







**ZRÓWNOWAŻONY  
ROZWÓJ  
RAPORT 2018**

## WPROWADZENIE

Słowo wstępne .....	3
Zrównoważony biznes .....	5
Together Towards ZERO .....	6

## NASZE AMBICJE

 ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO .....	8
 ZERO MARNOWANIA WODY.....	16
 ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU.....	21
 ZERO WYPADKÓW.....	28

## DODATKOWE INFORMACJE

NASI PRACOWNICY.....	34
<b>ODPOWIEDZIALNY BIZNES</b> .....	44
Zarządzanie odpowiedzialnym biznesem .....	45
Ciągłe doskonalenie .....	49
Etyka .....	51
Zaangażowanie społeczne .....	54
<b>CARLSBERG POLSKA</b> .....	59
Historia .....	62
Wpływ społeczno-ekonomiczny .....	63
Reputacja .....	64
Nagrody .....	65
<b>INDEKS GRI</b> .....	66

## METODOLOGIA, ZAKRES I WERYFIKACJA

Niniejszy Raport opisuje istotne kwestie społeczne, etyczne i środowiskowe za rok budżetowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2018 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 celów 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.

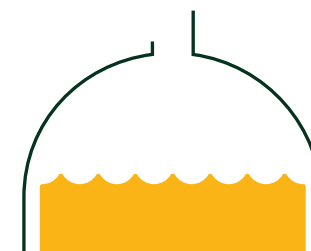
## GRUPA CARLSBERG



**40,000+** LUDZI Z PASJĄ

**118MLN HL**   
PIWA WYSOKIEJ JAKOŚCI

**85**  
LOKALIZACJI  
NA ŚWIECIE



[carlsberggroup.com](https://carlsberggroup.com)



[@carlsberggroup](https://twitter.com/carlsberggroup)



[@carlsberggroup](https://www.instagram.com/carlsberggroup)



[Carlsberg Group](https://www.linkedin.com/company/carlsberg-group)

# POSTĘP W PROGRAMIE TOWARDS ZERO

Przedsiębiorstwa mają coraz bardziej istotną rolę w zapewnianiu zrównoważonej przyszłości. Z tego względu intensywnie pracujemy nad poprawą kondycji finansowej naszej firmy i realizacją ambitnego programu zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO.

Rok 2018 był dobry dla Grupy Carlsberg. Osiągnęliśmy solidne wyniki finansowe i odnotowujemy postęp w zakresie wdrażania zrównoważonego rozwoju, co moim zdaniem dowodzi, iż konsekwentnie realizujemy naszą misję „Wzrzymy dla lepszego dziś i jutra”.

Osadziliśmy program Together Towards ZERO w strategii korporacyjnej SAIL'22, która stanowi podstawę decyzji podejmowanych na każdym szczeblu organizacji. Nasze zobowiązania w stosunku do UN Global Compact i Celów Zrównoważonego Rozwoju są globalnym kontekstem naszych lokalnych działań. Jestem zadowolony z postępów w zakresie realizacji naszych celów zrównoważonego rozwoju.

Od 2015 roku, będącego rokiem bazowym dla wyliczeń, zredukowaliśmy poziom względnych emisji dwutlenku węgla o 20%, zaś zużycie wody o 9%. Informacje dotyczące odpowiedzialnej konsumpcji zawarte są na etykietach 96% naszych opakowań na świecie. Innowacje,

takie jak Snap Pack, dzięki któremu można zredukować ilość plastiku i emisję dwutlenku węgla, umożliwiają bezpośrednie zaangażowanie klientów i konsumentów w działania na rzecz zrównoważonego rozwoju.

W 2018 roku dokonaliśmy postępu w realizacji celów programu zrównoważonego rozwoju. Niestety, nie było tak we wszystkich, kluczowych dla nas obszarach. Udało nam się ograniczyć liczbę wypadków ze zwolnieniem lekarskim o 35% licząc od roku 2015. Jestem jednak daleki od zadowolenia z wyników w obszarze BHP, ze względu na trzy wypadki śmiertelne. Jestem głęboko zasmucony i pragnę wyrazić moje najszersze kondolencje dla rodzin ofiar. Tragedie te podkreślają potrzebę tworzenia kultury ZERO wypadków.

Czynimy postępy, lecz wciąż stoją przed nami istotne wyzwania, aby osiągnąć cele wyznaczone do roku 2030. Będzie to wymagało skutecznego wprowadzania innowacji, współpracy z partnerami i gotowości do reagowania na szybko zmieniające się otoczenie konkurencyjne.

Podsumowując, będziemy przyspieszać naszą podróż w kierunku osiągnięcia celów Together Towards ZERO, rozwijając efektywny i zrównoważony biznes.

Cees 't Hart  
Prezes Zarządu, Grupa Carlsberg



# SZANOWNI PAŃSTWO,

Oddajemy w Państwa ręce Raport Zrównoważonego Rozwoju, podsumowujący nasze działania w tym zakresie za rok 2018.

W Carlsberg Polska tematyka zrównoważonego rozwoju jest osadzona wysoko na agendzie działań i priorytetów, gdyż uważamy, że odnoszący sukces biznes to zrównoważony biznes. Zależy nam na tym, by sukcesy biznesowe firmy harmonizowały z poszanowaniem naszych interesariuszy i ograniczaniem wpływu naszej działalności na środowisko.

Raport prezentuje stopień realizacji celów zrównoważonego rozwoju ujętych w globalnej strategii Grupy Carlsberg pn. Together Towards ZERO. Obejmuje ona cztery priorytetowe cele, które zamierzamy osiągnąć do roku 2030, tj. ZERO śladu węglowego, ZERO marnowania wody, ZERO wypadków i ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Ambicje te są zgodne z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDGs). Dlatego w Raporcie skupiamy się na przedstawieniu postępów firmy w ww. obszarach, a także działań społecznych i edukacji w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu.

Redukcja emisji CO<sub>2</sub> to wyzwanie dla przemysłu w dobie znaczących zmian klimatycznych. Cieszy mnie fakt, że konsekwentnie rok do roku staramy się zmniejszać zużycie mediów w naszych browarach, tj. energii i CO<sub>2</sub>. Dla

przykładu, w roku 2018 zmniejszyliśmy emisję CO<sub>2</sub> o 5,0% w stosunku do 2017 roku.

