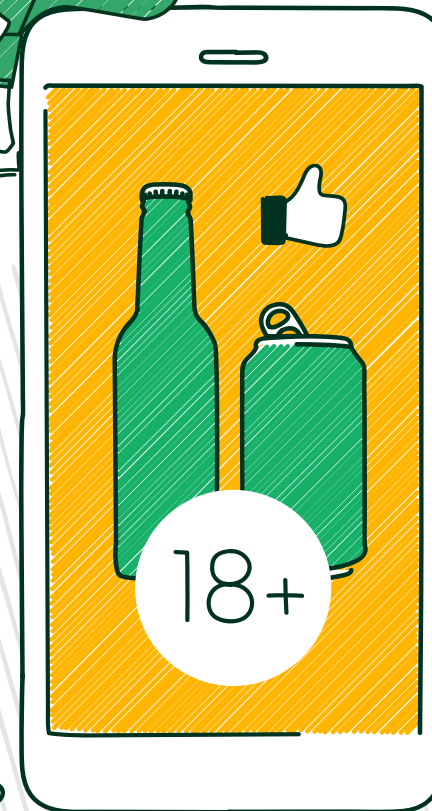
ZACHĘCANIE

wspieramy konsumentów w dokonywaniu mądrych wyborów, wraz z partnerami inicjujemy debatę na temat odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu



INFORMOWANIE

na etykietach opakowań skierowanych do konsumentów zamieszczamy symbole odpowiedzialnościowe oraz informacje o składzie i wartości energetycznej. Dodatkowo w internecie, oprócz wyżej wymienionych, zamieszczamy informację o wartościach odżywczych



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 rok.





NASZE DZIAŁANIA



Szeroka oferta wysokiej jakości piw bezalkoholowych sprawia, że przekonują się do nich i próbują ich coraz to nowi konsumenci. To również zasługa coraz bardziej odpowiedzialnego podejścia do konsumpcji alkoholu i chęć prowadzenia aktywnego trybu życia. Te działania wsparte konsekwentną edukacją realizowaną na przestrzeni wielu lat powoli przynoszą rezultaty. W ostatnich latach coraz mniej alkoholu jest konsumowanego w postaci piwa, a wolumen sprzedaży piw mocnych spada.

Beata Ptasińska-Jedynak,
dyrektor ds. korporacyjnych

OSIĄGNIĘCIA 2019

Ok. 2,6 mln. – całkowity zasięg kampanii „Trzeźwo myślę”.

100% opakowań z informacją o składzie i kaloryczności oraz 100% znaczków odpowiedzialnościowych na etykietach.

45,7% – wzrost wartości sprzedawanych piw bezalkoholowych .

W 2020 roku konsekwentnie realizowaliśmy nasz Program Together Towards Zero w obszarze ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Kontynuowaliśmy działania w 3 obszarach:

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

PLANY 2021

Realizacja 5 edycji programu „Trzeźwo myślę”.

100% naszych piw ma informacje konsumenckie.





STWARZANIE MOŻLIWOŚCI

PIWO BEZALKOHOLOWE

Wyniki segmentu AFB (alcohol free beer) za 2020 rok pokazują, iż dla wielu konsumentów piwo bez procentów to już stały punkt na liście zakupów.

Pomimo ograniczenia okazji do przebywania na zewnątrz wiosną i lockdownu, sprzedaż piw bezalkoholowych w 2020 roku

wzrosła
o 19%



Oznacza to, że na rynku piwa ten segment rozwija się najszybciej. Obecny udział wartościowy piw 0% w całej kategorii wynosi 5,7 proc., w porównaniu do 4,7 proc. w 2019 roku. Piwa bezalkoholowe kolejny raz zanotowały wzrost popularności i po raz pierwszy osiągnęły wartość 1 miliarda złotych. Wpisuje się to w trendy w branży takie jak coraz mniejsza konsumpcja czystego alkoholu pod postacią piwa, zmniejszenie zawartości procentowej alkoholu w piwie, czy spadek sprzedaży piw alkoholowych. Wśród przyczyn należy wymienić wzrost zainteresowania konsumentów

zbalansowanym trybem życia i odpowiedzialnym podejściem do konsumpcji alkoholu co jest ważnym aspektem naszej strategii TTZ.

Jesteśmy jednym z dwóch graczy na rynku odpowiedzialnych za tak dynamiczny wzrost tego segmentu.

Carlsberg Polska zwiększył swój wolumen aż

o 34%,

wartość zaś

o 45,7%.

Co czyni nas liderem jeśli chodzi o dynamikę wzrostu wartości sprzedawanych produktów.

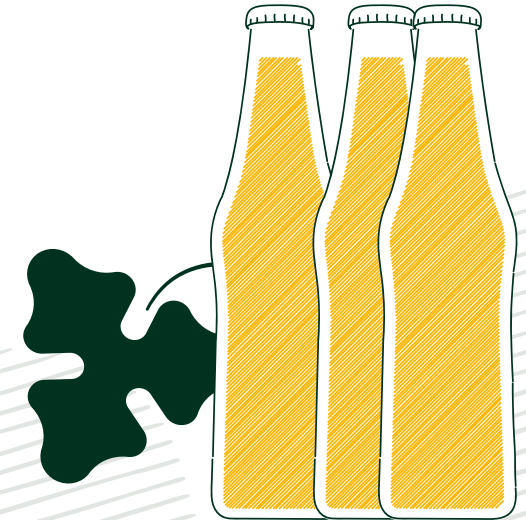


Rozpędu w 2020 roku dodawały nam świetne nowości 0,0%:

- 🍷 Somersby Wildberries 0,0%,
- 🍷 Karmi Mrożona Kawa,
- 🍷 Okocim Radler 0,0% Biały i Ciemny,
- 🍷 Żatekú 0,0%.

„Świetny smak, perswazyjna komunikacja i efektywne wprowadzenie w rynek – to sprawdzona recepta, która zadziałała, pomimo pandemii. Na 2021 rok mamy w planach wzmacnianie naszych marek, rozwój oferty, a także budowanie obecności carlsbergowych AFB w świadomości naszych konsumentów i na półkach sklepowych.

Aleksandra Koszewska,
AFB brand manager





INFORMOWANIE

KOMUNIKACJA PRODUKTOWA

100%



naszych piw ma informacje o składzie i kaloryczności na 100 ml produktu umieszczoną na etykiecie.

100%



naszych piw alkoholowych posiada na etykietach symbole odpowiedzialnościowe, które przestrzegają konsumentów przed jazdą po spożyciu alkoholu, piciu w ciąży lub przez nieletnich.



W ciąży nie piję alkoholu



Nigdy nie jeżdżę po alkoholu



18 Alkohol. Tylko dla pełnoletnich



SAMOREGULACJA BRANŻY

Wraz z pozostałymi przedstawicielami branży piwowarskiej stworzyliśmy Kodeks Etyki Reklamy zawierający regulacje dotyczące przekazów reklamowych dot. piwa. Carlsberg Polska jest członkiem wspierającym Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy, a Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie”, do którego należymy, jest jego sygnatariuszem.

W ramach Rady Reklamy funkcjonuje Komisja Etyki Reklamy rozpatrując skargi na przekazy reklamowe zgłaszane przez konsumentów i przedsiębiorców. **W 2020 nie odnotowaliśmy skarg na reklamę Carlsberg Polska.**

ZWIĄZEK PRACODAWCÓW PRZEMYSŁU PIWOWARSKIEGO „BROWARY POLSKIE”

Od 12 lat w ramach Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie” wspieramy działania branżowe na rzecz odpowiedzialnej konsumpcji. Od 2 listopada 2020 r. Prezesem Zarządu Związku jest Mieszko Musiał - dyrektor zarządzający i prezes zarządu Carlsberg Polska.





ZACHĘCANIE

PROGRAM „W RODZINIE SIŁA”

Od 3 lat jako ZPPP Browary Polskie wspieramy program „W rodzinie siła” realizowanym przez NSZZ Solidarność Branża Spożywcza pod honorowym patronatem Ministra Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej.

Celem programu jest wsparcie rodziców w ochronie niepełnoletnich przed dostępem do alkoholu i przedwczesną inicjacją alkoholową. Program zachęca dorosłych do dawania dzieciom dobrego przykładu odpowiedzialnych zachowań wobec alkoholu.

ODPOWIEDZIALNY SPRZEDAWCA

Ogólnodostępna platforma www.odpowiedzialnysprzedawca.pl szkoląca odpowiedzialnych sprzedawców, pracowników sklepów z asertywnego odmawiania sprzedaży alkoholu osobom nieuprawnionym do jego zakupu to kolejny projekt branżowy, w którym uczestniczymy od lat. W 2020 roku przeszkolone zostały 495 osoby.

IV EDYCJA KAMPANII TRZEŻWO MYŚLĘ

Program TRZEŻWO MYŚLĘ promuje odpowiedzialne spożywanie alkoholu, ma na celu uzmysłowić konsumentom, że trzeźwe myślenie i mocne stąpanie po ziemi przydaje się w codziennym życiu. Podkreśla również, że na każdym dorosłym spoczywa odpowiedzialność za siebie i innych.

Latem 2020 roku rozpoczęliśmy już czwartą edycję edukacyjnego programu czyniąc „letni wypoczynek” tematem przewodnim.

W tegorocznej edycji zrealizowano m.in.:

- 🍷 cykl materiałów poradnikowych z udziałem ambasadorów kampanii dotyczących bezpiecznego letniego wypoczynku,
- 🍷 serię audycji poświęconych TRZEŻWEMU MYŚLENIU na drodze, w górach i nad wodą.

Do grona ambasadorów dotęczyli:

- 🍷 Joanna Stępińska – przewodnik tatrzański,
- 🍷 Iwona Blecharczyk – znana jako „Trucking Girl”, jedna z najbardziej popularnych Polek za kierownicą ciężarówki,
- 🍷 Marcin Borkowski - ratownik medyczny i mistrz Europy w ratownictwie medycznym,
- 🍷 Tomasz Draczyński – OSP Ratownictwo Wodne – Warszawa.

Do współpracy zaprosiliśmy osoby, które na co dzień spotykają się z wieloma niebezpiecznymi zachowaniami m.in. nad wodą, w górach czy na drodze. W swojej pracy są oni odpowiedzialni nie tylko za siebie, ale też innych. Ich rady i wskazówki dotyczące bezpieczeństwa podczas wakacji mogą nam pomóc uniknąć wielu ryzykownych sytuacji i czerpać z wypoczynku więcej radości.

Trzeźwo myśleć za kierownicą, to...

trzeźwo myślę

- 🚫 Nie wsiadać za kierownicę po spożyciu alkoholu.
- ⚠️ Przestrzegać przepisów ruchu drogowego.
- ☁️ Dostosowywać swoje zachowanie do warunków na drodze.
- 🚗 Przewidywać niebezpieczne sytuacje na drodze i zachowanie innych kierowców.
- 👥 Brać odpowiedzialność za siebie, pasażerów i innych użytkowników drogi.
- 🕒 Robić regeneracyjne postoje co najmniej co 3 godz. ciągłej jazdy.
- 📵 Nie trzymać telefonu w ręku podczas jazdy.

Carlsberg Polska

Trzeźwo myśleć nad wodą, to...

trzeźwo myślę

- 👋 Być ostrożnym i odpowiedzialnym, zwracać uwagę na innych.
- 🏊 Pływać tylko w miejscach do tego wyznaczonych.
- 🚫 Nie skakać do wody.
- 📄 Przestrzegać regulaminów kąpielisk oraz poleceń ratowników.
- 🏊 Racionalnie oceniać swoje umiejętności pływackie i zmieniające się warunki.
- 🧭 Stosować się do zasad bezpieczeństwa, korzystając ze sprzętu wodnego.
- 🌡️ Stopniowo schładzać ciało, wchodząc do wody.
- 🧢 Chronić głowę i ciało przed promieniowaniem UV.
- 🎈 Pilnować swoich dmuchanych zabawek.

🚫 **Nigdy nie wchodzić do wody po spożyciu alkoholu!**

Trzeźwo myśleć nad wodą, to...

trzeźwo myślę



- Być ostrożnym i odpowiedzialnym, zwracać uwagę na innych.
- Pływać tylko w miejscach do tego wyznaczonych.
- Nie skakać do wody.
- Przestrzegać regulaminów kąpielisk oraz poleceń ratowników.
- Racjonalnie oceniać swoje umiejętności pływackie i zmieniające się warunki.
- Stosować się do zasad bezpieczeństwa, korzystając ze sprzętu wodnego.
- Stopniowo schładzać ciało, wchodząc do wody.
- Chronić głowę i ciało przed promieniowaniem UV.
- Pilnować swoich dmuchanych zabawek.

Nigdy nie wchodzić do wody po spożyciu alkoholu!

Zrealizowane działania:

- 3 materiały video z ambasadorami programu.
- Komunikacja zewnętrzna – media relations.
- Infografiki ilustrujące prawidłowe zachowania nad wodą, w drodze, w górach – wykorzystywane w komunikacji.
- 3 audycje radiowe z udziałem ambasadorów.
- Konkursy w mediach społecznościowych.
- Komunikacja wewnętrzna do pracowników.
- Zapachy do samochodów z hasłem programu „Kocham życie, trzeźwo myślę” 4 tys. sztuk – rozdane pracownikom oraz partnerom logistycznym, kierowcom samochodów woźących nasze produkty.



Podczas 4. edycji programu społeczno-edukacyjnego „Trzeźwo myślę” przedstawiliśmy temat odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu przez pryzmat wakacji i różnych form spędzania wolnego czasu. Lato kojarzy się z podróżami, wypoczynkiem nad wodą i wędrówkami po górach. Dlatego zachęcaliśmy dorosłych, w tym kierowców, do odpoczynku w sposób bezpieczny, odpowiedzialny i zachowania rozsądku nad wodą, w górach i na drodze.

Małgorzata Janikowska,
starszy spec. ds. komunikacji

Dotarliśmy do:

2,6 mln osób!





ZERO
WYPADKÓW



ZERO WYPADKÓW

Zdrowie i bezpieczeństwo naszego zespołu zawsze są priorytetem. Chcemy, aby wszyscy codziennie bezpiecznie wracali do domów.

Wierzymy, że można zapobiec każdemu wypadkowi. Do 2030 roku, chcemy wyeliminować wszelkie wypadki, poprzez budowanie kultury „ZERO WYPADKÓW”.

W Carlsberg każdy jest odpowiedzialny za bezpieczeństwo własne oraz osób ze swojego otoczenia. Dążymy do tego, aby dać narzędzia i zachęcać naszych pracowników do identyfikowania zachowań niebezpiecznych oraz wspierania kolegów i koleżanek we wdrażaniu bezpiecznych metod pracy.

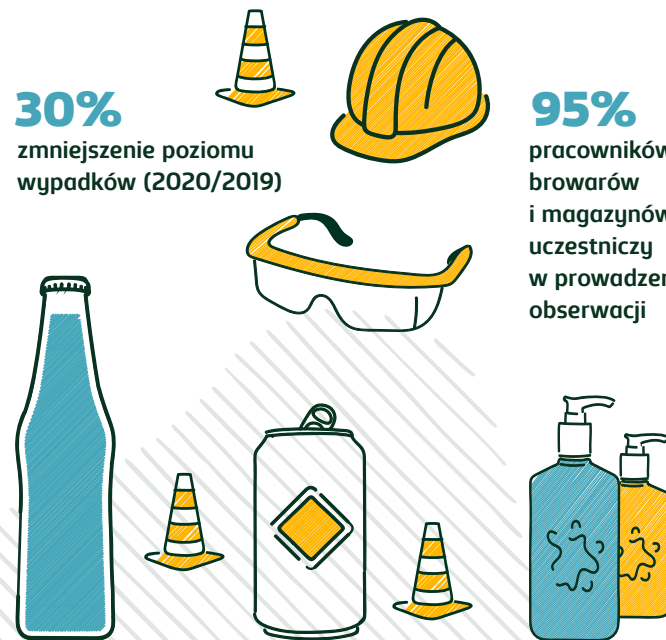
Menedżerowie na wszystkich szczeblach organizacji dają przykład, stawiając bezpieczeństwo na pierwszym miejscu, co sprawia, że prezentują silne i wiarygodne przywództwo. Częścią ich roli jest zapewnienie, by każdy w zespole przestrzegał zasad bezpieczeństwa oraz miał nieustającą świadomość potencjalnych zagrożeń.

Zarządzamy głównymi ryzykami poprzez nasz system zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy, szkolenia oraz stosowanie się do naszych wypracowanych standardów, włączając w to Zasady Ratujące Życie (Life Saving Rules), których każdy z pracowników musi przestrzegać przez cały czas.

Dzięki dbaniu o zdrowie i bezpieczeństwo nasi pracownicy mogą prowadzić pełne i produktywne życie, zarówno w domu jak i w pracy, co sprawia, że nasz biznes jest bardziej wydajny.

W 2020 roku zwiększyliśmy zaangażowanie we wspieranie zdrowia i dobrego samopoczucia naszych pracowników, aby pomóc im przetrwać trudny czas pandemii.

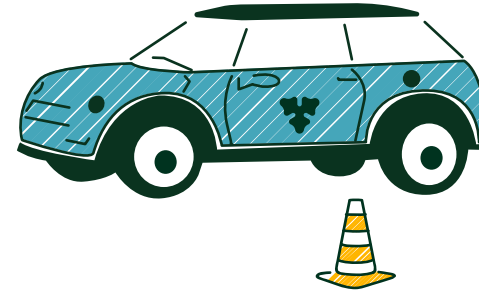
30%
zmniejszenie poziomu wypadków (2020/2019)



CARLSBERG POLSKA



85%
samochodów służbowych w firmie posiada AlkoStopy



600
zgłoszonych usprawnień w obszarze BHP



95%
pracowników browarów i magazynów uczestniczy w prowadzeniu obserwacji



31 843
obserwacji behawioralnych i technicznych

CELE 2030
ZERO WYPADKÓW

CELE 2022
REDUKCJA WSKAŹNIKA WYPADKÓW ROK DO ROKU

Rygorystyczne środki bezpieczeństwa wdrożone w związku z pandemią COVID-19.



NASZE WYNIKI ZA 2020 ROK

	2019	2020
Wypadki śmiertelne	0	0
Wypadki ze zwolnieniem lekarskim (LTA)	9 + 3 zewewnętrzne*	8 + 2 zewewnętrzne
Wypadki bez zwolnienia lekarskiego (FA)	6 + 3 zewewnętrzne	4 + 1 zewewnętrzny
Zgłoszone sytuacje potencjalnie niebezpieczne (near-miss)	151	160
Obserwacje behawioralne / techniczne	17 467	31 843

*zewewnętrzne, tzn. takie, w których poszkodowany został pracownik podwykonawcy.



95%
pracowników browarów i magazynów uczestniczy w prowadzeniu obserwacji

31 843
obserwacji behawioralnych i technicznych

30%
zmniejszenie poziomu wypadków

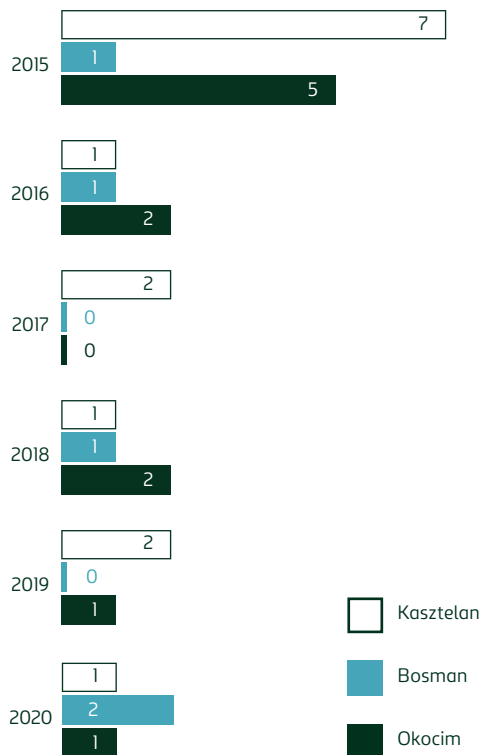


Jarosław Juszczyk,
menedżer ds. BHP

W 2020 roku odnotowaliśmy istotny postęp na drodze do osiągnięcia celu ZERO wypadków na dwóch poziomach:

- ▼ Zmniejszyliśmy poziom wypadków o blisko 30%.
- ▼ Zwiększyliśmy poziom obserwacji behawioralnych i technicznych o ponad 14 000.