Powodem do satysfakcji jest fakt, iż rośnie bezpieczeństwo pracowników i ich świadomość poprawnych postaw i zachowań tak na terenie browarów, jak i za kierownicą. W roku 2018 zmniejszyła się liczba wypadków z udziałem pracowników. Największym osiągnięciem była redukcja liczby wypadków w dziale sprzedaży - o 37% w porównaniu do 2017. Wiemy jednak, że mamy jeszcze wiele do zrobienia na tym polu.

Jako odpowiedzialny producent alkoholu, kontynuujemy nasze działania wokół podnoszenia świadomości w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji i sprzedaży. Naszą kluczową inicjatywą jest prowadzona od 2017 roku kampania społeczna pod hasłem „Trzeźwo myślę”. Dzięki aktywnościom z influencerami w mediach społecznościowych, kampanii displayowej na ekranach w wybranych placówkach medycznych w Polsce, eventom w wybranych pubach w Warszawie oraz działaniom komunikacyjnym w mediach w 2018 r. kampania dotarła do ponad 6 milionów osób. Ponadto, dbamy, by w naszym portfelu marek poszerzać wybór bezalkoholowych wariantów piw. Od lat, w ramach samoregulacji umieszczamy również znaczki odpowiedzialnościowe na wszystkich opakowaniach piw alkoholowych.

Dla Carlsberg Polska ważnym interesariuszem są lokalne społeczności przy naszych browa-

rach. Dlatego m.in. od 2014 roku prowadzimy program „InicJaTyWy”, którego beneficjentem są mieszkańcy Brzeska, Sierpca, Szczecina i ich okolic. W 2018 r. podczas V edycji programu 80 pracowników-wolontariuszy zrealizowało 12 projektów na rzecz lokalnych społeczności, pracując 1 328 godzin.

Raport to z jednej strony sprawozdanie z dotychczasowych działań, zaś z drugiej zobowiązanie na kolejne lata. Mamy świadomość, że zrównoważony rozwój powinien uwzględniać nieustanne reagowanie na coraz trudniejsze wyzwania np. zmian klimatycznych.



Zgodnie z naszą misją „Warzymy dla lepszego dziś i jutra” podejmujemy działania, aby sprostać wyzwaniom dzisiejszego i przyszłego świata.

I z tą refleksją zostawiam Państwa, życząc udanej lektury. Zapraszamy również do kontaktu, gdyby zechcieli Państwo podzielić się z nami swoimi wnioskami i uwagami.

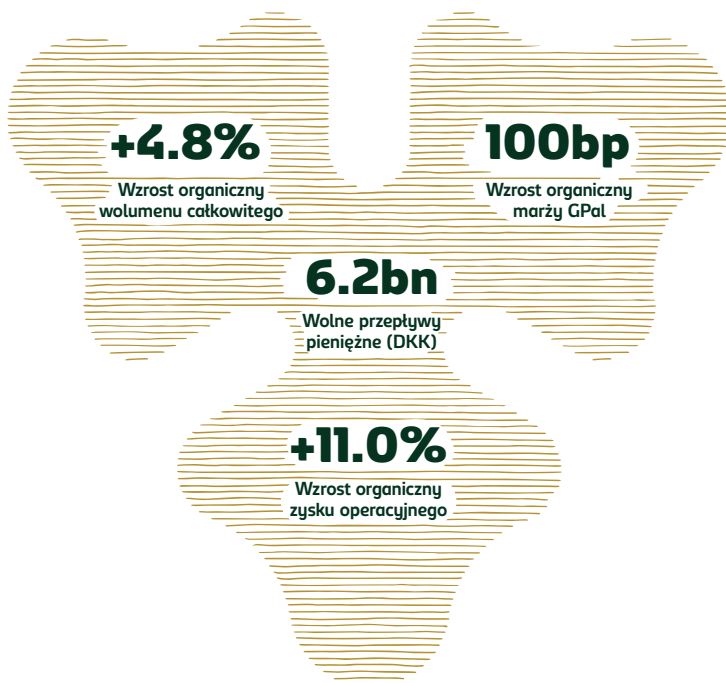
Z pozdrowieniami,

Paul Davies  
Prezes Zarządu Carlsberg Polska

# BIZNES ODNOSZĄCY SUKCESY TO ZRÓWNOWAŻONY BIZNES

Wierzmy, że odpowiedzialny biznes dba o to, aby zapewnić harmonię pomiędzy rentownością i zrównoważonym rozwojem. Obszar zrównoważonego rozwoju jest integralną częścią naszej strategii biznesowej SAIL'22. Dążymy do tworzenia zrównoważonego wzrostu wartości, zachowując równocześnie równowagę pomiędzy wielkością sprzedaży, marżą, zyskiem i zasobami pieniężnymi. Poniżej prezentujemy wyniki finansowe Grupy Carlsberg za 2018 rok oraz postępy Carlsberg Polska w zakresie wdrażania zrównoważonego rozwoju.

## WYNIKI FINANSOWE GRUPY CARLSBERG ZA 2018 r.



## POSTĘPY CARLSBERG POLSKA



**ZERO**  
MARNOWANIA  
WODY

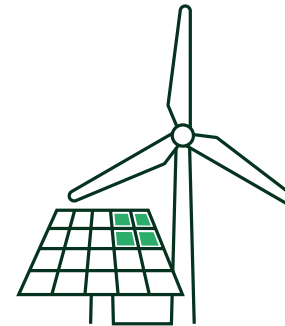
**1 000 m<sup>3</sup>**

miesięczna oszczędność wody dzięki jej odzyskowi i powtórnemu wykorzystaniu w stacji uzdatniania Browaru Okocim Carlsberg Polska



**ok. 6,7 mld zł**

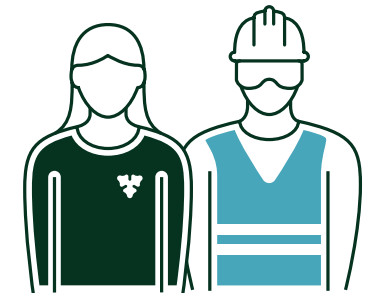
w formie podatków przekazał Carlsberg Polska do budżetu Państwa w latach 2010-2018



**ZERO**  
ŚLADU  
WĘGLOWEGO

**5,2%**

redukcji względnych emisji dwutlenku węgla w browarach Carlsberg Polska od 2015 r.



**ZERO**  
WYPADKÓW

**37%**

zmniejszenie wypadków w Dziale Sprzedaży Carlsberg Polska w porównaniu z 2017 r.

**ZERO**  
NIEODPOWIEDZIALNEJ  
KONSUMPCJI ALKOHOLU

**100%**

piw alkoholowych Carlsberg Polska jest opatrzonych symbolami odpowiedzialnościowymi, które przestrzegają konsumentów przed jazdą po spożyciu alkoholu, picie w cięży lub przez nieletnich.