LICZBA WYPADKÓW ZE ZWOLNIENIEM LEKARSKIM (LTA – LOST TIME ACCIDENT) W POSZCZEGÓLNYCH BROWARACH W LATACH 2015-2020



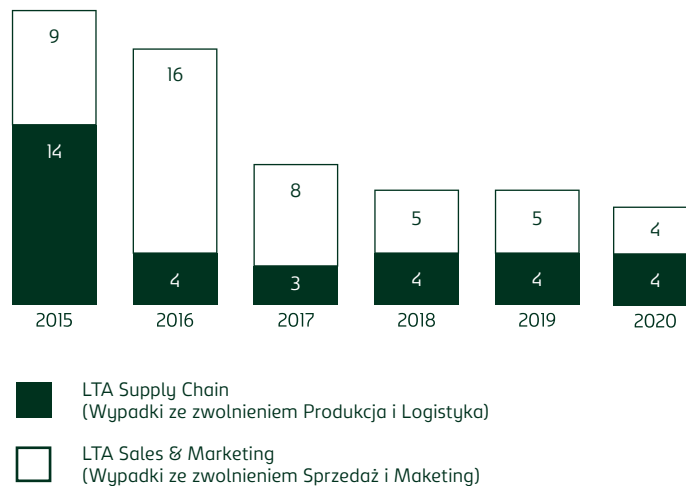
OSIĄGNIĘCIA 2020

Promowanie obserwacji w miejscu pracy celem wczesnej identyfikacji zagrożeń i kreowania bezpiecznego środowiska pracy.

Kampanie i projekty: prace szczególnie niebezpieczne, zarządzanie pracownikami tymczasowymi.

Dni Bezpieczeństwa w browarach zawieszono z uwagi na ograniczenia COVID-19.

WYPADKI ZE ZWOLNIENIEM LEKARSKIM 2015-2020 ŁĄCZNIE



PLANY 2021

Wzmacnianie kultury BHP poprzez promowanie obserwacji zachowań wśród pracowników i podwykonawców.

Kampanie i projekty:

- ▼ Szybka Ocena Ryzyka dla zadań nierutynowych.
- ▼ Bezpieczny Transport Ręczny.
- ▼ Budowanie Filaru BHP w browarze Brzesko – wzmocnienie roli operatora w promowaniu i wdrażaniu kultury BHP, zwiększenie poczucia odpowiedzialności za siebie i kolegów.

Planowane działania:

- ▼ Przygotowanie organizacji na powrót do „nowej – normalności”.
- ▼ Dni bezpieczeństwa w browarach.
- ▼ Praktyczne szkolenia z bezpiecznej jazdy samochodem.
- ▼ Aspekty pracy zdalnej.

Pandemia wymusiła na nas zmianę priorytetów, ograniczenie skali szkoleń fizycznych i wdrożenie nowych środków w zakresie bezpieczeństwa jak również organizacji pracy.

Równocześnie kontynuowaliśmy angażowanie pracowników w poprawę bezpieczeństwa na stanowisku pracy. W dalszym ciągu zwiększaliśmy liczbę obserwacji behawioralnych i technicznych, gdyż każda zgłoszona obserwacja bądź tzw. near-miss czyli sytuacja potencjalnie wypadkowa to możliwe źródło wypadku. W obserwacjach aktywnie uczestniczyło ponad 95% pracowników browarów i magazynów. W 2021 roku planujemy wzmocnić obszar obserwacji związanych z zachowaniem.





NARZĘDZIA I PROGRAMY

W celu osiągnięcia celu ZERO WYPADKÓW koniecznością jest zaangażowanie pracowników oraz ciągła edukacja i uświadamianie.

Wśród narzędzi jakie stosujemy znajdują się:

Obserwacje

identyfikacja zachowania lub aspektów technicznych, które „w sprzyjających warunkach” mogą spowodować uraz, chorobę, stratę materiałną lub środowiskową.

Standardy

wszystkie nasze browary posiadają Zintegrowany System Zarządzania, obejmujący również obszar Bezpieczeństwa i Higieny Pracy.

Program BEZPIECZNA PIĄTKA

który określa 5 kroków podnoszących bezpieczeństwo.

Program 5 ŻŁOTYCH ZASAD Grupy Carlsberg

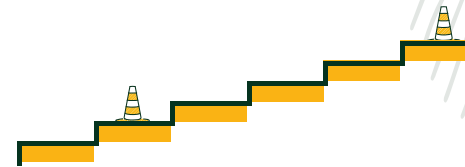
obejmujących najbardziej ryzykowne obszary naszej działalności i potencjalnych zagrożeń wypadkami. Dążymy do redukcji tego wskaźnika z roku na rok.

Program 4M oraz Dekalog COVID

ukierunkowane na ograniczenie ryzyka SARS-COV-2.

Program ciągłego doskonalenia KAIZEN

w ramach którego regularnie zbieramy pomysły pracowników na usprawnienia w zakresie organizacji bezpieczeństwa pracy.



Edukacja i szkolenia

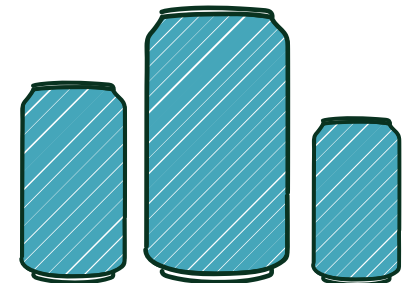
w 2020 roku ograniczone ze względu na sytuację pandemiczną.



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. Dążymy do całkowitego ich wyeliminowania do 2030 roku.

Wskaźnik wypadków obliczamy jako liczbę zajęć 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.





EDUKACJA I SZKOLENIA

Edukacja i szkolenia to nieodłączny element działań uświadamiających mających na celu zwiększenie bezpieczeństwa. Każdego roku wybieramy i komunikujemy wybrane zagadnienia w formie kampanii informacyjnych.

W 2020 roku dotyczyły stosowania: prowadzenia prac na wysokości, stosowaniu LOTO, oraz nadzoru nad podwykonawcami.

Dodatkowo skupiliśmy się na wdrożeniu standardu prac szczególnie niebezpiecznych oraz standardu dotyczącego zarządzania pracownikami tymczasowymi. Zrealizowana została również kampania „Nie Przechodź Obojętnie”, której celem było przypomnienie jak skutecznie przeprowadzać obserwacje BHP i tym samym pomóc sobie i naszym współpracownikom uniknąć wypadków w miejscu pracy.

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.

W związku z pandemią SARS-COV-2, która znacząco zmieniła sposób działania i postępowania w całej organizacji, zrealizowaliśmy szereg szkoleń i warsztatów.

5 ZŁOTYCH ZASAD

Grupy Carlsberg mogących uratować życie określa najbardziej ryzykowne obszary naszej działalności i potencjalnych zagrożeń wypadkami:

1. Przestrzegaj zasad bezpieczeństwa na drogach / placach.
2. Zawsze używaj LOTO*.
3. Nie usuwaj/omijaj/wyłączaj systemów bezpieczeństwa.
4. Praca na wysokości – pracuj tylko zgodnie z procedurą.
5. Przestrzenie zamknięte – pracuj tylko zgodnie z procedurą.

*z ang. Lock Out, Tag Out czyli zablokuj, oznacz.

BEZPIECZNA PIĄTKA

Program „Bezpieczna piątka” definiuje 5 kroków niezbędnych do wykonania pracy w bezpieczny sposób odnosząc się do codziennych postaw i zachowań.



ZASADA 4M

Zasada 4M wdrożona w 2020 r. odnosi się wprost do ograniczania ryzyka związanego z SARS-COV-2. Promuje ona trzy kluczowe zachowania: utrzymanie 2Metrowego dystansu społecznego, stosowanie Maseczki oraz Mycie lub dezynfekcja dłoni.

DEKALOG COVID

Zbiór zasad prewencji przed zarażeniem wirusem SARS-COV-2 opracowany na podstawie rekomendacji Zespołu Kryzysowego Carlsberg Polska z uwzględnieniem wymogów Grupy Carlsberg. Wykorzystywany w wewnętrznej komunikacji, również w formie plakatu umieszczonego w miejscach największego ruchu naszych pracowników (wejścia do zakładów, szatnie, jadalnie, tablice).

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 2020 roku pracownicy zgłosili 600 kaizenów - usprawnień związanych z obszarem BHP. Najczęściej dotyczyły one poprawy ergonomii i komfortu pracy. Zgłaszane były również pomysły eliminujące lub ograniczające ryzyka zdefiniowane w 5 ZŁOTYCH ZASADACH, odnoszące się do zarządzania środkami chemicznymi czy też zmniejszające ryzyko potknięcia i upadku.

ZASADA 4M

2 Metry

Dystans społeczny



Maseczka również na nosie

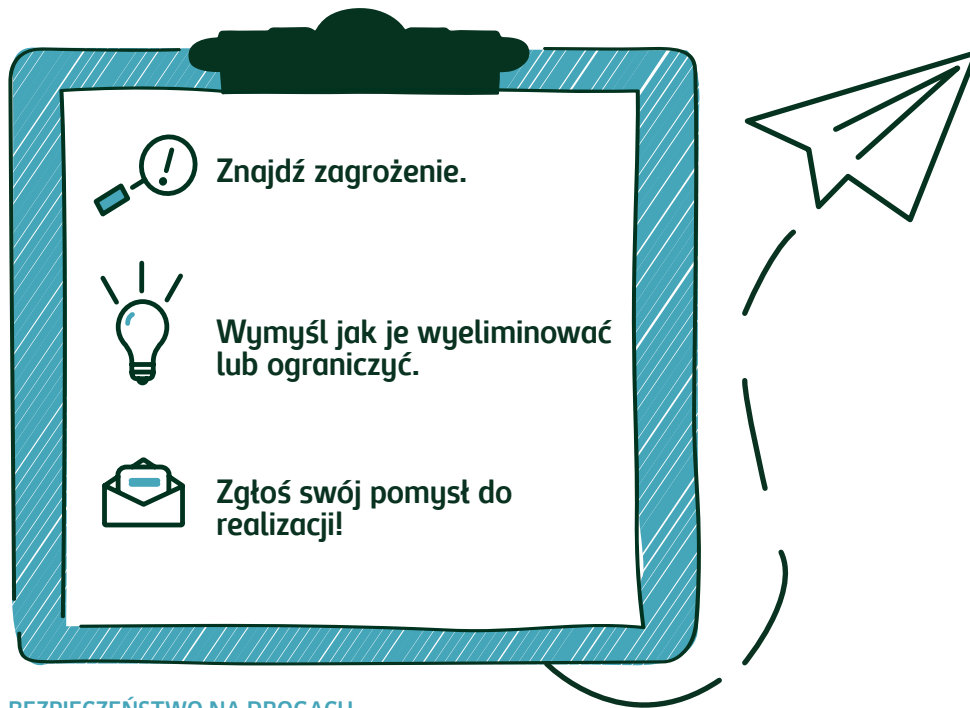


Mycie lub Dezynfekcja



600

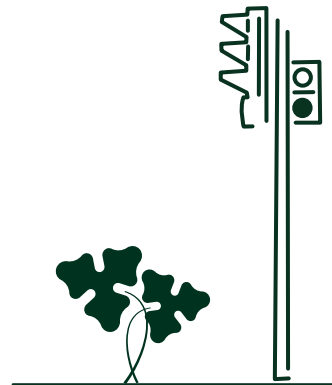
zgłoszonych usprawnień w obszarze BHP



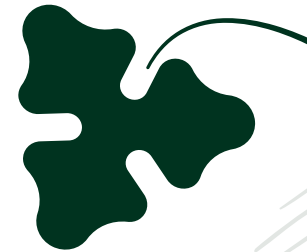
BEZPIECZEŃSTWO NA DROGACH

Poza troską o bezpieczeństwo pracowników na terenie browarów równie ważne są działania zapewniające bezpieczeństwo pracowników podczas jazdy, co realizujemy poprzez:

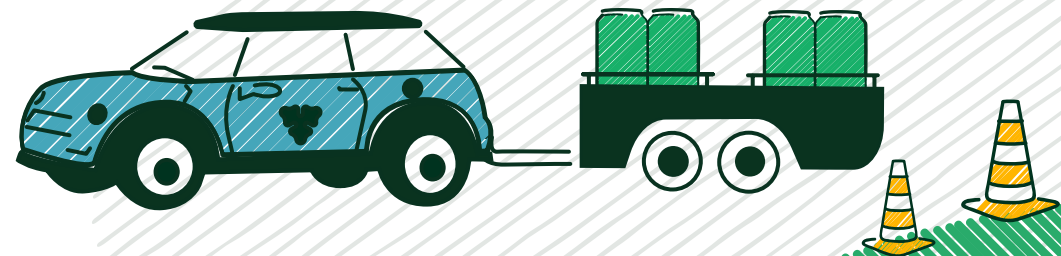
- ✦ Instalacje Alko Stopów w samochodach – 85 proc. samochodów służbowych w firmie posiada AlkoStopy (w 2018 – 38 proc.).
- ✦ Szkolenia z bezpiecznej jazdy – w 2020 roku kontynuowaliśmy rozpoczęty we wrześniu 2019 cykl szkoleń online z zasad bezpiecznej jazdy dla użytkowników samochodów.



W ramach prac poprawiających bezpieczeństwo ruchu drogowego i pieszego na terenie zakładu skupiliśmy się na dalszym oddzieleniu ruchu pieszego od ruchu samochodów i wózków poprzez montaż dodatkowych barierek, przejść dla pieszych, oraz reorganizację sposobu poruszania się po drogach i placach. Kontynuowany był również pomiar prędkości pojazdów na terenie naszych browarów. Dodatkowo przygotowano nowe bezpieczne miejsca składowania materiałów do produkcji oraz przebudowane zostały miejsca składowania kontenerów.



85%
samochodów służbowych w firmie posiada AlkoStopy



Szkolenie obejmuje 3 obszary zagrożeń związanych z prowadzeniem samochodu:

Lekcja 1:
MIT o podzielności uwagi ukazujący negatywny wpływ korzystania z telefonu podczas prowadzenia pojazdu na czas reakcji kierowcy.

Lekcja nr 2:
Ślepotą na zmiany, aby uświadomić, że ludzkie oko też bywa zawodne.

Lekcja nr 3:
Punkty kolizji, której celem było przedstawienie miejsc na skrzyżowaniach dróg, na których najczęściej dochodzi do zdarzeń drogowych.



COVID-19

W pandemii Covid-19 głównym celem działań zarządu Carlsberg Polska była dbałość o bezpieczeństwo i zdrowie, w tym również zdrowie psychiczne pracowników w Carlsberg Polska.

Środki wdrożone w związku z pandemią:

- ❖ Zespół Zarządzania Kryzysowego – powołaliśmy międzydiscyplinarny zespół złożony z przedstawicieli kluczowych obszarów działania Carlsberg Polska.
- ❖ Nowe procesy i procedury – wprowadziliśmy zalecenia Ministerstwa Zdrowia i Głównego Inspektora Sanitarnego oraz opracowaliśmy własne procesy i procedury.
- ❖ Środki ochrony oraz podwyższone reżimy higieniczne w browarach – zaopatrzyliśmy pracowników w środki ochrony np. maseczki, płyny do dezynfekcji. Zwiększyliśmy częstotliwość myć pomieszczeń, w których mogą przebywać kierowcy / kurierzy. Ograniczyliśmy kontakt naszych pracowników z nimi poprzez zmiany zasad wpuszczania na teren browaru oraz zmianę zasad obiegu dokumentów.

- ❖ Praca zdalna pracowników biurowych przez przedstawicieli handlowych – tam, gdzie było to możliwe, od razu została wdrożona praca zdalna. Wstrzymaliśmy podróże służbowe, zapewniliśmy pracownikom dostęp do narzędzi i platform IT.
- ❖ Bufory czasowe między zmianami przeznaczone na dezynfekcję – wprowadziliśmy podwyższone zasady higieny, np. zmiany przez długi czas miały się w odstępie 30 min., aby nie spotykać się i aby zdążyć zdezynfekować szatnie i inne pomieszczenia wspólne.
- ❖ Współpraca z ALAB Laboratoria oraz z naszym dostawcą usług medycznych Grupą LUXMED – umożliwiliśmy realizację testów na obecność COVID-19 dla naszych pracowników i ich bliskich.
- ❖ Komunikacja i dbanie o dobre samopoczucie pracowników.

Wszystkie te działania będą kontynuowane tak długo, jak trwa sytuacja pandemiczna w Polsce, a pracownicy będą deklarowali, że ich potrzebują. Tak kompleksowe podejście pozwoliło Carlsberg Polska utrzymać ciągłość produkcji i dostaw do klientów i konsumentów.





KOMUNIKACJA

Od początku pandemii prowadziliśmy dedykowane działania komunikacyjne skierowane do pracowników. Cotygodniowy newsletter na temat różnych aspektów COVID-19 i bieżących zaleceń rządu był publikowany w intranecie i dodatkowo wysyłany do wszystkich pracowników jako część standardowego piątkowego newslettera. Na Intranecie uruchomiliśmy również specjalną sekcję poświęconą COVID-19, w której pracownicy mogą znaleźć zestaw potrzebnych i stale aktualizowanych informacji np. kontakty do infolinii COVID-19, zalecenia, procedury, etc..

Dużą wagę przywiązujemy do dobrego samopoczucia pracowników w tym trudnym okresie. Stworzyliśmy platformę Share2Care, na której każdy mógł dzielić się praktykami dotyczącymi pracy zdalnej oraz inspirować koleżanki i kolegów do dbania o aktywność sportową i dobre samopoczucie, aby lepiej radzić sobie w nowej rzeczywistości.

Poszczególne zespoły wprowadziły „wirtualne spotkania przy kawie”, podczas których nie porusza się tematów zawodowych, a jest to czas na luźne rozmowy zbliżające ludzi i dające poczucie wspólnoty. W każdy poniedziałek o 8.00 odbywają się warsztaty online „Zdrowa Równowaga” z udziałem psychologów i terapeutów, którzy poruszają tematy ważne, również zgłaszane przez pracowników.

Ponadto, odbyły się i będą powtarzane warsztaty online dla kadry menedżerskiej, by wesprzeć ich w komunikacji z zespołami, rozwoju umiejętności dostrzegania i odpowiedniego reagowania w trudnej sytuacji zgłaszanej przez

pracownika. Na stałe w kulturę firmy wpisały się także webinaria „Rozwojowe Środy”, podczas których poruszane są tematy rozwoju osobistego, radzenia sobie ze stresem, prawidłowego oddychania etc.

WSPARCIE SPOŁECZNOŚCI LOKALNYCH I KLIENTÓW

Podczas pandemii aktywnie wspieraliśmy społeczność lokalne w miejscowościach, w których działają nasze browary czyli w Szczecinie, Sierpcu i Brzesku. Pomoc skierowaliśmy również do naszych klientów, szczególnie z gastronomii.

W porozumieniu z władzami lokalnymi zdecydowaliśmy, że najlepszą pomocą będzie ufundowanie szpitalom sprzętu potrzebnego do walki z pandemią, który przyda się też mieszkańcom po jej zakończeniu. Każdemu z trzech szpitali zlokalizowanych w miastach, w których mamy browary przekazaliśmy po 200 tys. złotych.

Sektor HoReCa zmierzył się w 2020 roku ze szczególnie trudną sytuacją – dwa lockdowny ograniczyły lub w wielu przypadkach uniemożliwiły działanie wielu lokali. W momencie zamknięcia lokali znajdowało się w nich piwo, które się przeterminowało. Jako wsparcie naszych partnerów z tej branży odbieraliśmy i utylizowaliśmy przeterminowane piwo na własny koszt.



NASI
PRACOWNICY

NASI PRACOWNICY

Rok temu nikt nie spodziewał się takiej rzeczywistości, jaką mamy obecnie. Rok 2020 to ciągłe wyzwania, ale i szanse na rozwój organizacji oraz nas samych. Reagowanie na zmieniający się świat stymuluje nowe pomysły i daje odwagę do ich wdrażania, a wszystko zgodnie z naszą misją – dla lepszego dziś i jutra. Tak, jak robimy to w Carlsberg Polska.