# TOGETHER TOWARDS ZERO

Nigdy wcześniej globalne wyzwania takie jak zmiany klimatyczne, niedobory wody i zdrowie publiczne nie były tak ważne i pilne. Naszą odpowiedzią jest program zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO, który opiera się na misji - Warzymy dla lepszego dziś i jutra.

Nasze cztery ambicje to:

- ZERO śladu węglowego,
- ZERO marnowania wody,
- ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu
- ZERO wypadków.

Każda z nich opiera się na jasnych, wymiernych celach wyznaczonych na lata 2022 i 2030. Niniejszy raport opisuje postępy w tym zakresie.

## TWORZENIE STABILNEGO BIZNESU

Stabilność biznesu wynika z uwzględnienia zrównoważonego rozwoju w SAIL22, czyli strategii biznesowej Grupy Carlsberg. Nasze ambicje są siłą napędową działań: minimalizacji ryzyka i wzrostu efektywności przy jednoczesnym zachowaniu harmonii ze społecznościami lokalnymi i środowiskiem naturalnym. Opieramy się

na silnych podstawach naukowych i rozwoju przetomowych innowacji, które przynoszą korzyści piwowarstwu i społeczeństwu.



**ZERO  
ŚLADU  
WĘGLOWEGO**



**ZERO  
MARNOWANIA  
WODY**



**ZERO  
NIEODPOWIEDZIALNEJ  
KONSUMPCJI  
ALKOHOLU**



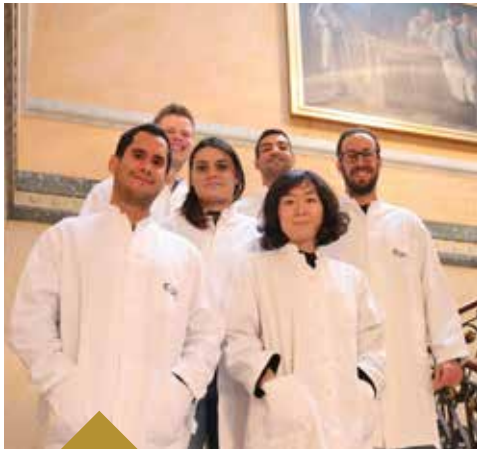
**ZERO  
WYPADKÓW**



## NASZA MISJA

Niektórzy muszą długo szukać, aby określić swoją misję. My mieliśmy ją od zawsze. Dążymy do doskonałości każdego dnia. Staramy się warzyć lepsze piwa. Piwa, którymi ludzie delektują się w radosnych chwilach. Nie zadowolaliśmy się natychmiastowym zyskiem, kiedy możemy stworzyć lepsze jutro dla nas wszystkich. Warzymy dla lepszego dziś i jutra.





## YOUNG SCIENTISTS COMMUNITY

W 2018 roku zatrudniliśmy grupę badaczy po studiach doktoranckich, którzy weszli w skład Carlsberg Young Scientists Community. Ta społeczność kreatywnych, innowacyjnych i myślących przyszłościowo młodych naukowców z całego świata ma za zadanie pomóc nam w znalezieniu lub opracowaniu technologii i sposobów ich zastosowania w naszej działalności. Będzie to miało kluczowe znaczenie dla osiągnięcia celów w zakresie ZERO śladu węglowego i ZERO marnowania wody.

### PARTNERSTWA W CELU REALIZACJI NASZEGO PROGRAMU

Wiemy, że nie możemy zrealizować naszych ambicji, działając w izolacji. Nasz program został opracowany przy wsparciu ekspertów naukowych.

Regularnie angażujemy naszych interesariuszy, słuchając ich opinii na temat możliwych udoskonaleń. Razem możemy osiągnąć szybszy postęp w realizacji programu Together Towards ZERO.

### TOGETHER TOWARDS SDG

Cele zrównoważonego rozwoju ONZ (SDG – Sustainable Development Goals) tworzą plan na bardziej zrównoważony świat. Wzywają rządy, przedsiębiorstwa oraz społeczeństwo do działania na rzecz położenia kresu ubóstwu, zmniejszenia nierówności i ograniczenia zmian klimatycznych do roku 2030.

Skupiamy nasze wysiłki na celach i zadaniach istotnych dla naszej działalności i tych, gdzie możemy wywrzeć największy wpływ. Każdego roku dokonujemy przeglądu wyników działań w tym zakresie. Schemat na tej stronie pokazuje cele naszego programu Together Towards ZERO w powiązaniu z celami SDG, jak również te, które przenikają wszystkie nasze działania. W kolejnych sekcjach raportu odnosimy się do konkretnych, mierzalnych celów i realizowanych działań wpisujących się w poszczególne cele SDG.

### CELE SDG POWIĄZANE Z CELAMI TOGETHER TOWARDS ZERO





# ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO



Aby zredukować ilość plastikowych odpadów oraz zmniejszyć emisję CO<sub>2</sub> z naszych opakowań, wprowadzamy przetłomowe rozwiązanie Snap Pack. Zamiast folii używanej do owijania wielopaków piwa, Snap Pack skleja puszki ze sobą za pomocą kropli specjalnego kleju.

W porównaniu z tradycyjnymi opakowaniami zbiorczymi, Snap Pack zmniejszy zużycie plastiku nawet o 76%. Po pełnym wprowadzeniu na rynek, szacuje się, że Snap Pack zredukuje ilość odpadów z tworzyw sztucznych na świecie o ponad 1200 ton rocznie. Stworzenie pierwszego na świecie takiego rozwiązania dla przemysłu piwowarskiego we współpracy z partnerami zajęło nam trzy lata.



# ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO

Zmiany klimatu stanowią zagrożenie dla życia ludzi na całym świecie. Naszym zobowiązaniem są śmiałe działania na rzecz klimatu, przybliżające nas do realizacji ambicji ZERO śladu węglowego.

Międzyrządowy Zespół ds. Zmian Klimatu (IPCC) wydał krytyczne ostrzeżenia dotyczące globalnego ocieplenia o 2°C oraz więcej powyżej poziomu przedindustrialnego. Bez pilnych działań, pod koniec wieku pogoda będzie bardziej ekstremalna, poziom mórz wzrośnie, a produkcja upraw rolnych będzie ogromnym wyzwaniem.<sup>1</sup>

Z tego powodu jednym z celów Strategii Together Towards ZERO jest redukcja emisji CO<sub>2</sub> zgodnie z ambitniejszym celem Porozumienia Paryskiego – ograniczenia wzrostu temperatury do 1,5°C. Uważamy, że przedsiębiorstwa mogą znacząco zredukować emisje stymulując wzrostu biznesu.

CELE 2030

**ZERO  
30%**

EMISJI DWUTLENKU WĘGLA W BROWARACH GRUPY

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 BROWARACH GRUPY

**ZERO**

ZASTOSOWANIA WĘGLA W NASZYCH BROWARACH

**15%**

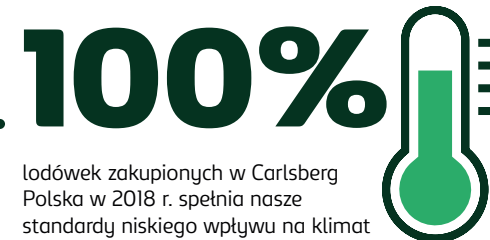
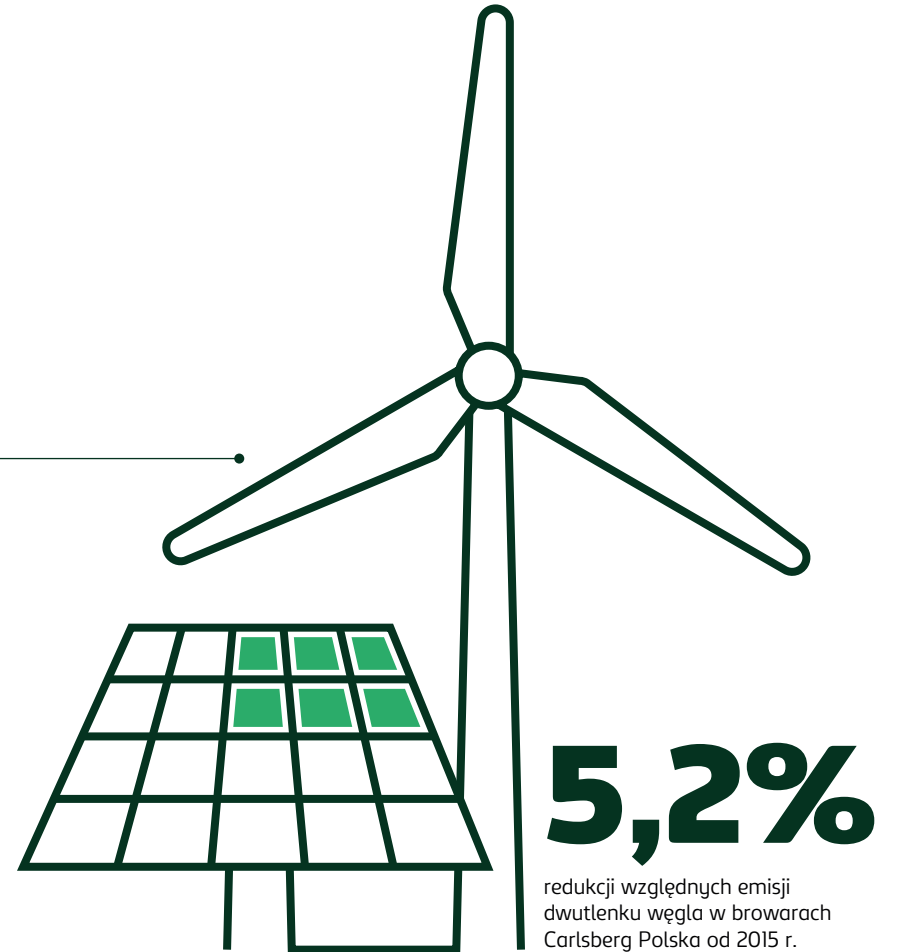
REDUKCJI EMISJI DWUTLENKU WĘGLA TYPU BEER-IN-HAND W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

**100%**

REDUKCJI EMISJI Z CHŁODZENIA

**30**

PARTNERSTW W CELU REDUKCJI EMISJI DWUTLENKU WĘGLA W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI



<sup>1</sup> Intergovernmental Panel on Climate Change. Raport Specjalny: Global Warming of 1.5 °C. 2018.

## ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO PRZYKŁADY NASZYCH DZIAŁAŃ SDG



### CELE SDG

- 7.2** Do 2030 roku znacząco zwiększyć udział odnawialnych źródeł energii w globalnym miksie energetycznym.
- 7.3** Do 2030 roku podwoić wskaźnik wzrostu globalnej efektywności zużycia energii..
- 12.1** Do 2030 roku zapewnić zrównoważone zarządzanie i efektywne zużycie zasobów naturalnych.
- 12.5** Do 2030 roku istotnie obniżyć poziom generowania odpadów poprzez zapobieganie ich powstawaniu, redukcję, recykling i ponowne użycie.
- 12.6** Zachęcać przedsiębiorstwa, w szczególności te duże i międzynarodowe, do wdrażania praktyk w zakresie zrównoważonego rozwoju i uwzględniania informacji na ten temat w swoich cyklicznych raportach.

### PRZYKŁADY NASZYCH DZIAŁAŃ:

- ❖ Oszczędność energii w naszych browarach
- ❖ Innowacyjne opakowania, takie jak Snap Pack
- ❖ Optymalizacja procesów logistycznych we współpracy z klientami



## OSIĄGNIĘCIA 2018

Wymiana oświetlenia oraz sterowania w Browarze Okocim – zmniejszenie zużycia energii elektrycznej.

Browar Kasztelan – zmniejszenie zużycia energii elektrycznej w magazynie.

Nowa instalacja w Browarze Bosman umożliwiającą wykorzystywanie ciepła z amoniaku z instalacji chłodniczej browaru do zgazowania CO<sub>2</sub> używanego w produkcji.

Wdrożenie Transportation Management System – optymalizacja procesów logistycznych i wynikająca z tego redukcja liczby przejechanych kilometrów.