94%

pracowników uważa, że jest dobrze poinformowanych o działaniach firmy



26%

naszej kadry to kobiety (366)

74%

naszej kadry to mężczyźni (1026)



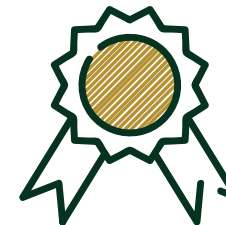
24 333

godzin szkoleniowych naszych pracowników



1 392

liczba zatrudnionych osób w 2020 roku



Ambasadorzy Kultury 3A:

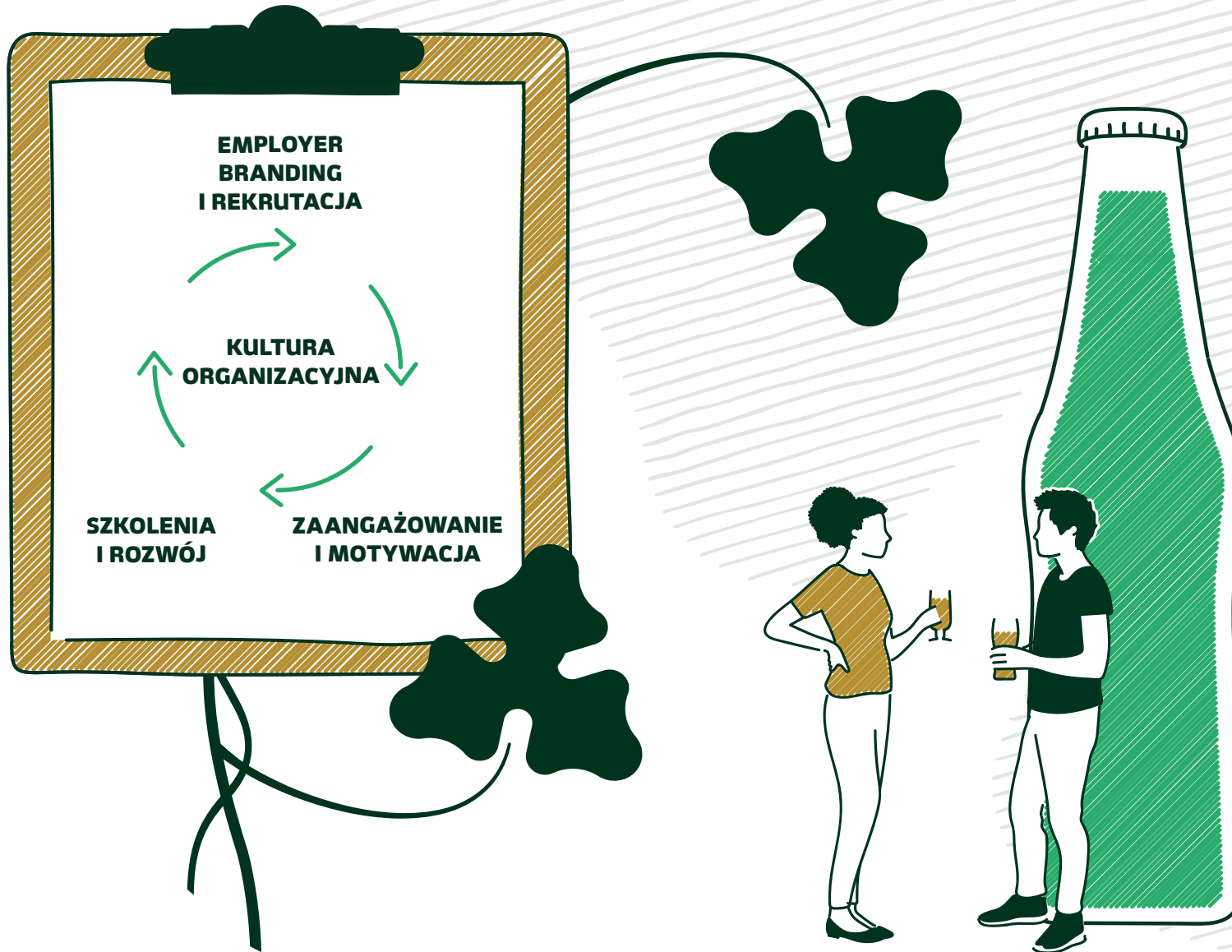
492

zgłoszenia

32

laureatów

ZAWARTOŚĆ ROZDZIAŁU



Jako zespół Szkoleń i Rozwoju Carlsberg Polska wciąż rozmawiamy z biznesem o tym, co jest aktualnie ważne i na co warto zwrócić uwagę. Wypracowujemy rozwiązania dopasowane do zmieniającej się rzeczywistości, które jednocześnie są istotne z punktu widzenia pracownika - jego rozwoju, ale i dobrego samopoczucia. Szczególnie w okresie pandemii te dwa aspekty są nieodłącznym elementem kultury Carlsberg Polska. Nie zwalniamy tempa, a oferta szkoleniowa przeszła głównie do świata online i świetnie się tam rozwija. Przez ostatni rok znacząco poszerzyliśmy naszą ofertę szkoleń i webinarów. Istotne jest dla nas nie tylko dbanie o rozwój umiejętności miękkich pracowników, ale także zadbanie o ich dobre samopoczucie.

Małgorzata Wenclaw-Kosińska,
kierownik ds. rozwoju i szkoleń

KULTURA ORGANIZACYJNA

ALIGNMENT

(Uzgodnienie)



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

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

ACCOUNTABILITY

(Odpowiedzialność)



- ▼ 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.

ACTION

(Działanie)



AMBASADORZY KULTURY 3A

W ramach naszej Kultury 3A co roku doceniamy i nagradzamy dobrą pracę w ramach programu Ambasadorzy Kultury 3A. Celem jest wyróżnianie osób będących przykładem działania zgodnie z naszymi wartościami.

”**Swoim zachowaniem pokazuje, że cel wspólnej pracy stoi wyżej niż cele jednostkowe. Jest empatyczna i ma zdolności do stawiania się w sytuacji innych. Potrafi swój czas podzielić tak, by pomóc innym, czym udowadnia, że ma poczucie odpowiedzialności za pracę własną i zespołu.**

Kategorie, w jakich pracownicy mogli nominować siebie bądź koleżanki i kolegów:

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

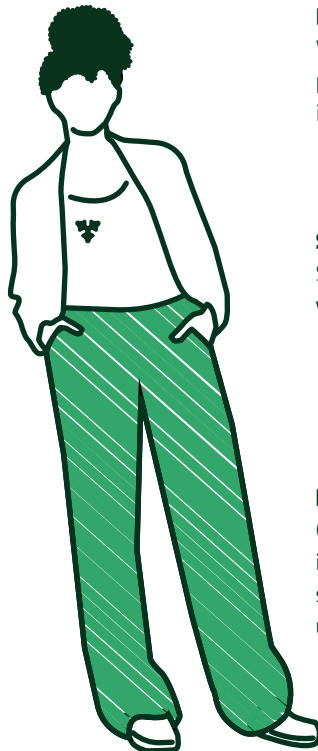
Szukanie szans i wyzwań, doprowadzanie spraw do końca.

PASJA

Zaangażowanie w pracę, sprawy firmy, optymizm w działaniu.

PRACA ZESPOŁOWA

Umiejętność dostarczania rezultatów w zespołach, współpraca x-funkcyjna.



PROFESJONALIZM

Wysoki (vs rynek) poziom umiejętności i wykonywanej pracy.

SAMOSTEROWNOŚĆ

Samodzielne działanie, wewnętrzna motywacja.

POKORA

Czerpanie z doświadczeń innych w pracy i na rynku, szacunek dla innych, umiejętność słuchania.

Otrzymaliśmy rekordową liczbę



492
zgłoszeń,

z których jury wyłoniło



32
laureatów

Najpopularniejsze kategorie zgłoszeń w 2020 roku:



PROFESJONALIZM
(152 zgłoszenia)



PRACA ZESPOŁOWA
(129 zgłoszeń)



PASJA
(113 zgłoszeń)

Wszystkie nominacje jury oceniano biorąc pod uwagę następujące kryteria:

- ♥ jakość zgłoszenia,
- ♥ zgodność z daną postawą / zachowaniem,
- ♥ wpływ na innych pracowników,
- ♥ wpływ na działalność firmy,
- ♥ wpływ na rozwój kompetencji.

”**Bardzo dba o rozwój „swoich ludzi”, bierze za nich odpowiedzialność, jeśli trzeba potrafi o nich zawalczyć. Inspiruje innych do stawiania sobie ambitnych celów. Swoją postawą udowadnia, że nie ma rzeczy niemożliwych, a ograniczenia są wyłącznie w naszej głowie.**

”**Jego postawa i chęć działania jest bardzo motywująca... śmiało można powiedzieć, że swoją energią i pasją do pracy zaraża ludzi oraz poprawia ogromnie współpracę. Pasją wpływa na optymalizację linii, szuka nowych rozwiązań na poprawę wydajności, oszczędności zużycia mediów, a także czasu. Jego optymizm do pracy jest na tyle absorbujący, że wyróżnia się na tle wielu pracowników.**

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 naszych pracowników.

Zróżnicowana pula Talentów

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

Równe szanse

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

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.

ZARZĄDZANIE RÓŻNORODNOŚCIĄ

W Grupie Carlsberg szanujemy różnorodność ze względu na płeć, wiek, kulturę, pochodzenie etniczne, zdolności fizyczne, przekonania polityczne i religijne, orientację seksualną. Tworzymy atmosferę, która sprzyja integracji i zapewnia, że każdy w Carlsberg może być sobą.

Poszanowanie różnorodności (D&I) jest zakorzenione w czterech filarach. Wspierają one nasze podejście w procesach pracowniczych.



RÓŻNORODNOŚĆ W NAJWYŻSZYM ORGANIE ZARZĄDZAJĄCYMI KADRZE PRACOWNICZEJ

Wiek		poniżej 30 lat	30-50 lat	powyżej 50 lat	suma	
Zarząd	Kobieta	2018	0	2	0	2
		2019	0	2	0	2
		2020	0	2	0	2
	Mężczyzna	2018	0	4	1	5
		2019	0	5	0	5
		2020	0	4	0	4
Reszta organizacji	Kobieta	2018	58	228	46	332
		2019	58	246	53	357
		2020	50	266	48	364
	Mężczyzna	2018	190	628	179	997
		2019	182	643	216	1041
		2020	174	651	197	1022

EMPLOYER BRANDING I REKRUTACJA

Szukamy kandydatów, którzy chcą mieć realny wpływ na tworzenie nowych rozwiązań i być częścią zmian, jakie przeprowadzamy, inspirując partnerów, konkurencję i rynek. Działania realizujemy zgodnie z wytycznymi globalnej strategii employer branding, ogłoszonej przez Grupę Carlsberg z końcem roku 2019.

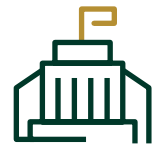


Narzędzia, z których korzystamy pozwalają nam skutecznie zwiększać efektywność i budować markę pracodawcy jakim jest Carlsberg Polska. W 2020 roku położyliśmy nacisk na rozwiązania online – stronę karierową oraz pre-onboardingowe narzędzie Hypercare. Spotkania rekrutacyjne odbywały się online, uruchomiliśmy również od listopada 2020 r. projekt wsparcia mentoringowego dla osób zatrudnionych w czasie Covid-19.

BUDOWA MARKI PRACODAWCY

Od ponad dwóch lat w naszej firmie realizujemy szereg działań, które są częścią procesu wzmocnienia marki Carlsberg Polska jako pracodawcy.

Działania wewnętrzne, skierowane do wszystkich pracowników i mające na celu stworzenie przyjaznej atmosfery pracy oraz umożliwienie rozwoju, czyli m.in.:



wprowadzenie do firmy (Induction)



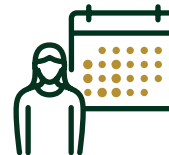
szeroka oferta szkoleniowa (szkolenia otwarte, specjalistyczne, cykle rozwojowe)



benefity



aktywności sportowe w ramach Carlsbergowej Grupy Sportowej



organizacja wydarzeń takich jak Dzień Doceniania Pracownika

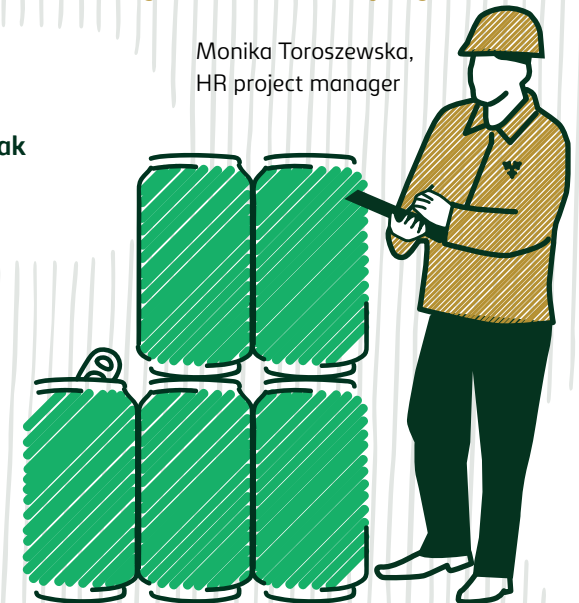


tematyczne eventy online czy uruchomienie platformy Share2Care



Employer Value Proposition (EVP) to podstawa naszych działań budujących markę pracodawcy (Employer Branding). Wyszliśmy od analizy potrzeb pracowników. W trakcie procesu zdefiniowaliśmy zestaw wyróżników Grupy Carlsberg jako pracodawcy. Wypracowaliśmy plan komunikacji i działań prowadzących do pozyskania talentów, który skutecznie realizujemy.

Monika Toroszevska,
HR project manager



Działania zewnętrzne, skierowane do naszych potencjalnych pracowników, mające na celu budowanie wizerunku naszej firmy jako atrakcyjnego i nowoczesnego pracodawcy, np. regularnie jesteśmy obecni na Targach Pracy w Szczecinie, mamy bardzo dobrą stronę karierową oraz atrakcyjne ogłoszenia rekrutacyjne. Dbamy o całość doświadczeń i wrażeń kandydata z procesu rekrutacji, czyli candidate experience. Zależy nam, żeby nasze rekrutacje były atrakcyjne i angażujące kandydatów już od pierwszego kontaktu z nami.

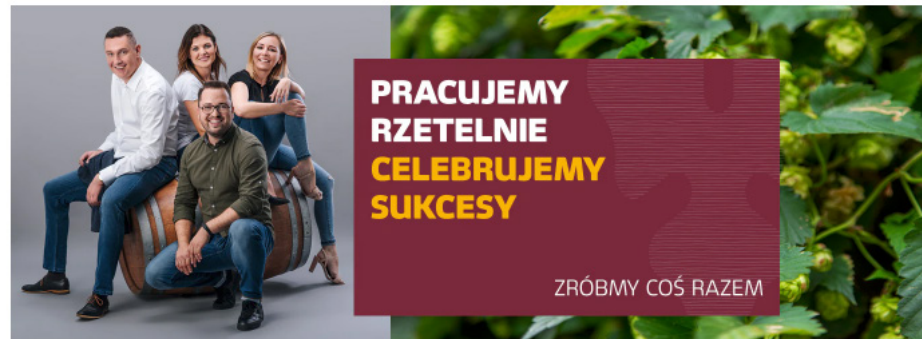
STRONA KARIEROWA

W 2020 roku uruchomiliśmy stronę karierową. Zawiera ona informacje o naszej organizacji, a także zdjęcia naszych najlepszych ambasadorów – pracowników. Kandydaci mogą dowiedzieć się kim jesteśmy, jakie wartości są dla nas istotne i na jakie stanowiska aktualnie rekrutujemy. Link do polskiej strony karierowej: <https://careers.carlsberg.com/CarlsbergPL>

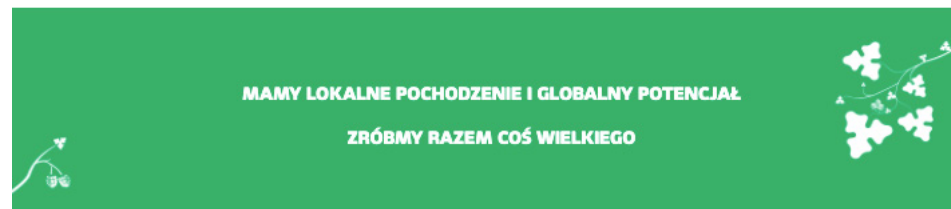


LOKALIZACJE - JAK PRACUJEMY - APLIKUJ -

Dołącz do naszej społeczności

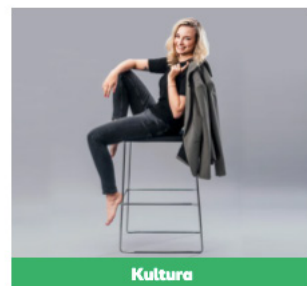


CHCESZ DOWIEDZIEĆ SIĘ WIĘCEJ O NASZYCH BROWARACH? KLIKNIJ TUTAJ



Wyszukiwanie według słów kluczowych Wyszukiwanie według lokalizacji Wyszukiwanie ofert pracy

[Pokaż więcej opcji](#)



HYPERCARE

W maju 2020 roku, wdrożyliśmy innowacyjne narzędzie wspierające proces rekrutacji i pre-onboardingu w naszej organizacji. Hypercare to narzędzie bazujące na krótkich, sprofilowanych wiadomościach SMS, które wysyłamy do naszych kandydatów na każdym etapie procesu rekrutacji, zawierające:

- ✦ nagranie wideo, w którym nasi pracownicy zapraszają kandydata na rozmowę i tłumaczą jak się do niej przygotować,
- ✦ informację o tym, czym zajmuje się nasza firma i jakimi wartościami się kieruje,
- ✦ link do spotkania online lub lokalizację miejsca spotkania ze wskazówkami dojazdu, mapką Google Maps i rezerwacją parkingu,
- ✦ prosty przycisk do potwierdzenia spotkania lub zmiany terminu,
- ✦ numer telefonu do rekrutera, który można jednym kliknięciem zapisać w kontaktach,
- ✦ zdjęcia, na których znajdują się biuro i browary,
- ✦ linki do naszych social mediów.

Wiadomości dopasowane są do obszaru, do którego dana osoba aplikuje (biuro, produkcja, sprzedaż). Hypercare pozwala już na etapie rekrutacji poznać specyfikę naszej firmy, poczuć jej atmosferę, ułatwia przygotowanie do spotkania oraz umożliwia szybki kontakt z rekruterem.



CHCESZ DOWIEDZIEĆ SIĘ WIĘCEJ? 3 NAJWAŻNIEJSZE POWODY DLA KTÓRYCH WARTO U NAS PRACOWAĆ

Efektywność: Osiągamy więcej

Wszyscy mamy wpływ na wyniki biznesowe.

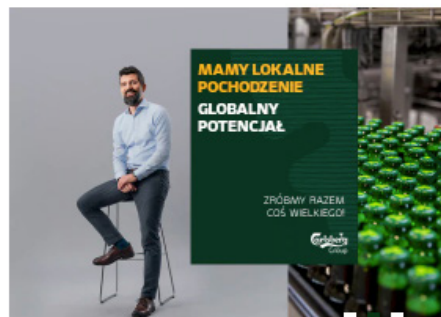
Ważna jest dla nas współpraca między działowa, dzięki której rozwijamy swoje kompetencje i umiejętności. Wspierają nas w tym nasi Liderzy na każdym etapie rozwoju zawodowego. Istotne jest dla nas zachowanie równowagi pomiędzy pracą a czasem wolnym oraz celebrowanie okazji do wspólnych spotkań.



Duma: Jesteśmy dumni z naszych marek

Jesteśmy firmą globalną o silnych lokalnych korzeniach. Nasze produkty to nasza pasja, a nasze marki tworzą chwile, które łączą ludzi na całym świecie.

Jako pracownicy rozumiemy potrzeby konsumentów jak nikt inny. Mamy swobodę podejmowania własnych decyzji, by wspierać strategię naszej Grupy. Jesteśmy zaangażowani i mamy możliwość wykorzystywania swoich talentów. Dzięki temu warzymy doskonale piwo i osiągamy dobre wyniki w sprzedaży oraz rozwijamy swoje umiejętności.



Cel: Innowacyjni wczoraj i dziś

Nasi założyciele zawsze stawiali na jakość, badania i działania na rzecz lokalnych społeczności. Patrzyli w przyszłość, przedkładając długoterminowy wzrost nad krótkoterminowe zyski.

Przez lata te wspólne wartości ewoluowały i dzisiaj zawierają się w naszej misji: warzymy dla lepszego dziś i jutra.

Nas, pracowników Carlsberg Polska cechuje wyobraźnia i nieszyblonowe myślenie. Nie spoczywamy na dotychczasowych sukcesach, robimy więcej dla lokalnych społeczności i działamy odpowiedzialnie.

W Carlsberg Polska cenimy różnorodność. Mamy różnicowane umiejętności, które wykorzystujemy współpracując ze sobą.



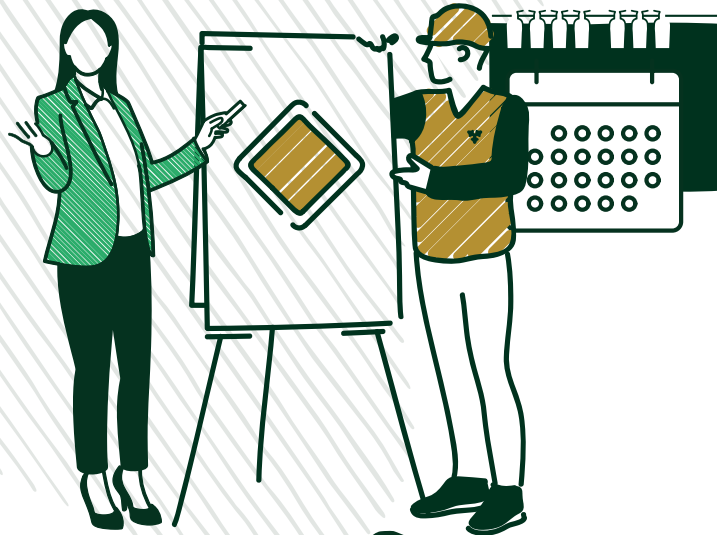
SZKOLENIA I REKRUTACJA

**SZKOLENIA
OTWARTE**

**SZKOLENIA
DEDYKOWANE
(FUNKCJE)**

**ROZWOJOWE
ŚRODY**

**ZDROWA
RÓWNOWAGA**



**LIDERZY
CARLSBERGA**

**FIRST TIME
MANAGER**

FIT COACHING

E-SZKOLENIA

Przez ostatni rok znacząco poszerzyliśmy ofertę szkoleń i webinarów. Obejmuje ona całą paletę edukacyjną poczynając od obowiązkowych szkoleń wprowadzających i stanowiskowych, poprzez szkolenia otwarte i dostęp do zdalnej platformy szkoleniowej skończywszy na programie rozwoju liderów.