Ograniczenie grubości ścian puszek i butelek

## PLANY 2019

Redukcja ilości przejechanych kilometrów poprzez poprawę wypełnienia ładowności ciężarówek

Prace związane z obniżeniem mocy kotłów w Browarze Okocim (zmniejszenie emisji CO<sub>2</sub>)

Poprawa efektywności kotłów gazowych w Browarze Kasztelan

Dalsze powiększanie placów składowych oraz automatyzacja procesu przepakowań w Brzesku

Optymalizacja powierzchni składowania wyrobu gotowego oraz optymalizacja transportu wewnętrznego w Sierpcu

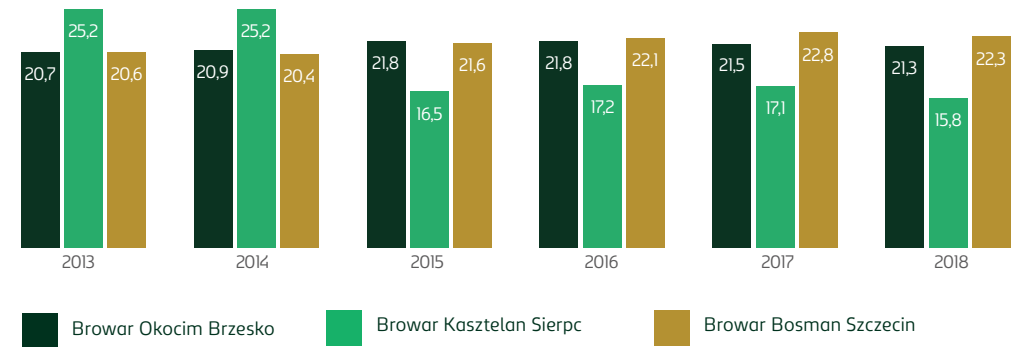
Optymalizacja procesu i zwiększenie efektywności zwrotów pustych opakowań

## ELIMINACJA EMISJI CO<sub>2</sub> W BROWARACH

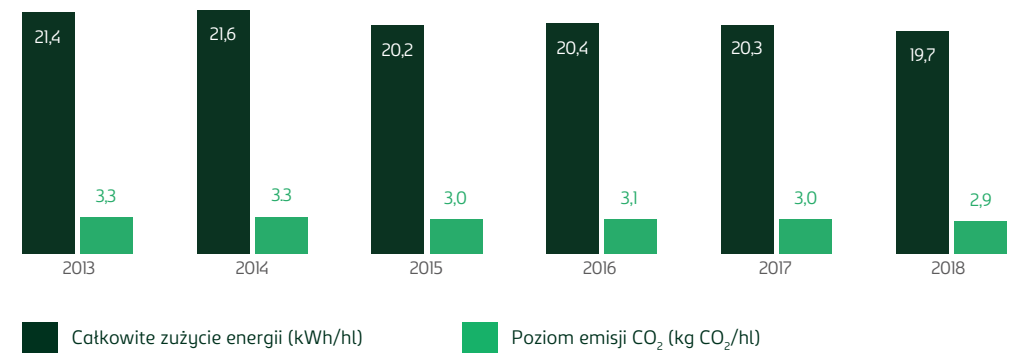
Kluczowe w zakresie ograniczania emisji CO<sub>2</sub> są działania w naszych browarach zarówno na poziomie ciągłego doskonalenia

i wdrażania usprawnień, jak również poprzez inwestycje, zmiany procesów i innowacje mające na celu zwiększenie efektywności energetycznej.

## CAŁKOWITE ZUŻYCIE ENERGII W BROWARACH CARLSBERG POLSKA (kWh/hl)



## CAŁKOWITE ZUŻYCIE ENERGII ORAZ EMISJA CO<sub>2</sub> W CARLSBERG POLSKA





W ostatnich latach zrealizowaliśmy w naszych browarach szereg istotnych inwestycji i modernizacji.

#### **BROWAR KASZTELAN W SIERPCU**

W ostatnim roku w Browarze Kasztelan przeprowadziliśmy kompleksową inwestycję wymiany oświetlenia i sterowania w magazynach. Zmiany te miały znaczący wpływ na redukcję zużycia energii elektrycznej o blisko 33% w stosunku do poprzedniego systemu. Wymieniliśmy ponad 300 lamp instalując oświetlenie LED, dzięki układom sterowania (czujniki ruchu, zmierzchu, zegarom astronomicznym, itp.) wdrożyliśmy tzw. oświetlenie strefowe. W rezultacie osiągnęliśmy oszczędność rzędu 147 000 kWh w skali roku.

Browar ten w ostatnich latach przeszedł gruntowną modernizację i rozbudowę, co było największym tego typu projektem w branży. Dzięki zastosowaniu nowoczesnych technologii i rozwiązań osiągnęliśmy znaczne ograniczenie zużycia wody, energii elektrycznej i ciepłej oraz redukcję emisji CO<sub>2</sub> o 10,5% w stosunku do okresu sprzed inwestycji.

#### **BROWAR BOSMAN W SZCZECINIE**

W Browarze Bosman nieustannie szukamy nowych sposobów na zmniejszenie wpływu na środowisko naturalne. W 2018 roku uruchomiliśmy nową instalację umożliwiającą wykorzystywanie ciepła z amoniaku z instalacji chłodniczej browaru do zgazowania CO<sub>2</sub> używanego w produkcji. Dwutlenek węgla transportowany jest w postaci ciekłej cysternami, natomiast w procesach technologicznych używany jest w formie gazowej, aby zmienić jego stan skupienia potrzebne jest dostarczenie

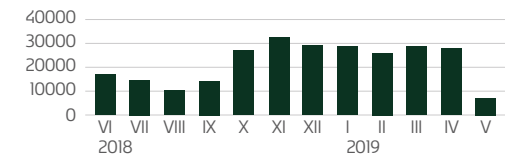
energii. Użyliśmy do tego energii zgromadzonej z używanego u nas na zakładzie amoniaku i tym samym nie musieliśmy zużywać dodatkowej energii wytworzonej tylko na potrzeby tego procesu. Dzięki tej metodzie udało się przetworzyć ponad 2 000 ton dwutlenku węgla a co za tym idzie zaoszczędzić 140 000 kWh energii elektrycznej, której używaliśmy wcześniej do tego celu.

Od 1999 roku w browarze funkcjonuje instalacja do odzysku CO<sub>2</sub> z procesu fermentacji. Wykorzystujemy odzyskany dwutlenek węgla do operacji procesowych takich jak wypychanie powietrza z instalacji i z tanków, aby ograniczyć kontakt tlenu z powietrza z piwem.

#### **BROWAR OKOCIM W BRZESKU**

Dzięki modernizacjom i inwestycjom w Browarze Okocim na przestrzeni ostatnich lat, mocno ograniczono zużycie mediów. Przykładowo, w roku 2018 zmniejszono zużycie energii cieplnej i elektrycznej o 1% (w porównaniu do 2017 roku) a emisję CO<sub>2</sub> o 4%.

Oszczędność energii w wyniku wdrożenia systemu oświetlenia w magazynie Browaru Okocim (kWh)  
Dane za czerwiec 2018 r. – maj 2019 r.



Oszczędność emisji CO<sub>2</sub> jaką zapewniłoby:  
**9063** ha lasów

Natychmiastowa oszczędność energii:  
**56%**

Oszczędność energii:  
**3 239 964** kWh

## REDUKCJA EMISJI TYPU „BEER IN HAND”

Dążąc do realizacji celu ZERO emisji dwutlenku węgla do roku 2030, realizujemy szereg działań zarówno w naszych browarach, jak również w łańcuchu wartości. M.in. dążymy do optymalizacji w magazynowaniu, logistyce i gospodarce opakowaniowej oraz ściśle współpracujemy z partnerami handlowymi. Naszym celem jest zmniejszenie emisji typu "beer in hand" o 30% do roku 2030 w odniesieniu do 2015 jako bazowego.

## LOGISTYKA

Jednym z kluczowych aspektów naszego modelu biznesowego, mającego wpływ na poziom emisji, są dystrybucja i obrót opakowaniami. Intensywnie pracujemy nad optymalizacją procesów logistycznych poprzez redukcję liczby przejechanych kilometrów, likwidację pustych przebiegów aut dostawczych i maksymalnie efektywne wykorzystanie floty samochodowej.

Chcemy to osiągnąć poprzez:

- a. zmianę schematów załadunkowych w transportach międzymagazynowych oraz w dystrybucji do klientów w celu maksymalnego wykorzystania powierzchni załadunkowej i ograniczeniu ilości realizowanych transportów,
- b. zwiększenie efektywności zwrotów pustych opakowań od klientów.

Podjęte działania obejmują m.in. usprawnienie analityki logistycznej dotyczącej liczby tras,



” Ważnym projektem realizowanym w Carlsberg Polska w 2018 roku była kontynuacja wdrożenia Transportation Management System (TMS), czyli systemu do zarządzania, planowania, optymalizacji usług transportowych realizowanych przez operatorów logistycznych. Wśród kluczowych korzyści z wprowadzenia TMS warto wspomnieć m.in. wzrost elastyczności współpracy z operatorami logistycznymi, minimalizację błędów ludzkich i poprawę jakości planowania transportu.

**Dariusz Krasoń**  
Menedżer ds. Transportu i Dystrybucji  
Carlsberg Polska



przejechanych kilometrów i kierunków dostaw w kontekście pustych przebiegów oraz wdrożenie planów zmierzających do ich zmniejszenia. Całość uzupełniona jest ścisłą współpracą, m.in. w formule warsztatów i podpisanie umów z kluczowymi klientami na realizację odbiorów własnych. W rezultacie nastąpiła redukcja ponad 100 tys. przejechanych kilometrów w odbiorach własnych oraz prawie 0,5 mln kilometrów w dystrybucji i transporcie produktów oraz opakowań zwrotnych.

Dodatkowo, w poprzednich latach w Szczecinie zastąpiliśmy dotychczasową flotę autami nowej generacji DAF CF, które pozwalają przewieźć o 10 proc. więcej palet niż stare samochody, co przekłada się na mniej kursów i oszczędność paliwa a w efekcie mniejszą emisję CO<sub>2</sub>.

### MAGAZYNOWANIE

Modernizacja obecnego oświetlenia w magazynie, poprzez instalację LED wraz z automatycznym sterowaniem przyniosło oszczędność zużycia prądu na poziomie 30%. Światło wyzwalane jest przez detekcję ruchu, a system umożliwia jednoczesne regulowanie mocy opraw przez systematyczne pomiary natężenia światła dziennego docierającego do wnętrza hali przez świetliki dachowe zapewniając odpowiednie parametry natężenia oświetlenia dla magazynów. Przy okazji modernizacji podnieśliśmy poziom zawieszenia oświetlenia, co spowodowało powiększenie pojemności całkowitej magazynu o 25%, ograniczając tym samym liczbę wywozów produktów do magazynów zewnętrznych.

Dzięki zautomatyzowanej linii przenośników zredukowaliśmy o 20% flotę wózków widłowych, które we wszystkich browarach w 95% są już elektryczne a nie gazowe. Ich wykorzystanie poprawiło równocześnie ergonomię pracy dla operatorów wózków widłowych, a zarazem umożliwiło optymalizację dróg transportowych. W rezultacie nastąpiło powiększenie pojemności całkowitej magazynu o 4%, ograniczając tym samym liczbę wywozów produktów do magazynów zewnętrznych. Planowana jest również wymiana baterii na litowo – jonowe, co zapewni większą wydajność energetyczną, jak również lepsze zdolności przetadunkowe oraz wydłuży żywotność baterii.

Uruchomiliśmy również akumulatorownie z automatycznym systemem kolejkowania baterii FIFO, co znacząco przedłuża ich żywotność oraz ogranicza zużycie prądu. W Browarze Okocim wdrożyliśmy system buforowania i transportu palet z pustą butelką zwrotną z magazynów zewnętrznych do depaletyzerów, aby uwolnić przestrzeń dla magazynu wyrobu gotowego.



” Gospodarka magazynowa to kolejny, kluczowy obszar naszego wpływu na środowisko naturalne. Usprawnienia w jej zakresie są w stanie przynieść wymierne korzyści w zakresie ograniczania zużycia mediów i redukcji emisji. Usprawnianie ruchu pojazdów i zwiększanie powierzchni magazynowej to inwestycje przeprowadzone w ostatnim czasie w naszych browarach.

**Marcin Będlin**  
Menedżer ds. Logistyki Magazynowej

### OPAKOWANIA

Opakowania to kolejny priorytet w naszych działaniach na rzecz środowiska, zarówno pod kątem ograniczania ilości odpadów jak też redukcji emisji CO<sub>2</sub>. Kluczowe w tym zakresie są butelki i puszki, ale również folia, karton czy paski do pakowania. Mając na uwadze wpływ opakowań na środowisko wdrażamy liczne rozwiązania w zakresie optymalizacji zużycia materiałów do ich produkcji i transportu. Od lat grubość ścianki puszki piw Carlsberg jest stopniowo zmniejszana. Stosujemy puszki o cieńszej budowie, których produkcja jest korzystniejsza dla środowiska. W 2018 roku osiągnęliśmy grubość 0,24 mm (w porównaniu do 0,27 mm w 2016 roku). Zmiany dotyczą też wieczka puszki - jeszcze 5 lat temu średnica szyjki wynosiła 206, a teraz 202 (czyli 52 mm), dzięki temu puszki mają mniejszą masę co oznacza mniejszy poziom emisji podczas transportu.