Istotne jest dla nas nie tylko dbanie o rozwój umiejętności miękkich pracowników, lecz także ich dobre samopoczucie. Równocześnie kładziemy nacisk na uczenie się na stanowisku pracy oraz od współpracowników.

Naszą bazą szkoleniową jest cieszący się powodzeniem od wielu lat projekt „Szkoleń Otwartych” prowadzonych w zamkniętych grupach, w którym trenerami są nasi wewnętrzni eksperci.

W 2020 roku uruchomiliśmy także bibliotekę wiedzy pod postacią artykułów i książek dostępnych w grupie w Share 2 Care w MS Teams, czyli platformie, na której pracownicy mogli znaleźć interesujące ich tematy biznesowe oraz life-style, stworzona przez pracowników dla pracowników, a także w intranecie w sekcji Szkolenia i Rozwój.

DZIAŁANIA ROZWOJOWE I SZKOLENIA ZREALIZOWANE W 2020 ROKU

❖ LIDERZY CARLSBERGA

(4 edycja): 25 uczestników, 3 moduły każdy po 12 godzin szkoleniowych

❖ FIRST TIME MANAGER

46 uczestników, blended learning (2 moduły e-learningowe, 3 tematy webinarowe, 1 szkolenie 2 dniowe in-class), w sumie 83 godzin warsztatów

❖ SKUTECZNY LIDER

12 uczestników, 2-dniowe szkolenie dla Liderów Produkcji

❖ OD KIEROWNIKA DO LIDERA

5 uczestników, micro-learning, 10 spotkań po 4 godziny

❖ PERFORMANCE MANAGEMENT

6 sesji dla kierowników z wyznaczania celów i ich rozliczania

❖ FEEDBACK I DOCENIANIE

20 uczestników, 2 sesje webinarowe po 2 godziny

❖ FIT COACHING

44 uczestników, program dedykowany dla menedżerów z obszaru sprzedaży, 4 sesje po 8 godzin



Rozwój liderów i ich odpowiednie przygotowanie do pełnienia tej roli to dla nas bardzo ważny element zarówno dbałości o rozwój pracowników, jak i działania w zgodzie z Kulturą 3A. W 2020 roku po raz pierwszy uruchomiliśmy program First Time Manager. Cykl webinarów, e-learningów oraz szkoleń in-class dedykowaliśmy pracownikom, którzy po raz pierwszy weszli w rolę liderów zespołów. Program został wysoko oceniony, a wiosną 2021 roku ruszy 2 edycja.

Katarzyna Fijolek,
senior L&D specialist

ROZWOJOWE ŚRODY

Nowością jest projekt mikrolearningu „Rozwajowe Środy”, czyli szeroko dostępne spotkania tematyczne, mające na celu wzmocnić nasze zaangażowanie i dać możliwość uczestniczenia wszystkim pracownikom w naszej organizacji. Do udziału w projekcie zaprosiliśmy uznanych trenerów zewnętrznych, którzy w środowe poranki, co dwa tygodnie, angażują online naszych pracowników krótką acz intensywną formą szkoleniową. Tematyka jest bardzo różnorodna, obejmuje tematy takie jak tajniki biochemii mózgu, zasady komunikacji czy techniki motywacyjne. Liczne pozytywne

informacje zwrotne po każdej sesji są dowodem wartości, jaką projekt przynosi organizacji. Słuchając potrzeb naszych pracowników i organizacji, projekt został wydłużony względem pierwotnych założeń i będzie kontynuowany, również w przyszłym roku.

NASZE SZKOLENIA*						
Kategorie pracowników	Średnia liczba godzin szkoleniowych			Łączna liczba godzin szkoleniowych		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Sprzedaż i Marketing	12h	12h	18h	6 089h	6 180h	9 428h
Produkcja	14h	12h	17h	8 297h	7 404h	10 015h
Logistyka	14h	12h	17h	2 477h	2 040h	3 260h
Administracja (HR, Finanse, PR)	8,5h	10h	19h	680h	770h	1 630h
				17 543h	16 394h	24 333h

*Średnia liczba szkoleń obliczona na podstawie danych raportowanych w Grupie Carlsberg. Uwzględniając szkolenia otwarte, szkolenia liderów, szkolenia sprzedaży, szkolenia BHP i działu ciągłego doskonalenia, szkolenia w ramach e-learningów oraz grupy warsztatowe nt. badania zaangażowania.

”Bardzo dobry pomysł, idealnie w czasie, dużo tematów do przemyślenia i technik do wypróbowania.

” Nie wyobrażam sobie lepiej zainwestowanych 45 minut przeznaczonych na szkolenie.

” Mega fajne spotkanie. (...) Warto było wcześniej wstać!

W spotkaniach w sumie udział wzięło 117 pracowników, a średnia ocena szkolenia to 4,79 na skali 5-stopniowej. Przydatność proponowanych tematów w pracy zawodowej została oceniona również wysoko osiągając wynik 4.72.

OCENA ROCZNA - PERFORMANCE MANAGEMENT

Istotnym elementem rozwoju jest otrzymywanie informacji zwrotnej. Regularne oceny roczne otrzymało w 2020 r. 95% pracowników, white collars 57% (pracownicy biurowi i sprzedaż, w tym przedstawiciele handlowi) oraz blue collars 38% (pracownicy produkcji).

PROGRAM LIDERZY CARLSBERGA

Czwarta edycja programu rozwoju liderów to 25 osób, 3 moduły każdy po 12 godzin szkoleniowych. Projekt rozpoczęliśmy w 2020r., natomiast koniec, w związku z pandemią, zaplanowany jest na 2021 r. Jest to projekt szkoleniowy skierowany do menedżerów, liderów lub sukcesorów na stanowiska menedżerskie, lidarskie. Za realizację odpowiada trener zewnętrzny wspierany przez członków zarządu (angażują się w program, uczestniczą, dzielą się doświadczeniem, udzielają feedbacku w prezentacjach przygotowanych przez uczestników na zakończenie programu).

ZAANGAŻOWANIE I MOTYWACJA

Czas pandemii jest okresem trudnym pod różnymi względami dla większości z nas. Mając to na uwadze, zaproponowaliśmy naszym pracownikom rozwiązanie, które ma na celu wesprzeć ich mentalnie w tych wyjątkowo trudnych czasach.

Od października 2020 realizujemy spotkania w ramach projektu „Zdrowa Równowaga”. Zainteresowanie tymi spotkaniami jest bardzo duże. Poniedziałkowe poranki gromadzą przed komputerami liczną grupę pracowników z różnych lokalizacji. Sesje prowadzone są przez psychologów, psychoterapeutów i trenerów doświadczonych w prowadzeniu szkoleń związanych z rozwojem mentalnym. Podczas godzinnych sesji ćwiczymy i rozmawiamy m.in. o tym, jak działa nasz mózg w czasie izolacji, jaki wpływ na nasze życie prywatne i biznesowe mają hormony, jak prawidłowo oddychać, jak radzić sobie ze stresem w czasie pandemii i jak wspierać naszych bliskich.

SŁUCHAMY NASZYCH PRACOWNIKÓW

Co roku przeprowadzamy anonimowe badanie komunikacji wewnętrznej w Carlsberg Polska, pytając w nim zarówno o ocenę poszczególnych źródeł komunikacji, jak też stopień świadomości wybranych tematów komunikowanych w ciągu roku.

W 2020 roku otrzymaliśmy

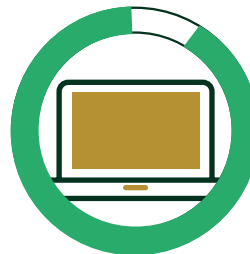


287
ankiet

Wśród ulubionych źródeł komunikacji znalazły się:



73 %
spotkania
informacyjne
(TownHalls)



95%
intranet



95%
dodatkowe
e-maile
Aktualności
Carlsberg
Polska



92%
piątkowy
Newsletter
Carlsberg Polska



77%
biuletyn
Carlsbergowo

OPINIE NASZYCH PRACOWNIKÓW*



uważa, że jest dobrze poinformowanych



czuło się dobrze poinformowanych nt. sytuacji związanej z COVID-19 w firmie



otrzymuje wystarczająco dużo informacji na temat bieżącego funkcjonowania firmy



rozumie misję „Warzymy dla lepszego dziś i jutra”



zna i rozumie program „Together Towards ZERO”

Intranet, newsletter i e:mail to ulubione źródła bieżących informacji.

*Odpowiedzi „Tak” i „Raczej tak”.

BADAMY SATYSFAKCJĘ

Co dwa lata prowadzimy badanie zaangażowania Moja Opinia, ostatnie zrealizowaliśmy w 2019 roku. Aż 89% pracowników wypowiedziało się wtedy na temat pracy w Carlsberg Polska, zaś wyniki były m.in. następujące:

84%

pracowników jest zadowolonych z pracy w naszej organizacji, a zaangażowanie jest na poziomie

73%

Na podstawie wyników tego badania w roku 2020 kontynuowaliśmy realizację zadań wynikających z Planu Działania dla Polski, skupiającego się na czterech kluczowych obszarach.

DZIEŃ DOCENIANIA PRACOWNIKA

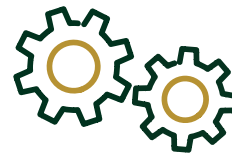
Employee Appreciation Day to nieformalne święto o amerykańskich korzeniach obchodzone w pierwszy piątek marca. W Carlsberg Polska był to wyjątkowy dzień pełen pozytywnych emocji i miłych gestów – od oficjalnych podziękowań od Zarządu w lokalnych gazetach, poprzez słodkie babeczki i naklejki, którymi mogliśmy podziękować za uśmiech, zaangażowanie czy pomoc naszym koleżankom i kolegom z pracy.

**Informacja zwrotna i uznanie**

regularne spotkania, nagradzanie i celebrowanie oraz program Ambasadorzy Kultury 3A

**Zmiany po ankiecie**

komunikacja statusu realizacji działań wynikających z Planu Działania

**Rezultaty i działanie**

działania rozwojowe i szkolenia

**Kultura**

warsztaty anty-stresowe oraz nieformalne spotkania





ZIELONE BIURO

Nasze warszawskie biuro już od 12 lat posiada Certyfikat Zielonego Biura. W 2020 r. kontynuowaliśmy rozwiązania wprowadzone już w poprzednich latach.

- ✦ Ograniczenie zużycia wody (wykorzystujemy zmywarki) i energii (posiadamy sprzęty AGD z klasą „A”), gasimy nieużywane ekrany oraz światło w salkach.
- ✦ Woda niegazowana i gazowana dostępna jest tylko w dzbankach z dystrybutorów wody podłączonych do wody bieżącej (wyliminowaliśmy butelki plastikowe).
- ✦ Zbieramy makulaturę, butelki zwrotne, zużyte baterie i tonery, w kuchni dostępna jest zgniatarka PET.
- ✦ Stosujemy drukowanie dwustronne, drukowanie z automatu ustawione jest na druk czarno – biały, a fizyczny wydruk możliwy dopiero po wprowadzeniu kodu PIN, co pozwala na drukowanie stron, po które się faktycznie pójdzie.
- ✦ Korzystamy z możliwie najmniejszej liczby koszy w całym biurze (na powierzchniach wspólnych) natomiast w ramach ułatwienia segregacji odpadów przy biurkach każdy ma pojemnik na odpady segregowalne.
- ✦ W dniu ziemi, jak co roku, wyłączyliśmy podświetlenie logo na budynku.

We współpracy z Fundacją dla Edukacji Ekologicznej Green Office zorganizowaliśmy w formule online warsztaty pt. „Ekonawyki w domu i w biurze”. Udział mogli wziąć wszyscy chętni nie tylko z biura warszawskiego, ale również z browarów. Podczas warsztatów można było się sprawdzić i w ramach quizu posegregować mniej oczyszczone odpady do odpowiednich pojemników. W tym czasie w gazetce firmowej ukazał się obszerny artykuł o tym jak możemy dbać o planetę wyrabiając w sobie drobne dobre nawyki – tak w biurze jak i w domu. Jesienią podeszliśmy do procesu recertyfikacji pomyślnie ją przechodząc.

BENEFITY PRACOWNICZE

Pracownicy administrują zdalnie swoimi benefitami poprzez dedykowaną platformę – wybierając świadczenia i korzystając z ofert specjalnych. Poza platformą benefitową, mając na względzie również dbałość o środowisko naturalne, uruchomiliśmy portal dla pracowników MyHR, za pomocą którego mogą przykładowo w dowolnym momencie pobierać dokumenty, takie jak paski płacowe czy PITy. Nieustannie dopasowujemy pakiet benefitów do potrzeb naszych pracowników. To ich opinia i zgłaszane potrzeby są często katalizatorem zmian.














ATMOSFERA W NASZEJ FIRMIE

-  Świąteczne paczki dla dzieci
-  Świadczenie świąteczne
-  Piwo okolicznościowe
-  Jubileusze
-  Ambasadorzy Kultury 3A
-  Bilety na mecze, koncerty, gadzety firmowe
-  Nagrody spontaniczne

WYGODNE NARZĘDZIA PRACY

-  Samochód służbowy
-  Laptop i internet
-  Telefon komórkowy
-  Elastyczne godziny pracy
-  Praca z domu
-  Platforma benefitowa Carlsberg Polska




TWÓJ ODPOCZYNEK

-  Karta Benefit Multisport
-  Wczasy pod gruszą
-  Dodatkowy urlop

TWOJE BEZPIECZEŃSTWO

-  Ubezpieczenie PZU
-  Zapomogi
-  Opieka medyczna Luxmed
-  Ubezpieczenie NNW
-  Becikowe
-  Pożyczki mieszkaniowe

ROZWÓJ Z CARLSBERG

-  Szkolenia
-  Dofinansowanie do nauki języka
-  Dofinansowanie do studiów





Rok 2020 zmienił nasze spojrzenie na benefity. Część z nich stała się niedostępna lub ograniczona z powodu wprowadzonych obostrzeń spowodowanych pandemią COVID-19 np. zakres świadczeń oferowanych przez Benefit Multisport czy udział w imprezach kulturalno-sportowych. Niektóre przekształciły się w formę zdalną, np. teleporady medyczne, treningi online. Wymagało to przemodelowania naszych pakietów tak aby były atrakcyjne dla pracowników w nowej rzeczywistości. Nieustannie jednak naszym głównym priorytetem było zapewnienie bezpieczeństwa pracownikom i ich rodzinom.

Paulina Zawadzka-Laskowska,
kierownik ds. wynagrodzeń i administracji

Wspólna sziałalność socjalna pozwala nam optymalnie wykorzystywać dostępne środki, tak aby dostarczyć jak najlepsze świadczenia. W ostatnim roku m.in. zwiększyliśmy wysokość i częstotliwość wypłaty świadczenia „wczasy pod gruszą”, zwiększyliśmy wysokość świadczenia świątecznego oraz przeznaczaliśmy na wypłatę pożyczek mieszkaniowo-budowlanych aż 1 mln 650 tys. zł., co pozwoliło zaspokoić potrzeby wszystkich pracowników. Poszerzyliśmy również ofertę piwa okolicznościowego dla pracowników,

wprowadzając każdorazowo kilka zestawów do wyboru, zawierających różne warianty piwa, w tym piwo smakowe oraz piwo bezalkoholowe. Od 2019 roku umożliwiamy pracownikom uczestnictwo w Pracowniczych Planach Kapitałowych fundując jako pracodawca dodatkową składkę na poziomie 0,5%. Udział pracowników w 2020r. wyniósł 58%. W stosunku do roku poprzedniego zwiększył się o 3%.

Dodatkowo chcąc zapewnić w czasie pandemii bezpieczeństwo naszym pracownikom i ich rodzinom zapewniliśmy środki ochrony takie jak maseczki, płyny do dezynfekcji, rękawiczki ochronne. Daliśmy możliwość wykonania testów na Covid-19 na życzenie pracownika i zadaliśmy również o dodatkową opiekę psychologiczną.

W ZDROWYM CIELE ZDROWY DUCH

Wspieramy naszych pracowników w ich pasjach sportowych, wierząc iż jest to istotny aspekt budowania równowagi między życiem a pracą (work-life balance).

12 ZIMOWYCH TRIATHLONISTÓW

Z początkiem lutego 2020 roku cztery drużyny z Carlsberg Polska wzięły udział w 31. Zimowym Triathlonie Warszawskim. Każda miała do pokonania 16 km - bieg terenowy na dystansie 4 km, jazda 2 km na tyżwach i wyścig kolarski na dystansie 10 km.

XV RODZINNY PUCHAR CP W NARCIARSTWIE ALPEJSKIM

Jubileuszowy Puchar odbył się w lutym na pełnych śniegu stokach Stacji Narciarskiej Wierchomla. Aż 70 zawodników wzięło udział w sportowej rywalizacji, której jak zawsze towarzyszyła rodzinna atmosfera.

GRUPA BIEGOWA BOSMAN

Pasję do wspólnego biegania zapoczątkował Dział Techniczny już w 2018 roku. Od tego czasu zespół uczestniczył w kilku sztafetach firm, zaś w 2020 roku zorganizował I bieg Bosmański.



KOLEJNA SPORTOWA RYWALIZACJA ZA NAMI

To już szósta edycja sportowej zabawy naszych pracowników. Z każdą kolejną dotychczas nowi uczestnicy. Latem 2020 roku udział wzięło aż 61 osób. W czterech kategoriach uzyskaliśmy imponujące wyniki.



Przejechaliśmy na rolnkach

**z browaru
Bosman
do browaru
Okocim!**

” Pozytywna energia i satysfakcja z każdego pokonanego kilometra.

” Dawka endorfin i redukcja stresu koronawirusowo-zawodowego.

” Poczucie, że robię coś pozytywnego dla swojego ciała.

HARNAŚ OFICJALNYM SPONSOREM PUCHARU ŚWIATA W ZAKOPANEM

Puchar Świata w Skokach Narciarskich co roku zbiera pod Wielką Krokwią rzesze kibiców. W 2020 roku Harnaś został sponsorem imprezy, w okresie promocji wyposażyliśmy konsumentów w gadzety prawdziwych kibiców - trąbki i tąpki do kibicowania. W sumie rozdaliśmy aż 8 tys. nagród!



Prawie ośmiokrotnie pokonaliśmy

**dystans
wyścigu
Tour de
France!**



Łącznie pokonaliśmy

39 588 km,

czyli prawie

**okrążyliśmy
Ziemię.**



Dwukrotnie

**obeszliśmy
Polskę!**



Przebiegliśmy

**115
maratonów!**



CAŁKOWITA LICZBA PRACOWNIKÓW W PODZIALE NA TYP ZATRUDNIENIA I PŁEĆ

Opis rodzaju umowy	Kobieta		Mężczyzna	
	2019	2020	2019	2020
Umowa na czas określony	29	33	127	136
Umowa na czas nieokreślony	313	319	885	866
Umowa - okres próbny	10	3	32	17
Umowa na zastępstwo	7	11	2	6
	359	366	1046	1026

CAŁKOWITA LICZBA PRACOWNIKÓW W PODZIALE NA PŁEĆ I RODZAJ STANOWISKA

Rodzaj stanowiska	Płeć	Liczba pracowników			
		2018	2019	2020	2020
Zarząd	Kobieta	2	2	2	33%
	Mężczyzna	5	5	4	67%
	Łącznie	7	7	6	
Dyrektorzy	Kobieta	4	4	6	40%
	Mężczyzna	11	9	9	60%
	Łącznie	15	13	15	
Kierownicy	Kobieta	66	78	67	34%
	Mężczyzna	119	162	130	66%
	Łącznie	185	240	197	
Pracownicy nadzorowani:					
Specjaliści	Kobieta	191	204	220	38%
	Mężczyzna	377	337	363	62%
	Łącznie	568	541	583	
Stanowiska wykonawcze	Kobieta	71	71	71	12%
	Mężczyzna	490	533	520	88%
	Łącznie	561	604	591	
Ilość pracowników łącznie	Kobieta	334	359	366	26%
	Mężczyzna	1002	1046	1026	74%
	Łącznie	1336	1405	1392	

Dodatkowo zatrudnialiśmy

49 osób

w ramach umowy zlecenia oraz

576 osóbprzez Agencję pracy tymczasowej
w znaczącym stopniu w oparciu
o zakup godzin pracy.

CAŁKOWITA LICZBA ZATRUDNIONYCH
W PODZIALE NA REGIONY I PŁEĆ



1392
pracowników w 2020 roku

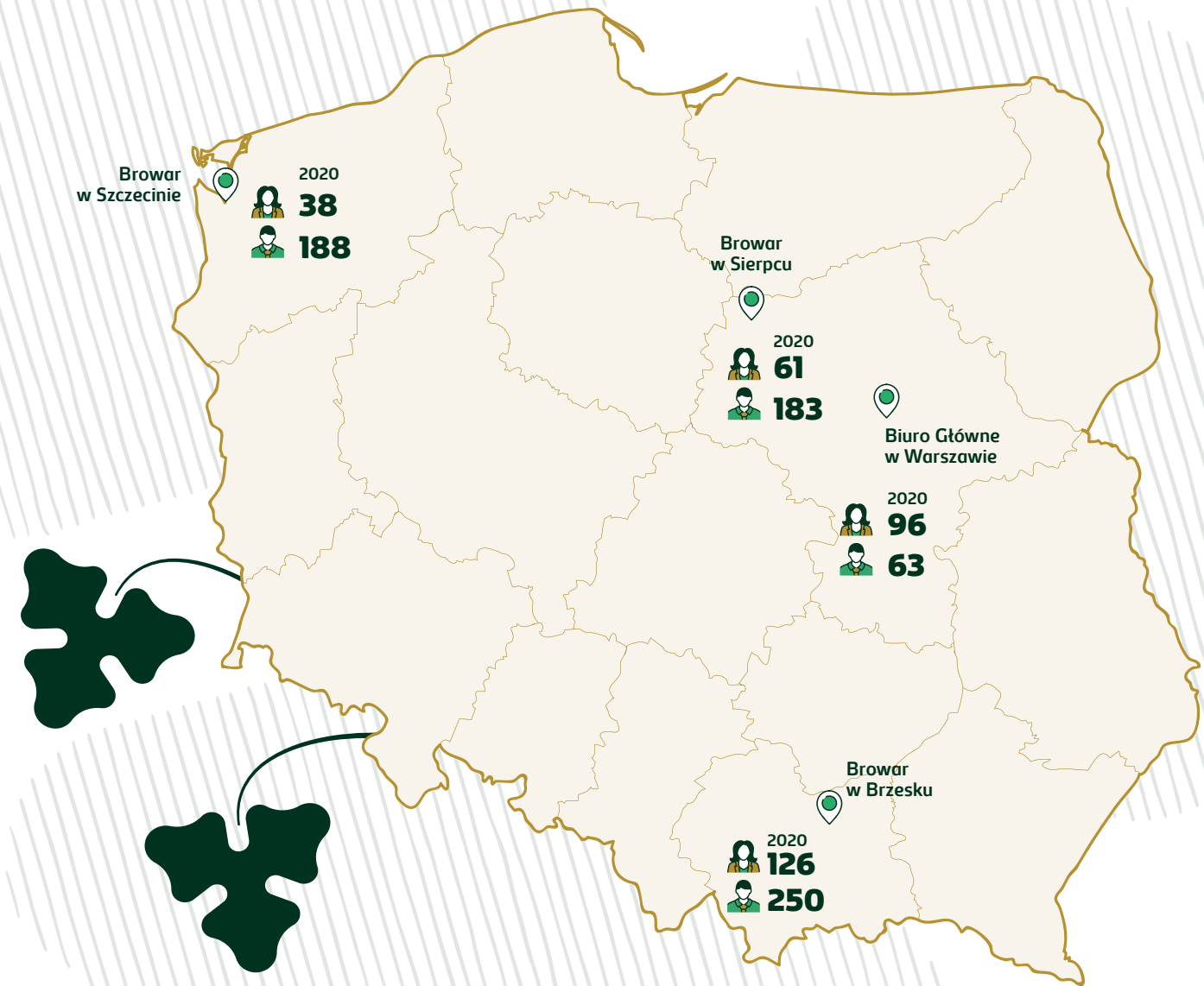


366
kobiet w 2020 roku



1026
mężczyzn w 2020 roku

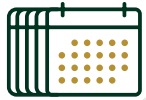
Regiony sprzedaży	Kobieta	Mężczyzna
Region Bosman – Północ	24	62
Region Kasztelan – Centrum	10	85
Region Okocim – Wschód	7	89
Region Piast – Zachód	4	104





ODPOWIEDZIALNY
BIZNES

ZARZĄDZANIE ODPOWIEDZIALNYM BIZNESEM



3 rok
realizacji programu
zrównoważonego rozwoju
Together Towards ZERO



551 160 zł
to suma wartości grantów
w programie „Bosman dla
Regionu”



86 punktów
na 100 - wynik Indeksu
Reputacji



600 000 zł
przekazane na walkę
z pandemią



11 naszych praktyk
naszych praktyk ujętych
w XIX edycji raportu „Odpow-
iedzialny biznes w Polsce.
Dobre praktyki 2020” –
2 nowe i 9 wieloletnich



10 000
głosów internautów oddano
w konkursie grantowym
InicjaTyWy w 2020 roku



6 miejsce
w klasyfikacji generalnej



Srebrny Listek CSR
w ramach Listków CSR
Tygodnika POLITYKA 2020

3 miejsce
w kategorii branżowej
„Dobra konsumpcyjne,
farmacja” w Rankingu
Odpowiedzialnych Firm 2020



Kampania 17 celów
Kolejny rok jesteśmy
partnerem głównym
kampanii

Trzy lata temu Grupa Carlsberg ogłosiła przetomowy dla nas i dla branży program zrównoważonego rozwoju pod hasłem „Together Towards ZERO”.

- ❖ Ograniczenie emisji dwutlenku węgla do zera,
- ❖ obniżenie o połowę zużycia wody w browarach,
- ❖ redukcja do zera liczby wypadków we wszystkich lokalizacjach Grupy,
- ❖ oraz zapewnienie konsumentom 100% możliwości wyboru bezalkoholowych wariantów piw, to główne założenia programu.

Odpowiedzialne zarządzanie biznesem, to zarówno programy, polityki i procedury, które wdrażamy, jak również tworzenie kultury odpowiedzialności i świadomości opartej na wartościach. Kluczem jest tu nasza misja „Warzymy dla lepszego dziś i jutra” – zobowiązanie, do którego wypełnienia dążymy, starając się, jak najlepiej dbać o środowisko, naszych pracowników, klientów i konsumentów.

Zarząd Carlsberg Polska jest odpowiedzialny za realizację Strategii SAIL'22 oraz Programu zrównoważonego rozwoju Together Towards



Program „Together Towards ZERO” jest spójny z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDGs) i założeniami Porozumienia Paryskiego. W jego opracowaniu pomagali eksperci m.in. z Carbon Trust i Fundacji WWF International. Jest on także częścią globalnej strategii SAIL'22 Grupy Carlsberg, zaś cele wynikają z naszej misji – „Warzymy dla lepszego dziś i jutra”.

Beata Ptaszyńska-Jedynak,
dyrektor ds. korporacyjnych

ZERO. Proces delegowania odpowiedzialności w kontekście zarządzania zrównoważonym rozwojem i odpowiedzialnym biznesem powiązany jest z podziałem kompetencji oraz z systemem zarządzania i raportowania ENABLON. 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.

NASI INTERESARIUSZE

Aktywnie podejmujemy działania na rzecz angażowania naszych interesariuszy; bieżący dialog i komunikacja z wykorzystaniem szeregu narzędzi to konieczność, a zarazem oczywistość w branży konsumenckiej. Słuchamy potrzeb i oczekiwania 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.



PRACOWNICY

- Współpraca m.in. na forum ZPPP - Browary Polskie, Eko-Pak, Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy
- Intranet z bieżącymi aktualnościami oraz formularzami do zadawania pytań m.in. do prezesa zarządu, zgłaszania pomysłów i uwag oraz ekrany z wewnętrzną telewizją
- Gazetka firmowa w wersji drukowanej oraz elektronicznej
- Cotygodniowy newsletter
- Szkolenia stacjonarne i online
- Grupy zainteresowań na platformie Teams
- Program „InicJaTyWy” i Program Ciągłego Doskonalenia, Badanie satysfakcji



KONKURENCJA

- Współpraca m.in. na forum ZPPP - Browary Polskie, Eko-Pak, Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy



DOSTAWCY USŁUG MARKETINGOWYCH

- Komunikacja korporacyjna
- Komunikacja poszczególnych marek



KLIENCI/KONSUMENCI

- Komunikacja poszczególnych marek m.in. na stronach www, kanałach mediów społecznościowych, opakowaniach i poprzez kampanie reklamowe i edukacyjno-społeczne
- Badania reputacji



DOSTAWCY SUROWCÓW

- Komunikacja i spotkania handlowe
- Audyty
- Spotkania Supplier Relationship Meeting (SRM)



URZĘDY

- Lokalne inicjatywy
- Spotkania



GRUPA/AKCJONARIUSZE STRATEGICZNI

- Bieżąca komunikacja korporacyjna
- Regularne raporty
- Spotkania i narady
- Informacje prasowe



FIRMY TRANSPORTOWE

- Komunikacja i spotkania handlowe
- Komunikacja w ramach Transport Management System



SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA

- Programy społeczne: „InicJaTyWy”, „Bosman Wspiera Region”, „Pieczęć otaczamy”



MEDIA

- Komunikacja korporacyjna
- Komunikacja poszczególnych marek
- Konferencje prasowe



POTENCJALNI PRACOWNICY

- Rekrutacja, targi pracy, aplikacja hypercare
- Employer branding
- Media społecznościowe m.in. LinkedIn

REPUTACJA

Co roku bierzemy udział w badaniu reputacji, które Grupa Carlsberg robi na rynkach, na których działa. W wyjątkowym 2020 roku badanie przeprowadzono tylko wśród opinii publicznej (zarówno konsumentów jak i osób nie pijących naszych piw). Nie badaliśmy klientów i pracowników.

Kolejny rok z rzędu otrzymaliśmy wyróżniony wynik

86 punktów na 100

i wynik ten jest o 6,9 punktu wyższy niż rok temu.

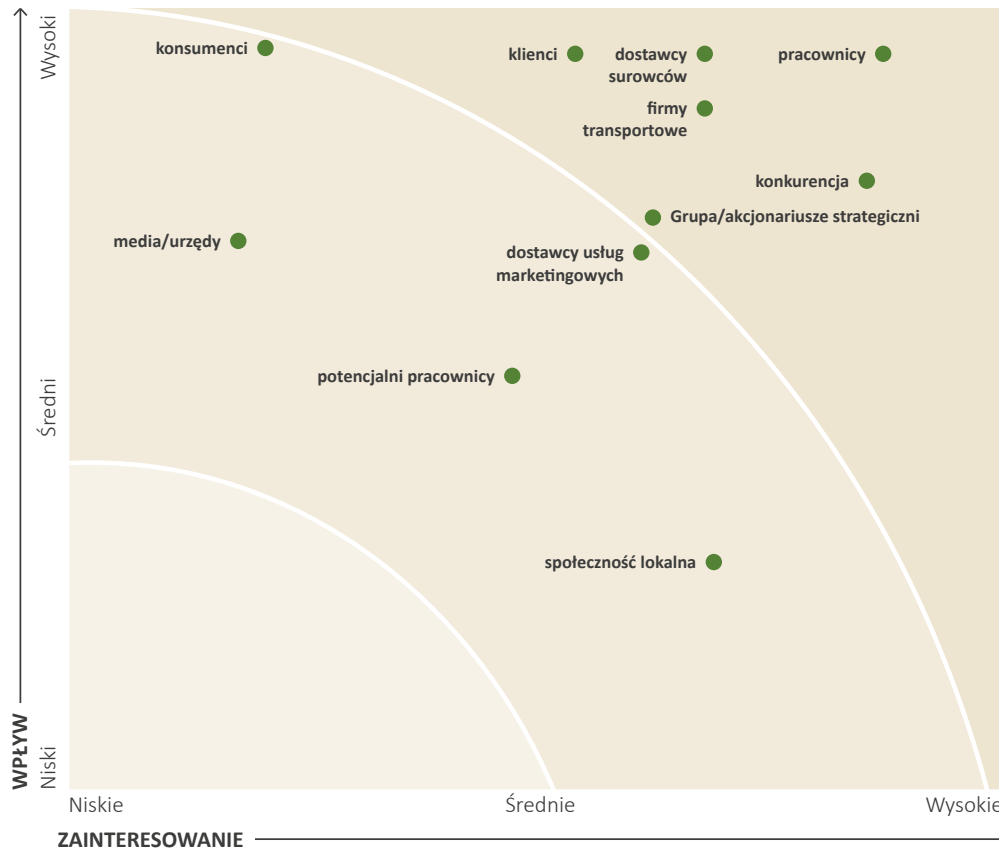
Oznacza to, że nasza firma od lat cieszy się mocną, dobrą i stabilną reputacją wśród opinii publicznej.



Skala punktacji – badanie reputacji

Doskonała	80 +
Bardzo dobra	70 – 79
Średnia	60 – 69
Słaba	40 – 59
Bardzo słaba	< 40

MAPA INTERESARIUSZY



Warto podkreślić, że jesteśmy jedynym rynkiem w Grupie Carlsberg, który ma wynik powyżej 80-ciu punktów i duży wzrost. Indeks Reputacji mierzony jest w skali 0–100, gdzie 100 = maksymalnie pozytywna ocena.

Do jego kalkulacji bierzemy pod uwagę m.in. siedem obszarów:



1. Produkty



2. Innowacyjność



3. Miejsce pracy



4. Ład korporacyjny



5. Społeczna odpowiedzialność



6. Przywództwo



7. Wyniki

RAPORTOWANIE

Za realizację Programu TTZ odpowiadają w poszczególnych obszarach dedykowane osoby na stanowiskach kierowniczych i specjalistycznych. Wszystkie Spółki Grupy Carlsberg systematycznie zbierają dane w systemie raportowania Enablon. Zespół osób raportujących, tzw. contributors wprowadza dane, następnie grupa tzw. validators zatwierdza je na poziomie lokalnym oraz Grupy.

Dane gromadzone są zgodnie z raportowanymi obszarami zrównoważonego rozwoju: Środowisko, BHP, Etyka Biznesu, Prawa Człowieka i Pracownika, Odpowiedzialna Konsumpcja Alkoholu i Odpowiedzialna Komunikacja Marketingowa.

Systematyczne zbieranie danych w systemie Enablon umożliwia ich dokładną analizę, a wyciągnięte wnioski pozwalają na szybkie wprowadzanie niezbędnych działań, dzięki którym nasze cele będą zrealizowane.

METODOLOGIA, ZAKRES I WERYFIKACJA RAPORTU

Niniejszy Raport zawiera dane za rok budżetowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2020 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 na poziomie CORE. 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.

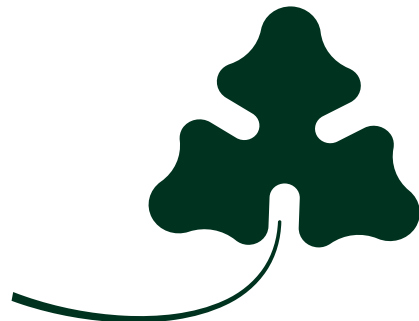


OCENA ISTOTNOŚCI

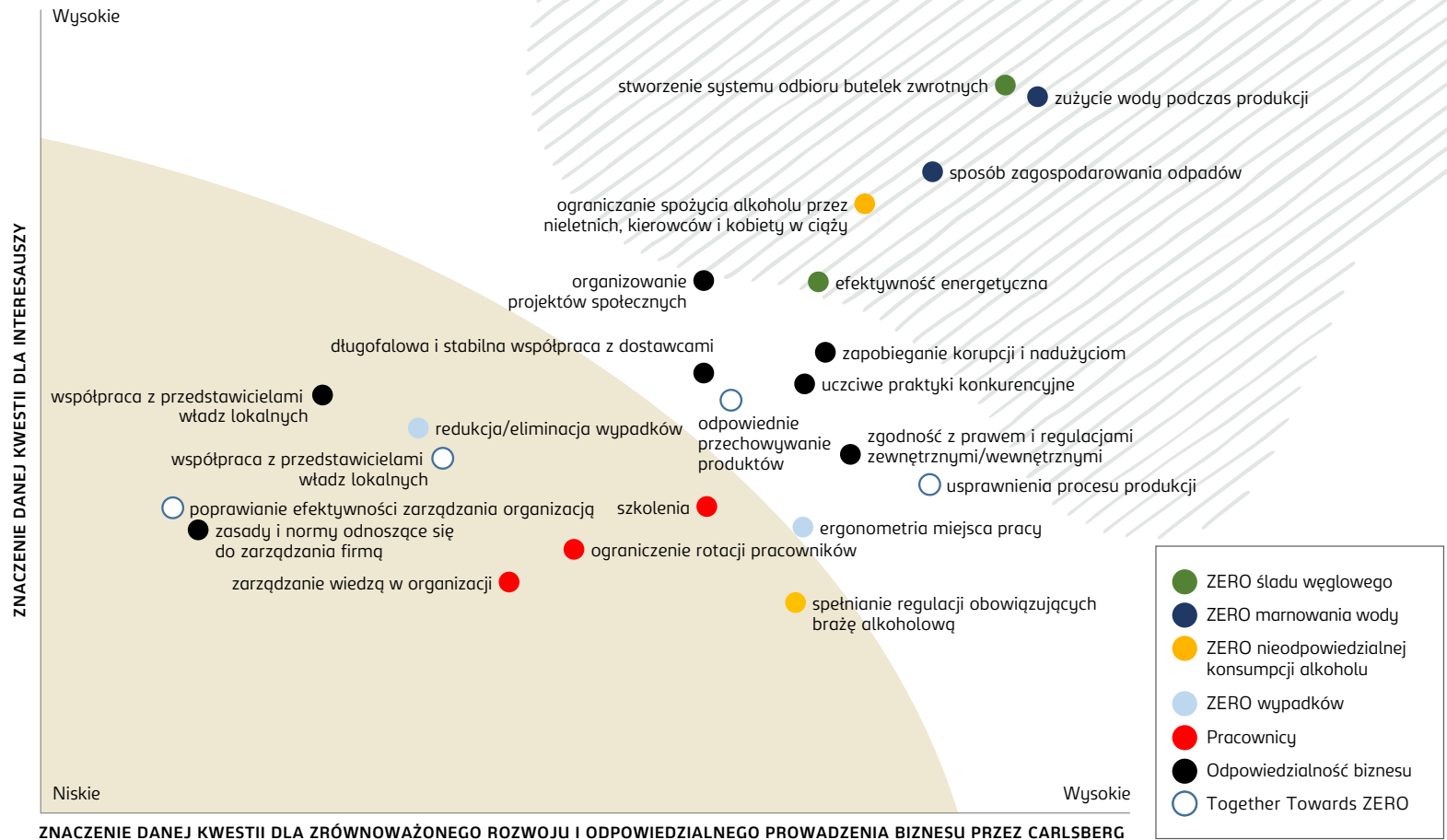
Nasz Program zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO został opracowany na podstawie wniosków z procesu angażowania interesariuszy, w ramach którego zbadano ich oczekiwania i potrzeby w odniesieniu do naszej działalności. Proces oceny istotności (materiality assessment) został poprowadzony przy współpracy z organizacją ekspercką – Business for Social Responsibility.

Analogiczny proces szczegółowego badania istotności poszczególnych aspektów działalności firmy z zakresu zrównoważonego rozwoju przeprowadziliśmy w Polsce na potrzeby raportowania w 2017 roku. Jego wyniki są rokrocznie weryfikowane i aktualizowane poprzez regularny dialog z interesariuszami, obecność w organizacjach eksperckich, kontakt z Grupą Carlsberg oraz ocenę zarządu i kadry menedżerskiej.

Kluczowe obszary określone przez interesariuszy w znacznej części pokrywają się z wynikami analizy Grupy, a tym samym z ambicjami strategii Together Towards Zero, dlatego też zostały zaprezentowane w naszym raporcie.



ANALIZA ISTOTNOŚCI Z PUNKTU WIDZENIA INTERESARUSZY ZEWNĘTRZNYCH



JAKOŚĆ I CIAĞŁE DOSKONALENIE

ZAPEWNIENIE JAKOŚCI

- Weryfikacja dostawców przy wyborze surowców.
- Analizy mikrobiologiczne, fizykochemiczne i sensoryczne na wszystkich etapach produkcji: od warzelni, przez fermentację, filtrację, kończąc na gotowym produkcie.
- Okolo 200 analiz przechodzi każda partia butelek, puszek i kegow zanim trafi do konsumenta.

STANDARDY

Aby zapewnić najwyższą jakość produktów i procesów:

- Wdrożyliśmy Zintegrowany System Zarządzania składający się z Norm ISO 9001, ISO 14001, OHSAS18001.
- Posiadamy Certyfikat FSSC 22000 - (Food Safety System Certification) - nowoczesny systemem zarządzania bezpieczeństwem żywności.
- Stosujemy Dobrą Praktykę Produkcijną (GMP - Good Manufacturing Practice) - system określający procedury produkcyjne oraz kontrolne.
- Stosujemy Dobrą Praktykę Higieniczną (GHP - Good Hygienic Practice) – zestaw

działań i warunków higienicznych do spełnienia i kontroli na wszystkich etapach produkcji lub obrotu, aby zapewnić bezpieczeństwo żywności.

- Posiadamy również system HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points System), którego elementem jest analiza zagrożeń w całym łańcuchu dostaw.