Od lat systematycznie zmniejszamy grubość szkła w butelkach - do 303 gramów w 2018 roku w porównaniu do 320 gramów 2016 roku. W kwestii butelek bardzo duże znaczenie dla nas ma butelka zwrotna. Aktualnie prawie 42% naszego piwa w opakowaniach detalicznych jest sprzedawane właśnie w tej formie. Taką butelkę można wykorzystać przynajmniej 20 razy - niestety w Polsce dzieje się to średnio od 8 do 12 razy. Natomiast w 2018 roku 92,3% butelek zwrotnych w Carlsberg Polska było ponownie napełnionych piwem i wracało na rynek.

W działaniach prośrodowiskowych zajęliśmy się również zastosowaniem niszczonek do pasków opakowaniowych. Zmielone resztki poddawane są recyklingowi, zaś rozwiąza-

nie to umożliwiło zredukowanie zajmowanej przestrzeni ładunkowej, co w efekcie przelożyło się na zmniejszenie liczby transportów wywozowych dla tego odpadu. W jednym z piw ograniczyliśmy ilości odpadów wprowadzanych na rynek przez zastąpienie skrzynką zwrotną jednorazowego kartonu jako opakowania zbiorczego.

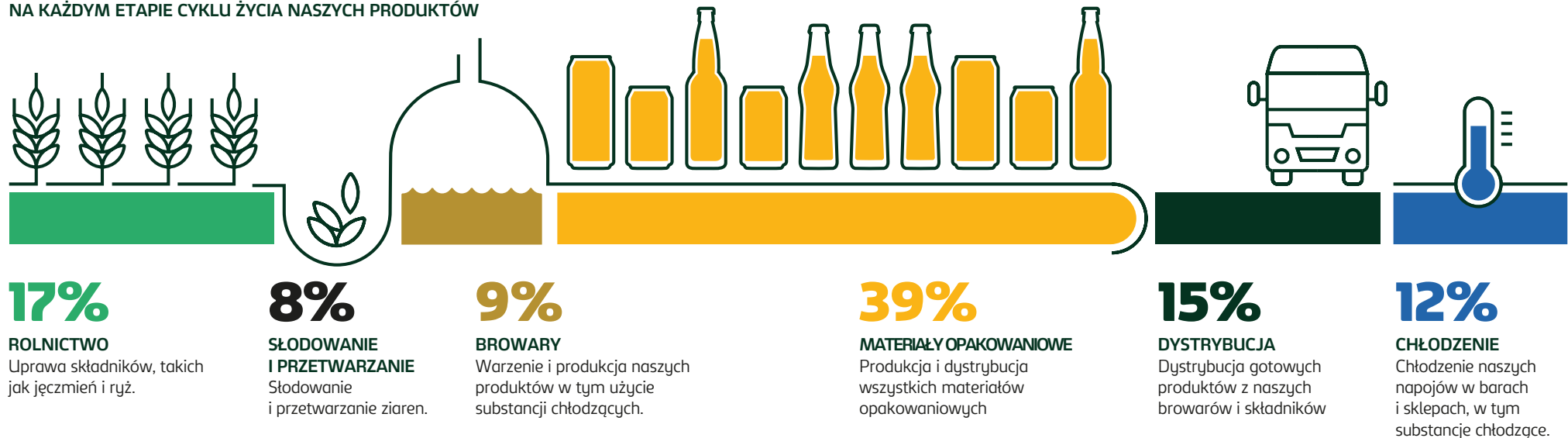
Najwięcej folii zużywa się na wielopaki piw. Kiedyś jej grubość wynosiła 0,055 mm, obecnie - 0,045 mm. „Odchudzona” została też folia transparentna na zgrzewki (z 0,050 na 0,040 mm), dzięki czemu zredukowano jej

zużycie o 20%. Jako pierwsi w branży piwowarskiej na świecie wprowadziliśmy w Grupie Carlsberg w 2018 roku przełomowe rozwiązanie Snap Pack, które zastępuje folię używaną do owijania wielopaków piwa. Snap Pack skleja puszki za pomocą kropli specjalnego kleju. Dzięki temu rozwiązaniu Grupa zamierza zredukować ilość odpadów z tworzyw sztucznych na świecie o ponad 1 200 ton rocznie – co odpowiada 60 milionom plastikowych torebek. To początek drogi i jeśli rozwiązanie zostanie zaakceptowane przez konsumentów, Snap Pack będzie wprowadzany na kolejne rynki.

### SNAP PACK



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





# ZERO MARNOWANIA WODY



PU:REST to krystalicznie czysty pilzner warzony z oczyszczonej wody. Piwo to pokazuje, w jaki sposób technologia oczyszczania ścieków może pomóc w rozwiązaniu przyszłych niedoborów wody na świecie.

Woda ściekowa wykorzystana w PU:REST została oczyszczona w oczyszczalni Hammarby w pobliżu Nya Carnegiebryggeriet (New Carnegie Brewery) w Szwecji. W PU:REST oprócz oczyszczonej wody wykorzystano organiczny słód pilzeński, chmiel Spalter Hopfen i drożdże Brooklyn House lager. Opracowanie i produkcja PU:REST wymagały ścisłej współpracy pomiędzy Nya Carnegiebryggeriet, IVL Szwedzkim Instytutem Środowiska i Carlsberg Sverige. Limitowana edycja piwa wyprzedziła się w ciągu tygodnia.



# ZERO MARNOWANIA WODY

Badania pokazują, że do roku 2025 dwie trzecie ludności na świecie może stanąć w obliczu niedoboru wody, a ekosystemy mogą być zagrożone.

Tylko 3% światowych zasobów wodnych to woda słodka, z czego większość jest zamrożona w lodowcach lub z innych przyczyn niedostępna. Dziś, w wyniku rosnącego zanieczyszczenia, zmian klimatycznych i innych powodów aż 1,1 mld ludzi na świecie nie ma dostępu do słodkiej wody. Dla 2,7 mld ludzi woda jest niedostępna przez przynajmniej jeden miesiąc każdego roku.<sup>1</sup>

Z tego powodu wyznaczaliśmy sobie za cel zmniejszenie o połowę zużycia wody w naszych browarach i współpracę w celu ochrony wspólnych zasobów wodnych na obszarach wysokiego ryzyka.