WSPÓŁPRACA Z DOSTAWCAMI

Kluczem do zapewnienia jakości produktów jest efektywna współpraca z dostawcami, co realizujemy poprzez:

- Centralizację współpracy z dostawcami na poziomie Grupy Carlsberg poprzez Listę Zatwierdzonych Dostawców.
- Kodeks Postępowania Dostawców i Licencjobiorców Grupy Carlsberg określający nasze wymogi w zakresie: prawa pracy i prawa człowieka, BHP, środowisko oraz etyki w biznesie.
- Spotkania Supplier Relationship Meeting (SRM), podczas których omawiane są ewentualne niezgodności bądź reklamacje, które miały miejsce, a także bieżące sprawy, planowane testy, nowe rozwiązania. W 2020 roku odbyło się 30 spotkań SRM.

- Kwalifikację, analizę ryzyka oraz audyty dostawców.
- Auditujemy naszych dostawców średnio raz na 2-3 lata. Auditorzy weryfikują m.in., zgodność procesu produkcji z naszymi standardami i procedurami, wykorzystanie odpowiednich systemów.
- W 2020 roku zrealizowano 12 auditów w Grupie Carlsberg (w rejonie Europa Zachodnia), z czego 4 audyty zostały przeprowadzone z udziałem auditorów Carlsberg Polska. W większości audyty były realizowane w formule on-line ze względu na sytuację pandemiczną.

Auditujemy naszych dostawców średnio raz na 2-3 lata. Auditorzy weryfikują m.in., zgodność procesu produkcji z naszymi standardami i procedurami, wykorzystanie odpowiednich systemów.

W 2020 roku zrealizowano 12 auditów w Grupie Carlsberg (w rejonie Europa Zachodnia), z czego 4 audyty zostały przeprowadzone z udziałem auditorów Carlsberg Polska. W większości audyty były realizowane w formule on-line ze względu na sytuację pandemiczną.



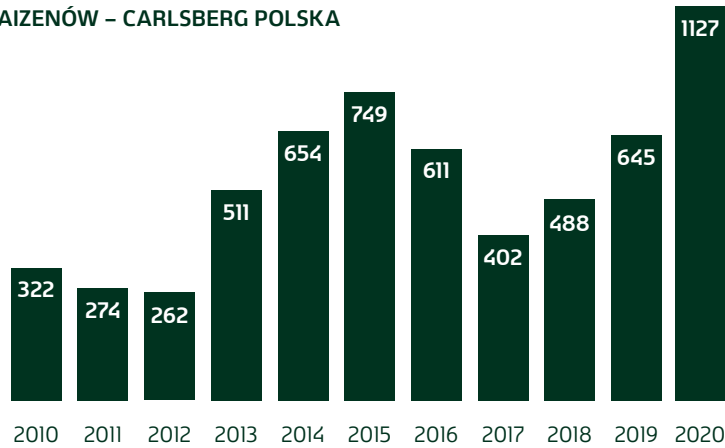
Dział Zapewnienia Jakości realizuje szereg procesów w zakresie standaryzacji, tworzenia i nadzoru procedur oraz auditów. Zapewnienie jakości naszych produktów obejmuje zarówno samą wartość butelek jak również jej parametry fizyko-chemiczne, mikrobiologiczne, czy sensoryczne; opakowanie oraz percepcję marki. Aby to zapewnić jesteśmy bezpośrednio zaangażowani w działania wielu obszarów takich jak produkcja, pakowanie, czy dystrybucja.

Danuta Bytnar
pełnomocnik ds. zapewnienia jakości / quality manager



CIĄGŁE DOSKONALENIE

LICZBA KAIZENÓW – CARLSBERG POLSKA



Podstawą każdej zmiany na lepsze jest zaangażowanie pracowników. Programy Ciągłego Doskonalenia takie jak Gemba Kaizen, który realizujemy z powodzeniem od 13 lat opierają się na wiedzy, doświadczeniu oraz chęci udoskonalania procesów produkcyjnych bądź swojego miejsca pracy.

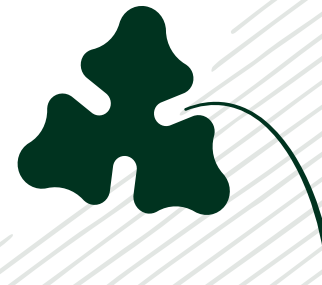
Rokrocznie nasi pracownicy wdrażają usprawnienia przekładające się na poprawę bezpieczeństwa, jakości czy efektywności. Każdy pomysł oceniamy pod względem określonych kryteriów. Dodatkową korzyścią, a zarazem motywacją jest punktowy system oceny, który umożliwia pracownikom wymianę zgromadzonych punktów na wybrane nagrody rzeczowe.



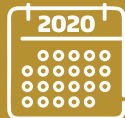
W 2020 roku prawie została podwojona liczba kaizenów w porównaniu z rokiem poprzednim. Łącznie zgłoszono 1127 kaizenów co stanowi najlepszy wynik w historii Programu w Carlsberg Polska. Zdecydowanym liderem był Browar Kasztelan gdzie zgłoszono 532 pomysły.

Ineza Król-Matysiak
carlsberg excellence manager

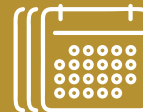
Rekordowe
1127
pomysłów
w 2020 roku



13 lat
funkcjonowania
Programu



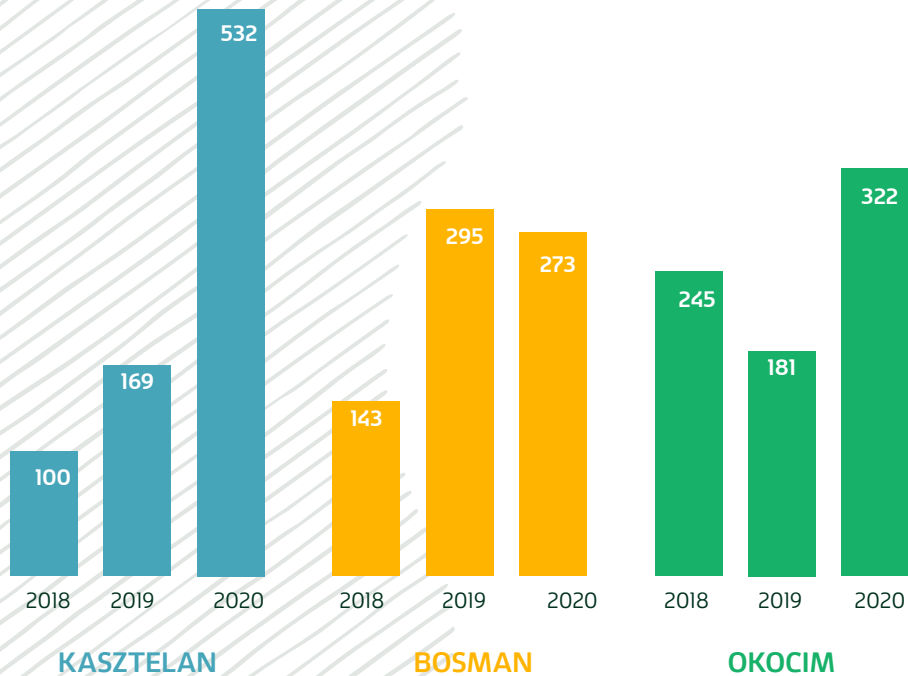
97
pomysłów zgłosił
najaktywniejszy
pracownik w 2020 roku



Ponad
6 600
pomysłów
optymalizacyjnych od
początku Programu



LICZBA KAIZENÓW W POSZCZEGÓLNYCH BROWARACH CARLSBERG POLSKA



Nieustannie rozwijamy nasz system dbając o jego atrakcyjność w postaci promocji kaizen skupiających się na wybranych obszarach np. poprawie efektywności, bezpieczeństwa czy oszczędnościach wody /mediów. Niezmienny od lat zostaje cel i idea ciągłego doskonalenia.

W lipcu 2020 roku udostępniono nową platformę do zgłaszania wniosków Kaizen. Nowa aplikacja daje pracownikom możliwość szybkiego dostępu z dowolnego urządzenia oraz jest prosta i intuicyjna w obsłudze. Ponadto

każdy z pracowników może w łatwy sposób sprawdzić jakie projekty zostały zgłoszone oraz jaki jest ich status.

SHOWCASE LINE

System Kaizen nie jest jedynym programem w ramach Ciągłego Doskonalenia mającym na celu poprawę efektywności procesów produkcyjnych. Trzy główne priorytetowe linie pakujące zostały objęte programem Showcase Line (SCL). W jego zakres wchodzi wdrażanie:

ZGŁASZANE POMYSŁY OCENIAMY POD KĄTEM WPŁYWU NA:

**Ludzi**

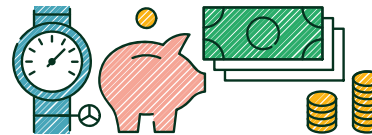
np. wpływ na bezpieczeństwo i ergonomię pracy

**Jakość**

wpływ na jakość produktu/ procesu, w tym wpływ na środowisko naturalne

**Serwis**

wpływ usprawnienia na proces

**Koszty**

oszczędności vs zaplanowane koszty wynikające z wdrożenia rozwiązania

❖ **Autonomous Maintenance (AM)** czyli podnoszenie autonomii operatorów w ramach operowania w swoich obszarach oraz maszynach.

❖ **Productive Maintenance (PM)** czyli kompleksowe podejście do utrzymania maszyn w najwyższej sprawności produkcyjnej.

Wdrażanie kolejnych kroków programu SCL przynosi wymierne rezultaty, takie jak np. redukcja poziomu awaryjności, redukcja strat materiałów opakowaniowych oraz strat piwa, skrócenie czasu przezbrojeń.

ETYKA

Budowa kultury etycznej jest integralną częścią naszej Kultury 3A oraz Strategii Live by our Compass. Rolą firmy w tym zakresie jest wsparcie pracowników, by wiedzieli jak reagować w obliczu dylematów etycznych w pracy.

Posiadamy szereg dokumentów – polityk i procedur regulujących standardy etyczne zachowania zarówno w firmie, jak również wobec zewnętrznych interesariuszy, takich jak klienci i dostawcy.

Nasza platforma intranetowa „Live by Our Compass” zawiera ponad 29 polityk i 200 manuali, w tym Kodeks etyki i postępowania, Politykę przeciwdziałania korupcji i łapownictwu, Politykę zarządzania ryzykiem, Politykę praw pracowniczych i praw człowieka, Politykę różnorodności i integracji, Politykę ochrony środowiska, Podręcznik zgłaszania naruszeń, Podręcznik badania naruszeń, itp.

Prowadzimy równocześnie cykliczne działania przypominające i podnoszące świadomość (newslettery, plakaty, intranet). Nowi pracownicy zapoznają się z treścią Kodeksu w ramach wprowadzenia do pracy, 100% kierowników Carlsberg Polska jest objętych obowiązkowym szkoleniem e-learning „Cody compliance training”, które zawiera zagadnienia dotyczące etyki biznesu oraz przeciwdziałania korupcji i łapownictwu. Każdy pracownik jest również informowany o polityce i procedurach antykorupcyjnych.

Pracownicy przechodzą dwa szkolenia w formie e-learning:

- ogólne szkolenie w zakresie etyki i zgodności poruszające tematy ujęte w Kodeksie Etyki i Postępowania,
- szkolenie dedykowane przestrzeganiu przepisów antykorupcyjnych.

W 2020 roku oba szkolenia zostały zrealizowane przez

99% pracowników

nim objętych (z pośród 331 pracowników objętych ogólnym szkoleniem etycznym i 775 pracowników objętych szkoleniem antykorupcyjnym).



Kodeks etyki i postępowania



Strategia „Live by Our Compass”



Platforma „Live by Our Compass”



System zarządzania ryzykiem



Program Together Towards Zero



Szkolenia i wdrażanie nowych pracowników



Powołanie stanowiska Business Ethics & Compliance Officer.



SPEAK UP POLITYKA ZGŁASZANIA NIEPRAWIDŁOWOŚCI

Istotnym elementem tworzenia kultury etycznej jest możliwość zgłoszenia wszelkich naruszeń zarówno przez pracowników, jak również przez każdą osobę bądź podmiot, z którymi współpracowaliśmy lub współpracujemy (tj. partnerów biznesowych, dostawców, akcjonariuszy, udziałowców, agentów, dystrybutorów, przedstawicieli i klientów).

W zależności od sytuacji pracownik może zwrócić się do przełożonego, przedstawiciela działu HR, radcy prawnego z zewnętrznej kancelarii prawnej, kontaktując się z Rzecznikiem Etyki lub składając zgłoszenie anonimowo przez system Speak Up.

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.

Świadectwem kultury otwartości i transparentności jest też wprowadzona w 2020 roku platforma do zadawania pytań prezesowi zarządu. Formularz dostępny na Intranecie umożliwia zadawanie pytań imiennie i anonimowo.

Od momentu wprowadzenia „Pytań do Mieszka” platforma cieszy się dużym zainteresowaniem, a prezes odpowiedział na każde pytanie.

SYSTEM ZGŁASZANIA NIEPRAWIDŁOWOŚCI SPEAK UP



24h
na dobę / **7**
dni w tygodniu



ZARZĄDZANY
przez podmiot
zewnętrzny



ZGŁOSZENIA
we własnym języku

W 2020 roku nie odnotowano incydentów o charakterze dyskryminacyjnym.

DZIAŁANIA ANTYKORUPCYJNE

W Grupie Carlsberg uważamy, że każda forma korupcji i łapownictwa jest szczególnie szkodliwa dla prowadzenia biznesu i społeczeństwa. Z tego powodu w naszej Polityce przeciwdziałania korupcji i łapownictwu przyjęliśmy strategię zero tolerancji dla naruszenia przepisów antykorupcyjnych.

W celu zagwarantowania, że Polityka jest przestrzegana w spółkach Carlsberg Polska został wdrożony kompleksowy program zapewnienia zgodności.

Najważniejsze elementy programu obejmują:

- Wdrożenie Polityki przeciwdziałania korupcji i łapownictwu, a także zapewnie-

nie jej dostępności dla pracowników na dedykowanej na platformie Live by Our Compass.

- Prowadzenie analizy ryzyka naruszenia przepisów antykorupcyjnych przez Business Ethics & Compliance Officer oraz Dyrektor ds. Audytu Wewnętrznego w ramach procesu zarządzania ryzykiem, a także przygotowanie rocznego planu compliance adresującego zidentyfikowane ryzyka.
- Wdrożenie procesu zbierania oświadczeń o konflikcie interesów obejmującego wszystkich managerów i kierowników. Każdy konflikt interesów zgłoszony przez pracownika jest analizowany przez jego bezpośredniego przełożonego oraz Business Ethics & Compliance Officera w zakresie ryzyka antykorupcyjnego, a także możliwych działań ograniczających lub eliminujących to ryzyko.
- Prowadzenie rejestru prezentów i darowizn otrzymywanych i wręczanych przez pracowników Carlsberg Polska.
- Zaangażowanie Dyrektora Zarządzającego Carlsberg Polska w realizację programu zapewnienia zgodności z przepisami antykorupcyjnymi, w szczególności w zakresie budowania świadomości pracowników w ramach regularnej komunikacji „Strong tone from the top”. Na koniec każdego roku Dyrektor Zarządzający składa oświadczenie potwierdzające prawidłowe funkcjonowanie programu zapewnienia zgodności, a także wypełnia kwestionariusz oceniający jego skuteczność.
- Zapewnienie funkcjonowania systemu zgłaszania nieprawidłowości Speak Up. W sprawie każdego zgłoszenia jest prowadzone postępowanie wyjaśniające przez Business Ethics & Compliance Officer lub Group Internal Audit. W 2020 roku dokonano 3 zgłoszeń, z czego 1 zostało potwierdzone jako zasadne.
- Wdrożenie nowego szkolenia e-learning z zakresu przeciwdziałania korupcji i łapownictwa, którym objęto w sumie 781 pracowników. Dodatkowo, w Carlsberg Polska funkcjonuje szkolenie CODY z zakresu etyki biznesu, które od jego wdrożenia w 2018 roku zostało ukończone przez 1301 pracowników.
- Wdrożenie nowego procesu weryfikacji kontrahentów (Third Party Screening), którego celem jest zapewnienie, że wszyscy nasi partnerzy biznesowi przestrzegają obowiązujących przepisów prawa oraz zasad etyki biznesowej.
- Raportowanie wykonania kontroli wewnętrznych w zakresie przeciwdziałania korupcji i łapownictwu do Group Legal & Compliance.

W minionym roku nie podjęto wobec Carlsberg Polska żadnych kroków prawnych dotyczących przypadków naruszeń przepisów prawa antykorupcyjnych, a także nie zidentyfikowano istotnego ryzyka naruszenia przepisów antykorupcyjnych.

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

Od lat wspieramy społeczności lokalne w miejscach lokalizacji naszych browarów. Rok 2020 był wyjątkowy pod tym względem, zarówno ze względu na sytuację pandemiczną, jak również w wyniku wzrost zaangażowania społecznego poszczególnych browarów, niejednokrotnie ukierunkowanego na ochronę środowiska.

Obok ogólnofirmowego programu grantowego InicjaTyWy wystartował program grantowy „Bosman dla Regionu”, natomiast Browar Kasztelan uruchomił prośrodowiskowy program „Pieczę otaczamy” angażujący również społeczność Sierpca (więcej piszemy w Rozdziale Zero Marnowania Wody).

WALKA Z PANDEMIA

Dodatkowo w ubiegłym roku Carlsberg Polska wsparł także szpitale w Brzesku, Sierpcu i Szczecinie, przekazując w sumie 600 tys. złotych na walkę z epidemią koronawirusa. Każdy szpital otrzymał 200 tys. zł na zakup sprzętu pomocnego w walce z pandemią, ale również bardzo przydatnego po jej zakończeniu m.in.: urządzenia wspierającego oddychanie, aparatu USG, pomp infuzyjnych, specjalistycznych urządzeń z użyciem paneli do dezynfekcji łóżek i pomieszczeń szpitalnych.

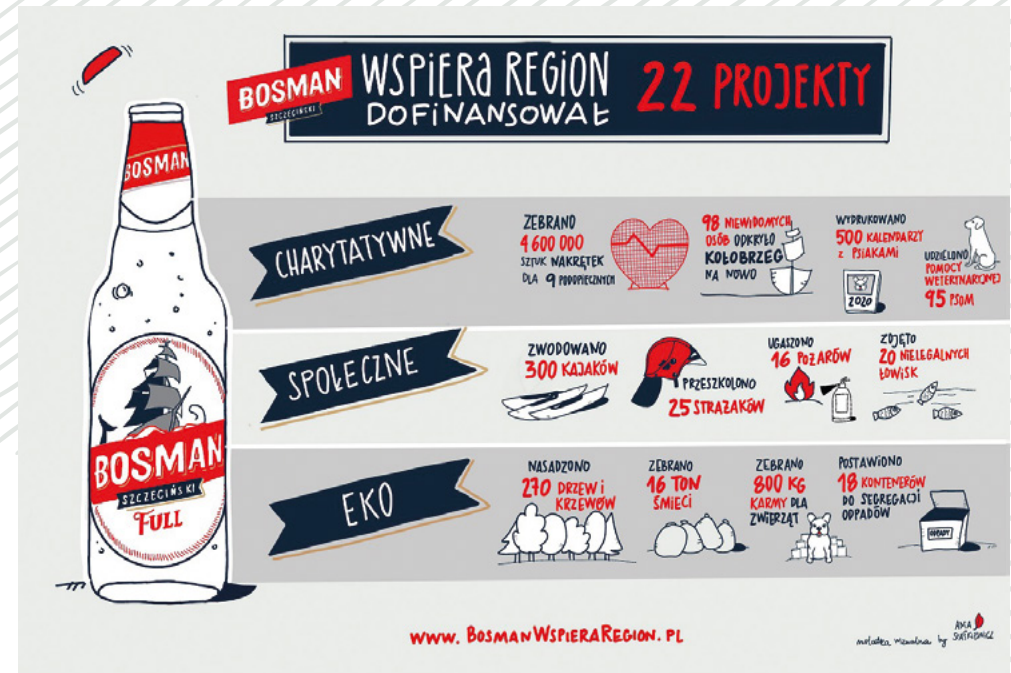
PROGRAM GRANTOWY „BOSMAN DLA REGIONU”

Celem programu jest wspieranie lokalnych inicjatyw społecznych, ekologicznych i infrastrukturalnych, przyczyniających się do podnoszenia komfortu życia mieszkańców regionu oraz stymulujących integrację lokalnej społeczności.

Pierwsza edycja w 2020 roku cieszyła się ogromnym zainteresowaniem – organizacje z 209 miast i wsi nadesłały blisko 700 wniosków o granty! Spośród nich wyłoniliśmy 22 beneficjentów, którym przyznano granty o łącznej wartości 551 160 zł.

Blisko 7 tys. osób zaangażowanych w projekty, ponad 560 wolontariuszy, 16 ton zebranych śmieci, 20 ha wysprzątanym terenów zielonych, 800 kg karmy zebranej dla bezdomnych zwierząt, zmapowanie i likwidacja nielegalnych łowisk oraz wyłowienie 1,5 km sieci kłusowników, szkolenia dla strażaków, zakup łodzi ratunkowej dla OSP. To tylko niektóre efekty 1. edycji programu grantowego „Bosman dla Regionu” zorganizowanego przez markę i Browar Bosman.

Ze względu na pozytywny odbiór programu, będzie on kontynuowany.



PROGRA GRANTOWY INICJATYWY

Partnerzy konkursu w 2020 r.: Urzędy Miast w Brzesku, Sierpcu oraz firma Interseroh.

W 7. edycji programu wzięto udział 17 podmiotów społecznych działających w sąsiedztwie Browaru Okocim w Brzesku i Browaru Kasztelan w Sierpcu. Wśród nagrodzonych grantami projektów były także te podnoszące bezpieczeństwo i dbające o zdrowie mieszkańców, jako odpowiedź na panującą pandemię COVID-19.



W trudnym dla wszystkich 2020 roku społeczności lokalne wokół naszych dwóch browarów potrzebowały nie tylko środków na projekty długofalowe, jak np. remont garażu dla wozu strażackiego OSP czy montaż krzesełek przy boisku piłkarskim, ale także na bieżące potrzeby związane ze zdrowiem i przestrzeganiem nowych obostrzeń sanitarnych. Cieszymy się, że nasz program mógł na te potrzeby odpowiedzieć i wesprzeć lokalne samorządy w dostosowaniu się do nowych, wymagających warunków.

Beata Ptaszyńska-Jedynak
dyrektor ds. komunikacji

Program InicJaTyWy bazuje na kreatywności i znajomości potrzeb mieszkańców przez lokalnych społeczników i ich organizacje. To oni najlepiej wiedzą, jak zmieniać otoczenie na lepsze. Na zgłoszone projekty co roku mogą głosować internauci – na stronie www.inicjatywy.com.pl. W 2020 roku oddano ponad 10 tys. głosów. Wybraliśmy 8 projektów – ich autorzy otrzymali grant w wysokości 10 tys. każdy.



Od
7 lat
realizujemy
program grantowy



64
zrealizowanych
projektów



550
tys. przekazaliśmy
na realizację projektów



10 000
głosów internautów
w 2020 roku



**W lokalizacji Browaru Kasztelan
granty przyznano:**



- ▼ Stowarzyszeniu Gramy Razem, które zakupiło defibrylator i zaplanowało szkolenia dla mieszkańców Sierpca z pierwszej pomocy.



- ▼ Zarządowi Osiedla nr 4 w Sierpcu na zakup 4 pojemników do zbierania plastikowych nakrętek na potrzeby organizacji pozarządowych, zostały one postawione w różnych częściach osiedla.



- ▼ Fundacji Mocni Mocą Nadziei, która postawiła stacje do dezynfekcji rąk przy sierpeckim ośrodku zdrowia i bibliotece miejskiej.



- ▼ Ludowemu Klubowi Sportowemu Sparta Mochowo na zamontowanie wygodnych siedzisk dla odwiedzających obiekt sportu i rekreacji w Mochowie.

**W lokalizacji Browaru Okocim
granty otrzymały:**



- ▼ Stowarzyszenie Miłośników Browaru Okocim na odrestaurowanie zabytkowego budynku ogrodowego, który będzie służyć odwiedzającym Browar.



- ▼ OSP w Łoniowej na remont ogrodzenia zabezpieczającego teren remizy, przy której odbywają się lokalne spotkania i imprezy dla mieszkańców.



- ▼ OSP w Buczu, która wyremontowała garaż dla nowego wozu strażackiego.



- ▼ Miejski Ośrodek Kultury w Brzesku na zakończenie projektu rewitalizacji zieleni na Rynku Miejskim.

KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA I INICJATYWY ZEWNĘTRZNE

Ważnym elementem naszych działań realizowanych w ramach TTZ jest edukacja na temat zrównoważonego rozwoju. Prowadzimy wiele inicjatyw, dzięki którym pogłębiany wiedzę naszych pracowników i przypominając jak ważny jest by każdy z nas znał swoją rolę.

Uczestniczymy również w wielu inicjatywach zewnętrznych, gdzie mamy możliwość zdobywać wiedzę na temat dobrych praktyk jak również dzielić się swoimi doświadczeniami i osiągnięciami.

KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA

Stałym elementem komunikacji do naszych pracowników są postępy we wdrażaniu strategii zrównoważonego rozwoju. Informując o podejmowanych działaniach, zachęcamy zarówno do angażowania się w realizowane projekty jak również zgłaszanie własnych inicjatyw. Stale edukujemy by każdy wiedział co może robić zarówno w pracy jak i po pracy. W tym celu korzystamy ze wszystkich możliwych kanałów komunikacji od intranetu, po mailing, gazetki i plakaty. Przykład: w naszej firmowej gazecie umieściliśmy materiały edukacyjne na temat jak być eko.

Ponadto regularnie wymieniamy się dobrymi praktykami wewnątrz grupy, a międzynarodowa grupa Sustainability Champions dba by wszyscy byli poinformowani i zaangażowani.

INICJATYWY ZEWNĘTRZNE



Karta Różnorodności

Temat różnorodności i włączenia jest dla nas bardzo ważny. Nasze polityki i procedury są wdrażane, a pracownicy regularnie szkoleni zarówno z postawnych kwestii praw człowieka jak również poszanowania różnorodności. Już od 5 lat jesteśmy sygnatariuszami Karty Różnorodności będącej potwierdzeniem naszych starań i rozwiązań w tym zakresie.



Kolejny rok aktywnie angażujemy się w Kampanię 17 Celów. Włączając się w inicjatywę kierowaną do szerokiego grona przedsiębiorstw i instytucji eksperckich dzielimy się swoimi doświadczeniami i zachęcamy do podjęcia działań na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju i wykorzystania szans biznesowych płynących z Agendy 2030.

Przedstawiciele Carlsberg Polska uczestniczyli w trzech wydarzeniach w ramach Kampanii 17 Celów.

Jednym z nich był Światowy Tydzień Działania na rzecz Celów Zrównoważonego Rozwoju (Global Week to Act For SDGs) obchodzony w dniach 18-26 września 2020 w rocznicę przyjęcia Agendy 2030. Dołączyliśmy do grona firm, które w tym szczególnym tygodniu szerzyły wiedzę o Celach i zachęcały do podjęcia działań na





rzecz SDGs.

W naszym imieniu Beata Ptaszyńska-Jedynak, Dyrektor ds. korporacyjnych opowiadała o naszych działaniach na rzecz Celów Zrównoważonego Rozwoju.



Po raz kolejny byliśmy także partnerem Forum Inspiracji. Na tym spotkaniu zaprezentowaliśmy nasze osiągnięcia w ramach realizacji strategii Together Towards Zero w kontekście oszczędzania wody. Dzięki temu że spotkanie odbywało się w formule online, z prezentacji skorzystali także nasi pracownicy.



Jesteśmy również partnerem Koalicji 5 Frakcji, czyli międzysektorowej inicjatywy firm i instytucji, która powstała by kreować innowacyjne rozwiązania w zakresie wspierania segregacji, odzysku i recyklingu odpadów, zwłaszcza opakowaniowych. Przygotowany przez Koalicję pierwszy w Polsce system oznakowania opakowań wskazuje konsumentom w prosty i jasny sposób jak je segregować. System piktogramów powstał jako odpowiedź na Cel 12 Agendy na rzecz zrównoważonego rozwoju 2030, którego celem jest zapewnić wzorce zrównoważonej konsumpcji i produkcji.





CARLSBERG
POLSKA

CARLSBERG POLSKA

Stanowimy część duńskiej Grupy Carlsberg działającej od 1847 roku. Działamy w oparciu o strategię biznesową SAIL'22. Określa ona dłaczego działamy w obszarze piwa poprzez naszą misję – „Warzymy dla lepszego dziś i jutra”, która nas jednoczy. Strategia określa nasze ambicje czyli co chcemy osiągnąć oraz priorytety czyli kierunki działań niezbędne do ich realizacji. Bezpośrednio ze strategią związany jest program zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO, który definiuje cele jakie chcemy osiągnąć do 2030 roku. Są one zgodne z celami zrównoważonego rozwoju ONZ (SDG).

MODEL BIZNESOWY

Warzymy piwa najwyższej jakości, odwotujące się do przyjemnych i radosnych stron dorosłego stylu życia. Produkcja odbywa się w browarach o wieloletniej tradycji piwowarskiej – w Browarze Okocim w Brzesku (1845), Browarze Bosman w Szczecinie (1848) i Browarze Kasztelan w Sierpcu (1869). Konsumenci mogą wybierać z szerokiej oferty wielokrotnie nagradzanych marek piw takich jak: Carlsberg, Okocim, Harnaś, Karmi, Kasztelan, Somersby, Żateckij, Grimbergen, Bosman oraz Piast. Od 2015 roku firma jest dystrybutorem piwa Guinness.

Aktywnie pracujemy w ramach branży jako członek Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce – 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, stanowiącego zbiór zasad określających co jest dopuszczalne, a co nieetyczne w przekazie reklamowym. Angażujemy się także w działania Związku Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK.

Od 2016 przy Browarze Okocim funkcjonuje powołane przez pracowników Stowarzyszenie Miłośników Browaru Okocim. Więcej informacji na: www.carlsbergpolska.pl



1 392

pracowników
w 2020 roku



3

pozycja na
polskim rynku



3

browary



20%

udział w rynku
(wolumen sprzedaży)



NASZE MARKI



MARKI BEZALKOHOLOWE

NOWOŚĆ NOWOŚĆ



NOWOŚĆ NOWOŚĆ



NOWOŚĆ



Już od kilku lat Polacy konsumują mniej alkoholu pod postacią piwa, m.in. dzięki rosnącemu zainteresowaniu piwami bezalkoholowymi, jak również spadkowi konsumpcji lagerów i piw mocnych.

W 2020 roku, mimo pandemii, piwa z tego segmentu kolejny raz zanotowały wzrost popularności i przekroczyły wartość 1 miliarda złotych. Rok 2020 zamknął się udziałem wartościowym segmentu piw 0,0% w kategorii piwa na poziomie 5,7 proc., w porównaniu do 4,7 proc. w 2019 roku.

Anna Jatzak,
marketing manager

Oferta
Carlsberg
Polska z lipca
2021 roku



WPŁYW NA OTOCZENIE

W ramach realizacji programu zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO skupiamy się na tzw. "kluczowych kwestiach" (material issues).



Analizujemy nasz wpływ na otoczenie w obrębie całego łańcucha wartości*.

Pozyskiwanie surowców:

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

Warzenie i butelkowanie:

Warzymy i butelkujemy piwo w Polsce. Działamy na rzecz gospodarki obiegu zamkniętego.

Dystrybucja:

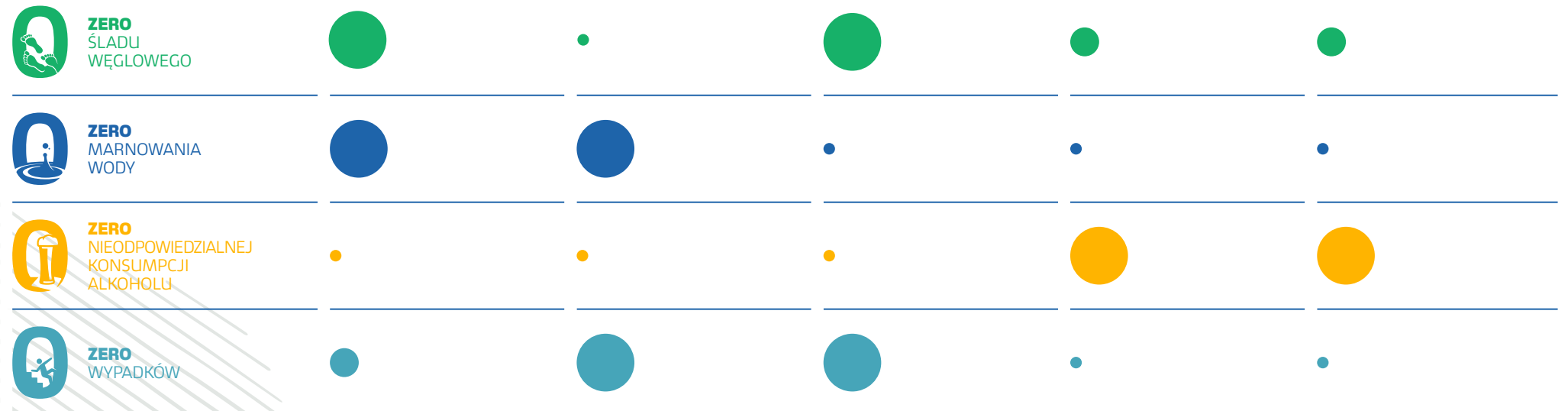
Dystrybucja odbywa się za pomocą kanałów bezpośrednich i pośrednich. Dążymy do minimalizacji emisji w łańcuchu wartości (tzw. "beer in hand")

Klienci:

Baza klientów jest bardzo szeroka: od dystrybutorów, przez hurtownie, sklepy handlu tradycyjnego i nowoczesnego, aż po branżę HORECA.

Konsumenci:

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



* W 2020 roku przeprowadziliśmy szeroko zakrojone badanie emisji CO₂ w ramach całego łańcucha – szczegóły – patrz strona 10



WPŁYW EKONOMICZNO-SPOŁECZNY



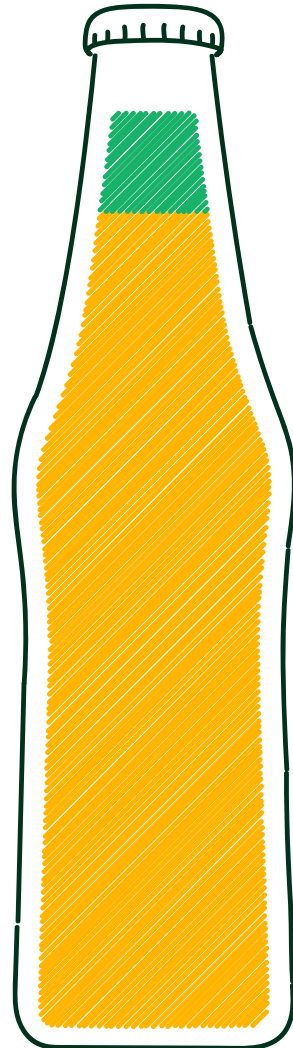
Carlsberg Polska zatrudnia bezpośrednio

1392 OSÓB

tworząc pośrednio ok.

14 198 MIEJSC PRACY*

*Dane Carlsberg Group na podstawie badania przeprowadzonego przez Europe Economics



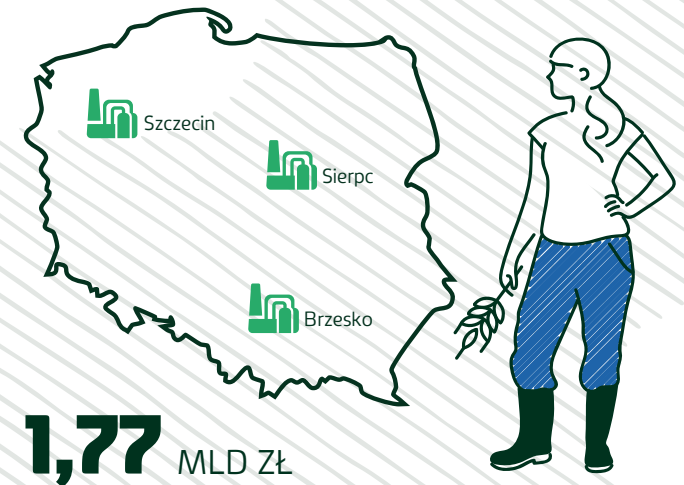
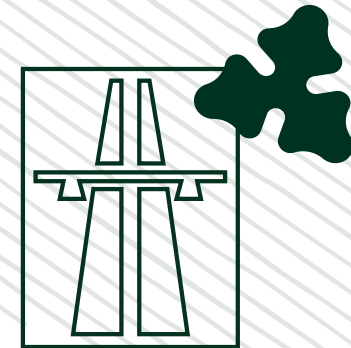
2010-2020 r. – Carlsberg Polska wpłacił do budżetu państwa ok.

8 MLD ZŁ

czyli równowartość wybudowania 167 km nowej autostrady

w tym podatek akcyzowy ok.

6,4 MLD ZŁ



1,77 MLD ZŁ

2001-2020 r. – kwota łącznych inwestycji w nasze Browary

NASZA HISTORIA

Założenie browarów

▼ **1845r.**
założenie Browaru Okocim z inicjatywy Jana Goetza

Marka Carlsberg w Polsce

▼ **1996r.**
głównym akcjonariuszem zostaje Grupa Carlsberg

Dynamiczny rozwój Carlsberg Polska

▼ **2004r.**
Grupa Carlsberg zostaje 100-proc. udziałowcem spółki

▼ **2015r.**
170 lat Browaru Okocim

▼ **2017r.**
13 czerwca – ogłoszenie programu Together Towards ZERO

▼ **2020r.**
175 lat Browaru Okocim.
▼ Inwestycja w instalację odzysku biogazu w Browarze Okocim.



Kluczowe wydarzenia w 2020 r.



Rebranding Kasztelana



Nowe opakowanie i rozmiar Carlsberg



Okocim leżakowany w beczkach po sherry



Lokal Wilcza Okocim Beer

MOC NAGRÓD W 2020 ROKU

Podwójne złoto dla naszych piw 0,0%

Zdaniem Tomasza Kopyry, najpopularniejszego w Polsce krytyka i blogera piwnego, Żateckę 0,0% i Okocim 0,0% to najlepsze lagery bezalkoholowe na rynku. Kopyra we współpracy z magazynem Auto Moto przeprowadził test 65 piw bezalkoholowych, które ocenił w formule „blind test”.



4 nagrody w konkursie Złote Innowacje FMCG & Retail

Nowości Somersby: Sparkling Rosé oraz Wild Berries 0,0% zdobyły dwa złota oraz dwa wyróżnienia w konkursie Złote

Innowacje FMCG & Retail. Konsumenci zdecydowali, że nowości od Somersby najtrafniej odpowiadają na ich potrzeby oraz wyróżniają się najlepszym smakiem.

Najlepszy produkt 2020

wyбір konsumentów w dorocznym rankingu „Najlepszy Produkt 2020 – wybór konsumentów” w kat. „piwa i mikszy piwne” złoto trafiło do Somersby Mango & Lime. Z kolei w kat. „piwa i napoje piwne” złotem nagrodzono Somersby Pear 0,0%.

Pęty Rynku FMCG 2020

Dwie nowości: Biały Radler 0,0% Cytryna i Ciemny Radler 0,0% Wiśnia zostały nagrodzone w plebiscycie „Pęty Rynku FMCG 2020” i zdobyły ZŁOTO w kategorii piwa bezalkoholowe. Badanie „Pęty Rynku” to prestiżowy plebiscyt branżowy, w którym jurorzy – przedstawiciele najbardziej liczących się na rynku sieci handlowych, wyłaniają najlepsze nowości spożywcze. Oceniając produkty biorą pod uwagę nie tylko wygląd, jakość i walory smakowe, ale również potencjał rynkowy.



Najlepszy produkt w plebiscycie Złoty Paragon 2020

1. miejsce dla Somersby Mango & Lime w Plebiscycie o Nagrodę Kupców polskich w kategorii piwa smakowe i bezalkoholowe to bardzo ważne wyróżnienie, ponieważ świadczy o wysokim zaufaniu kupców z całej Polski do marki Somersby. To właśnie oni, odpowiadając na pytanie „Który produkt sprzedawał się najlepiej?”, wybrali Somersby Mango & Lime.

Najlepsza innowacja 2019 roku

Ubiegłoroczna nowość Somersby Mango & Lime zdobyła tytuł przyznawany przez Nielsen „Break-through Innovation 2019” w kategorii piwo oraz drugie miejsce na rynku FMCG.



Srebrny listek CSR

Tygodnik „Polityka” przyznając wyróżnienia dla najbardziej odpowiedzialnych i zaangażowanych społecznie firm uhonorował nas Srebrnym Listkiem CSR POLITYKI. To bardzo ważne wyróżnienie i duży sukces, ponieważ nasze działania są oceniane na tle innych firm, dla których zrównoważony rozwój jest kluczowy!

Podium w Rankingu Odpowiedzialnych Firm 2020

Zajęliśmy 6. miejsce w klasyfikacji generalnej i 3. miejsce w kategorii branżowej „Dobra konsumpcyjne, farmacja” (podskoczyliśmy o dwa miejsca!). Ranking Odpowiedzialnych Firm to jeden z najbardziej prestiżowych i cenionych rankingów w Polsce, a nasza wysoka lokata pokazuje, że nasze działania i programy realizowane w ramach strategii TTZ są wysoko oceniane w gronie profesjonalistów.



Certyfikat Zielone Biuro
Kolejny raz poddaliśmy się audytowi przeprowadzanemu przez **Fundację Ekologiczną** i zostaliśmy uhonorowani **Certyfikatem Zielone Biuro**, który wyróżnia instytucje, firmy, organizacje pozarządowe

i samorządy, które stale się doskonalą, podejmując nowe inicjatywy na rzecz ochrony środowiska i wzmacniają swój proekologiczny wizerunek.

Srebrna statuetka Effie Awards dla marki Żatecký

Konkurs **Effie Awards** to jeden z najważniejszych konkursów w branży marketingowej na świecie. **Marka Żatecký** otrzymała srebrną statuetkę w kat. "Long term marketing excellence" za kampanię **Žatecké Noviny**. W uzasadnieniu przyznania nagrody podkreślono, że **Żatecký** podwoił swoje udziały w rynku, rozwijając i eksplorując aspekty autentyczności, czeskości i humoru, wykraczając poza standardowe formy komunikacji branży.



Brąz na European Beer Star Okocim Mistrzowski Porter kolejny raz stanął na podium jednego z najbardziej prestiżowych konkursów piwnych na świecie zdobywając brąz w kategorii „**Porter Batytycki**” konkursu **European Beer Star 2020**.

Wygramyśmy klasyfikację medalową w konsumenckim konkursie Chmielaki Krasnostwaskie 2020

Zdobyliśmy **7 medali** w tym **3 złote!**

European Lager



Piwa Radler/Shandy



Piwa bezalkoholowe Lager/Pils



3 Nagrody Klubu Twórców Reklamy dla Kasztelana

KTR nagradza najlepsze kampanie marketingowe, wymagające talentu i odwagi. W tym roku docenił spoty marki Kasztelan „**Racz Waść Wpaść**” przyznając im **3 brązowe statuetki: za hasło, za scenografię i za produkcję.**



STRUKTURA ZARZĄDCZA

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

Na dzień 31 grudnia 2020 roku zarząd firmy tworzyli:



Mieszko Musiał
PREZES ZARZĄDU CARLSBERG POLSKA S. Z O. O.

W składzie zarządu zaplanowano następujące zmiany, które wchodzi w życie od stycznia 2021:

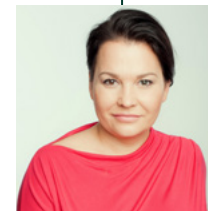
- Wojciech Żabiński obejmuje stanowisko Dyrektora Generalnego Carlsberg Butgaria.
- Ewa Mączyńska przestaje być Członkiem Zarządu.
- Do zarządu dołączy Joanna Głonek, Wiceprezes ds. Sprzedaży oraz Izabela Głodek, Wiceprezes ds. Marketingu.



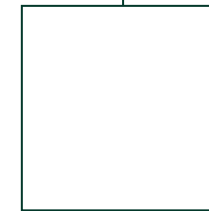
Jolanta Gieniec-Biegańska
WICEPREZES ZARZĄDU DS. FINANSOWYCH



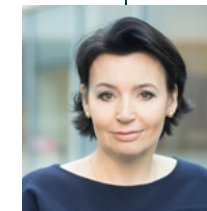
Wojciech Żabiński
WICEPREZES DS. MARKETINGU



Ewa Mączyńska
WICEPRERZES DS. HR



Wakat
WICEPRERZES DS. SPRZEDAŻY











Beata Ptasińska-Jedynak
DYREKTOR DS. KORPORACYJNYCH (PROKURENT)



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

REALIZACJA CELÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU (SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS)

SDG	PRIORYTETOWE DZIAŁANIA	OBSZAR TTZ	STRONY
	<p>Poszerzenie portfolio piw bezalkoholowych oraz zapewnianie ich dostępności</p> <p>Umieszczanie informacji o składzie, kaloryczności oraz znaków odpowiedzialnościowych na etykietach</p> <p>Partnerstwa na rzecz odpowiedzialnej konsumpcji</p> <p>Promocja odpowiedzialnej konsumpcji</p>	 <p>ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI</p>	33–40
	<p>Optymalizacja zużycia wody w procesach produkcyjnych i pozaprodukcyjnych</p> <p>Wdrażanie obiegu zamkniętego – ponowne wykorzystanie wody w procesach niewymagających parametrów sanitarnych</p> <p>Podnoszenie standardów zarządzania wodą i ściekami</p> <p>Działania edukacyjne – Program „Pieczęć Otaczamy” marki Kasztelan</p>	 <p>ZERO MARNOWANIA WODY</p>	22–32
	<p>Redukcja zużycia energii i emisji CO₂ w naszych Browarach poprzez inwestycje i usprawnienia</p> <p>Działania w zakresie magazynowania i logistyki, współpracy z partnerami handlowymi oraz gospodarki opakowaniowej oraz chłodzenia</p>	 <p>ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO</p>	10–21
	<p>Ograniczenie liczby wypadków poprzez edukację, zaangażowanie pracowników oraz wdrażanie standardów bezpieczeństwa i higieny pracy</p> <p>Promocja bezpieczeństwa za kierownicą, montaż alkostopów w autach służbowych</p>	 <p>ZERO WYPADKÓW</p>	41–49
	<p>Wpływ ekonomiczno-społeczny wynikający zarówno z szerokiej rzeszy partnerów biznesowych, tworzenia miejsc pracy (bezpośrednio i pośrednio), jak też kontrybucji do budżetu państwa.</p>	<p>WPŁYW EKONOMICZNO-SPOŁECZNY</p>	89
	<p>Budowa kultury etycznej, wdrażanie rozwiązań antydyskryminacyjnych</p>	<p>ETYKA</p>	78–79










INDEKS GRI

Niniejszy raport został opracowany zgodnie z GRI Standards, poziom Core, opublikowanymi w 2016 r.


WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
WSKAŹNIKI PROFILOWE				
Profil organizacyjny				
	102-1	Nazwa organizacji		Carlsberg Polska
	102-2	Działania, marki, produkty i usługi		Strony 86-87. Więcej informacji na temat marek Carlsberg znajduje się na stronie https://carlsbergpolska.pl/nasze-piwa/
	102-3	Lokalizacja siedziby głównej organizacji		ul. Krakowiaków 34, 02-255 Warszawa
	102-4	Rozmieszczenie krajów, w których działa organizacja		Carlsberg Polska działa na terytorium Polski
	102-5	Charakter własności oraz forma prawna		Carlsberg Polska to 2 Spółki: <ul style="list-style-type: none"> • Carlsberg Polska Sp. z o.o. • Carlsberg Supply Company Polska SA
	102-6	Rynki obsługiwane przez organizację		Produkty Carlsberg Polska są dostępne na wszystkich kontynentach. Poza krajami europejskimi gdzie trafia ponad 60% naszego wolumenu, nasze piwa można przykładowo kupić także w odległej Korei Południowej, Maroku czy na Kostaryce.
	102-7	Skala organizacji		Strony 86-89
	102-8	Informacje o osobach zatrudnionych i innych pracownikach		Strony 50-68
	102-9	Opis łańcucha dostaw organizacji		Dostawcy: Rolnicy, dostawcy surowców do produkcji piwa, dostawcy mediów (energia, woda), dostawcy opakowań, pozostali dostawcy (usługi finansowe, marketingowe, etc.). Klienci: Hurtownie, ogólnopolskie sieci handlowe, punkty detaliczne, lokale gastronomiczne.
	102-10	Istotne zmiany w organizacji i jej łańcuchu dostaw		Brak istotnych zmian w organizacji i jej łańcuchu dostaw w okresie objętym raportowaniem.
	102-11	Zasada przejrzystości i podejście do niej w organizacji		Strony 8-9, 12

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
	102-12	Zewnętrzne inicjatywy		Strony 83
	102-13	Członkostwo w stowarzyszeniach		Strona 86 ZPPP Browary Polskie – Przedstawiciele firmy zasiadają w Zarządzie związku i komitetach Eko Pak – Przedstawiciele Carlsberg Polska nie zasiadają w zarządzie Związku ani komitetach. Carlsberg Polska jest sygnatariuszem Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy.
Strategia				
	102-14	Oświadczenie ze strony najważniejszych rangą decydentów w organizacji		Strony 5, 6
	102-16	Wartości, zasady, standardy i normy zachowania		Strony 7-9, 53
Etyka i uczciwość				
	102-17	Mechanizmy w zakresie naruszeń zasad etycznych i prawa		Strony 78-79
Ład organizacyjny				
	102-18	Struktura organu zarządzającego organizacji		Strona 93
	102-19	Proces delegowania władzy		Proces delegowania odpowiedzialności w kontekście zarządzania zrównoważonym rozwojem powiązany jest z systemem zarządzania I raportowania ENABLON. Wybrani przedstawiciele wyższego kierownictwa oraz członkowie Zarządu w ramach swoich obszarów kompetencji walidują raportowane dane I nadzorują proces.
	102-20	Odpowiedzialność kierownictwa za kwestie ekonomiczne, środowiskowe i społeczne		j.w.
	102-21	Proces konsultacji z interesariuszami na tematy ekonomiczne, środowiskowe i społeczne		Strony 71-74
	102-26	Rola najwyższego organu zarządzającego w wyznaczaniu celów, wartości i strategii		Zarząd bierze bezpośrednio udział w wyznaczaniu i wdrażaniu Strategii SAIL'22 oraz Together Towards ZERO.
	102-31	Przegląd kwestii ekonomicznych, środowiskowych i społecznych w organizacji		Informacje zawarte są w każdym rozdziale odnośnie realizacji naszych ambicji TTZ






WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
	102-32	Rola najwyższego organu zarządzającego w raportowaniu zrównoważonego rozwoju		Prezes Zarządu jest odpowiedzialny za formalną ewaluację i zatwierdzanie raportu zrównoważonego rozwoju
Zaangażowanie interesariuszy				
	102-40	Lista grup interesariuszy		Strony 71-72
	102-41	Zbiorowe układy pracy		W Carlsberg Polska nie funkcjonuje układ zbiorowy pracy. Jest natomiast regulamin pracy obejmujący wszystkich pracowników
	102-42	Identyfikacja i selekcja interesariuszy		W ramach bieżącej działalności ma miejsce identyfikacja kluczowych grup interesariuszy. W Tabeli na stronie 71 opisaliśmy metody ich angażowania
	102-43	Podejście organizacji do angażowania interesariuszy		Strony 71
	102-44	Kluczowe zagadnienia poruszone przez interesariuszy		Strona 74
Sposób przygotowania raportu				
	102-45	Podmioty uwzględnione w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym		Carlsberg Polska nie sporządza skonsolidowanego sprawozdania finansowego. Podmioty objęte niniejszym raportem to Carlsberg Polska Sp. z o.o. oraz Carlsberg Supply Company Polska SA
	102-46	Proces definiowania treści raportu i granic aspektów		Strony 4, 74
	102-47	Lista istotnych aspektów		Strona 74
	102-48	Ponowne przedstawienie informacji		W okresie raportowania nie zaszyły znaczące zmiany w zakresie przedstawianych informacji.
	102-49	Zmiany w sposobie przygotowania raportu		Po raz czwarty zastosowano Wytoczne GRI Standards, poziom core. Nie zaszyły znaczące zmiany w sposobie przygotowywania raportu.
	102-50	Okres objęty raportowaniem		01.01.2020 – 31.12.2020
	102-51	Data poprzedniego raportu		29.07.2020
	102-52	Cykl raportowania		Roczny
	102-53	Osoba kontaktowa w zakresie pytań dotyczących raportu i jego treści		Teresa Aldea
	102-54	Informacje zgłoszone zgodnie ze standardami GRI		GRI Standards, poziom core

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
	102-55	Indeks treści		Strony 95-102
	102-56	Weryfikacja zewnętrzna		Raport nie został poddany weryfikacji zewnętrznej.
Podejście do zarządzania				
	103-1	Uzasadnienie istotności aspektu i jego zakresu		Strony 11-12 – CO ₂ i energia Strony 23-24 – woda Strony 34-35 – odpowiedzialna konsumpcja alkoholu Strona 42 – BHP
	103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy		Strony 11-12 – CO ₂ i energia Strony 23-24 – woda Strony 34-35 – odpowiedzialna konsumpcja alkoholu Strona 42 – BHP
	103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania		Strony 11-12 – CO ₂ i energia Strony 23-24 – woda Strony 34-35 – odpowiedzialna konsumpcja alkoholu Strona 42 – BHP
KATEGORIA EKONOMICZNA				
Wyniki ekonomiczne				
	201-1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona		Strona 89
	201-2	Implikacje finansowe i inne ryzyka oraz szanse dla działań organizacji wynikające ze zmian klimatycznych		Strony 6-7 i 10
Pośredni wpływ ekonomiczny				
	203-1	Rozwój oraz wpływ inwestycji na infrastrukturę i usługi		Strona 89
	203-2	Istotny pośredni wpływ ekonomiczny		Strona 89
Przeciwdziałanie korupcji				
	205-1	Całkowita liczba i procent zakładów ocenionych pod kątem ryzyka wystąpienia korupcji oraz zidentyfikowane znaczące ryzyka		100% Wszystkie zakłady objęte są tymi samymi procedurami i Kodeksem Etyki i postępowania
	205-2	Komunikacja i szkolenia poświęcone politykom i procedurom antykorupcyjnym		Strona 78-79
	205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania		W 2020 r. nie stwierdzono takich przypadków
	206-1	Całkowita liczba podjętych wobec organizacji kroków prawnych dotyczących przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji, praktyk monopolistycznych oraz ich skutki		Brak

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
KATEGORIA ŚRODOWISKOWA				
Opakowania				
	301-2	Procent wykorzystywanych materiałów, które stanowią przetworzone materiały początkowe		Strony 19
	301-3	Procent odzyskanych materiałów ze sprzedawanych produktów i ich opakowań, według kategorii materiału		Strona 19
Energia				
	302-1	Zużycie energii wewnątrz organizacji		Strony 10-18
	302-3	Intensywność zużycia energii		Strona 10-18
	302-4	Zmniejszenie zużycia energii		Strona 10-18
	302-5	Zmniejszenie wymagań energetycznych produktów i usług		Strona 10-21
Woda				
	303-1	Całkowity pobór wody według źródła		Strona 23-32
	303-2	Źródła wody, gdzie pobór stanowi dużą ingerencję w zasoby wodne		Pobór wody odbywa się zgodnie z otrzymanymi pozwoleniami
	303-3	Procent oraz całkowita objętość wody przetwarzanej i ponownie wykorzystywanej		Strona 32
Bioróżnorodność				
	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
	304-3	Siedliska chronione lub zrewitalizowane		W pobliżu zakładów nie znajdują się siedliska chronione
Emisje				
	305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych		Strony 10-18
	305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych		Strona 10-18
	305-5	Redukcja emisji gazów cieplarnianych		Strona 10-18

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
Ścieki i odpady				
	306-1	Całkowita objętość ścieków według jakości i docelowego miejsca przeznaczenia		Strona 18
	306-2	Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu oraz metody postępowania z odpadem		Strona 21-21
	306-3	Łączna liczba i objętość istotnych wycieków		W 2020 r. nie odnotowano istotnych wycieków
	306-4	Waga transportowanych, importowanych, eksportowanych lub przetworzonych odpadów uznanych za niebezpieczne w rozumieniu konwencji bazylejskiej, patrz źródło nr 2, aneks i, ii, iii i viii, oraz procent odpadów przemieszczanych transgranicznie		Odpady są odbierane z browarów i oczyszczalni przez uprawnione firmy do przetwarzania i utylizacji odpadów ich środkami transportowymi
	306-5	Rodzaj, rozmiar, status ochronny oraz znaczenie dla bioróżnorodności akwenów wodnych i powiązanych siedlisk, na które istotny wpływ ma zrzucana przez organizację raportującą woda i wycieki		Zrzucanie ścieków odbywa się zgodnie z posiadanymi pozwoleniami, które określają odpowiednie parametry
Zgodność z przepisami środowiskowymi				
	307-1	Przypadki nieprzestrzegania prawa i regulacji dotyczących ochrony środowiska		W 2020 r. nie odnotowano takich przypadków.
KATEGORIA SPOŁECZNA				
Zatrudnienie				
	401-1	Całkowita liczba i wskaźniki zatrudnienia nowych pracowników oraz rotacji pracowników w podziale na grupy wiekowe, płeć i region		Strona 67-69
	401-2	Świadczenia zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie przysługują pracownikom tymczasowym lub zatrudnionym w niepełnym wymiarze godzin, w podziale na główne lokalizacje prowadzenia działalności		Nie występują świadczenia, których przysługiwanie jest uzależnione od wymiaru etatu
	402-1	Minimalne okresy wypowiedzenia w związku ze zmianami operacyjnymi, z uwzględnieniem informacji, czy są one określone w umowach zbiorowych		Zgodnie z Kodeksem Pracy. W Carlsberg Polska nie funkcjonują umowy zbiorowe.
Bezpieczeństwo i higiena pracy				
	403-1	Procent pracowników reprezentowanych we wspólnych formalnych komisjach ds. bhp uwzględniających pracowników i menedżerów, które pomagają monitorować i prowadzić programy związane z bezpieczeństwem i higieną pracy		Komisje BHP zwoływane są co kwartał w każdym Browarze.
	403-2	Rodzaj urazów oraz wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych i nieobecności w pracy oraz wypadków śmiertelnych związanych z pracą, z podziałem na regiony i płeć		Strona 43
	403-4	Kwestie bezpieczeństwa i higieny pracy uwzględnione w formalnych porozumieniach zawartych ze związkami zawodowymi		Regulamin pracy określa wzajemne relacje dotyczące bezpieczeństwa

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
Szkolenia i edukacja				
	404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika w podziale na płeć oraz na kategorię pracowników		Strony 60
	404-2	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają zarządzanie końcem kariery zawodowej		Strony 59-60
	404-3	Procent pracowników otrzymujących regularne oceny swoich wyników oraz informacje rozwoju zawodowego, w podziale na płeć oraz kategorię pracowników.		Strona 60
	405-1	Różnorodność w najwyższym organie zarządzającym i w kadrze pracowniczej		Strona 55
Brak dyskryminacji				
	406-1	Całkowita liczba przypadków incydentów o charakterze dyskryminacyjnym i podjęte środki naprawcze		W 2020 r. nie stwierdzono takich przypadków.
Wolność zrzeszania się				
	407-1	Zidentyfikowane działania i dostawcy, w których przypadku może występować ryzyko naruszenia wolności zrzeszania się i zawierania umów zbiorowych oraz działania podjęte by chronić te prawa		W 2020 r. nie stwierdzono takich przypadków.
Praca dzieci i praca przymusowa				
	408-1	Zakłady i dostawcy zidentyfikowani jako obarczeni znacznym ryzykiem wystąpienia przypadków pracy dzieci oraz środki podjęte w celu skutecznej eliminacji pracy dzieci		W 2020 r. nie stwierdzono takich przypadków.
	409-1	Działalność i dostawcy zidentyfikowani jako szczególnie narażeni na ryzyko wystąpienia przypadków pracy przymusowej lub obowiązkowej oraz działania podjęte w celu skutecznej eliminacji pracy przymusowej lub obowiązkowej		W 2020 r. nie stwierdzono takich przypadków.
Ocena pod kątem praw człowieka				
	412-1	Całkowita liczba działań poddanych przeglądowi pod kątem poszanowania praw człowieka lub ocenie pod kątem wpływu na poszanowanie praw człowieka		W Grupie Carlsberg mamy wdrożoną Human & Labour Rights Policy. Za monitorowanie tej polityki jest odpowiedzialny lokalny HR.
	412-2	Szkolenie pracowników z zakresu polityk i procedur związanych z prawami człowieka		Strona 78-79
Spółeczności lokalne				
	413-1	Zakłady z wdrożonymi programami zaangażowania lokalnej społeczności, ocenami wpływu i programami rozwoju		Strony 80-82

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
	415-1	Całkowita wartość wsparcia udzielonego na rzecz partii politycznych, polityków i instytucji o podobnym charakterze w podziale na kraje i odbiorcę/beneficjenta		Nie udzielamy takiego wsparcia. Jest ono niezgodne z zasadami etycznymi Grupy Carlsberg
Zdrowie i bezpieczeństwo klienta				
	416-1	Procent istotnych kategorii produktów i usług, w przypadku których poddaje się ocenie ich wpływ na zdrowie i bezpieczeństwo w celu poprawy wskaźników		100% naszych produktów jest poddawane ocenie, m.in. w ramach Normy FSSC 22000
	416-2	Przypadki niezgodności z regulacjami oraz dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo na każdym etapie cyklu ich życia, w podziale na rodzaj skutków		W 2020 r. nie miały miejsca takie przypadki
Marketing i znakowanie produktów				
	417-1	Obowiązki informowania i znakowania produktów i usług		Strony 38
	417-2	Przypadki niezgodności z regulacjami dotyczące informacji i znakowania produktów i usług		W 2020 r. nie miały miejsca takie przypadki
	417-3	Liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi komunikacji marketingowej, w tym reklam, promocji i sponsoringu, w podziale na rodzaj skutków		W 2020 r. nie miały miejsca takie przypadki
	419-1	Kwota istotnych kar oraz całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami		W 2020 r. nie miały miejsca takie przypadki

OSOBA KONTAKTOWA W SPRAWIE RAPORTU

Teresa Aldea

Kierownik ds. zrównoważonego rozwoju

Carlsberg Polska

tel. +48 603 883 404

e-mail: Teresa.Aldea@carlsberg.pl



W pełni



Częściowo

Carlsberg Polska
ul. Krakowiaków 34
02-255 Warszawa

www.carlsbergpolska.pl