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

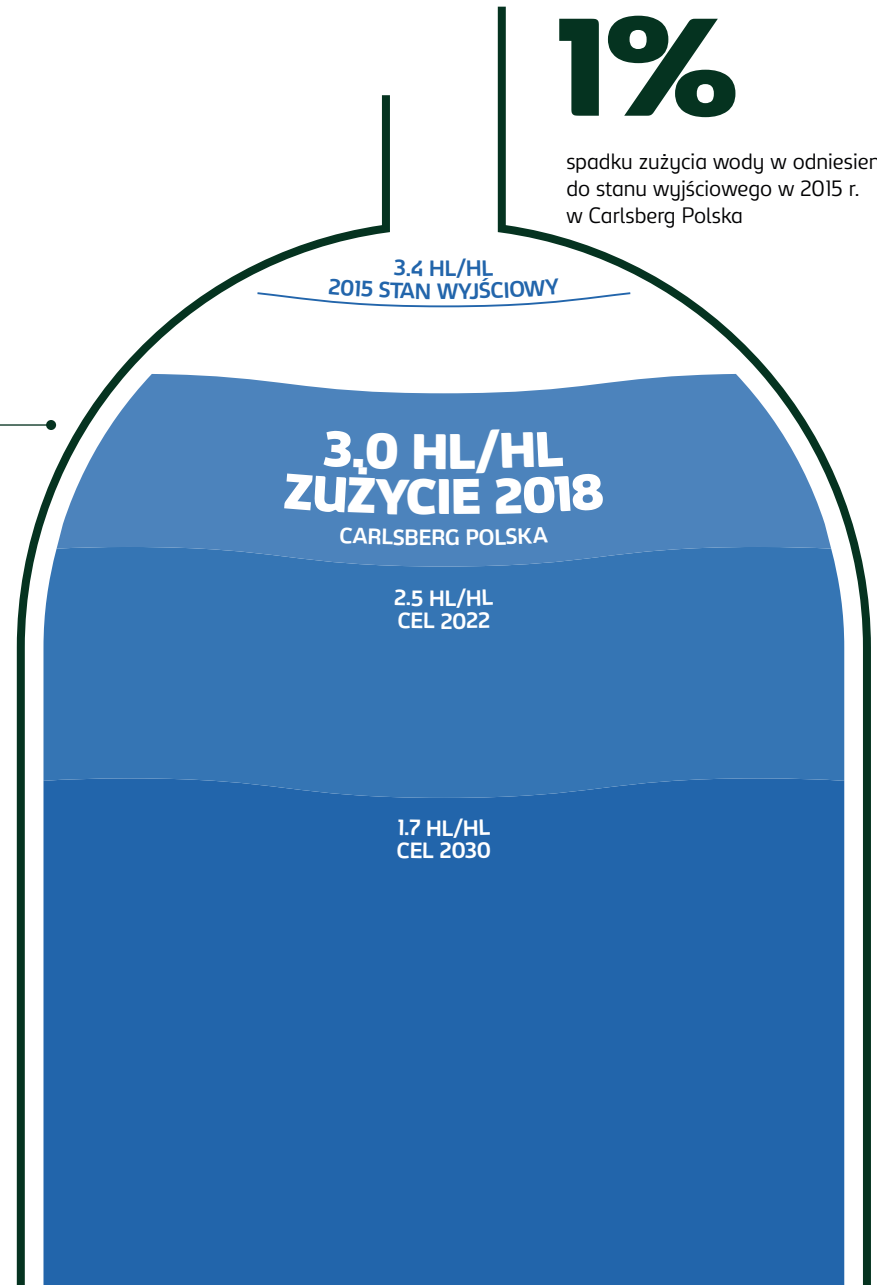
OBNIŻENIE ZUŻYCIA WODY DO POZIOMU 2.0 HL/HL W BROWARACH NA OBSZARACH WYSOKIEGO RYZYKA

**1 000 m<sup>3</sup>**

To miesięczna oszczędność wody dzięki jej odzyskowi i powtórnemu wykorzystaniu w okocimskiej stacji uzdatniania

**1%**

spadku zużycia wody w odniesieniu do stanu wyjściowego w 2015 r. w Carlsberg Polska



<sup>1</sup> UN Water. World Water Development Report 2018.

## ZERO MARNOWANIA WODY PRZYKŁADY NASZYCH DZIAŁAŃ SDG



### CELE SDG

- 6.4** Do 2030 roku znacząco podnieść efektywność wykorzystywania wody we wszystkich sektorach oraz zapewnić zrównoważony pobór wody oraz dostawę wody pitnej.
- 6.5** Do 2030 roku wdrożyć zintegrowane zarządzanie zasobami wodnymi na wszystkich poziomach.

### PRZYKŁADY NASZYCH DZIAŁAŃ

- ❖ doskonalenie standardów zarządzania mediami, w tym wodą, ściekami i energią;
- ❖ programy poprawy wydajności zużycia wody;
- ❖ podnoszenie standardów oczyszczania ścieków



” W 2018 w browarach przeprowadziliśmy dokładne mapowanie procesów, w których zużywany jest najcenniejszy surowiec do produkcji piwa – woda. Ćwiczenia te w ramach fali Ciągłego Doskonalenia pozwoliły nam zidentyfikować miejsca, nad którymi rozpoczęliśmy zintensyfikowane prace. Optymalizacja procesów, oprócz projektów inwestycyjnych to kluczowe narzędzie do zwiększenia efektywności zużycia mediów w browarach.

**Piotr Gorczyca,**  
Kierownik ds. Ciągłego Doskonalenia  
w Browarze Kasztelan



### NIEZBĘDNY SKŁADNIK PIWA

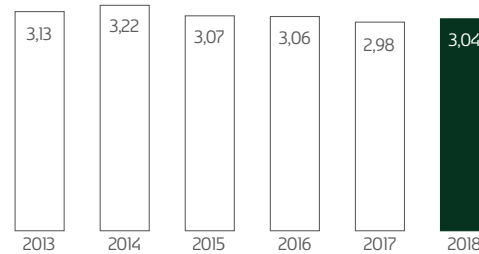
Woda to jeden z kluczowych obszarów naszej strategii zrównoważonego rozwoju. Stanowi 92 proc. piwa i od niej zależy jego jakość. Odpowiedzialne pozyskiwanie wody i gospodarowanie jej zasobami leżą u podstaw działalności naszych browarów.

Na gotowy produkt przypada ok. 25 proc. wody zużywanej w browarze. Pozostała jej część jest wykorzystywana do celów technicznych (np. woda kotłowa) i higienicznych (np. procesy mycia instalacji produkcyjnej). Jeszcze 10-15 lat temu do uwarzenia 1 hl piwa browary w Polsce potrzebowały 5-7 hl wody.

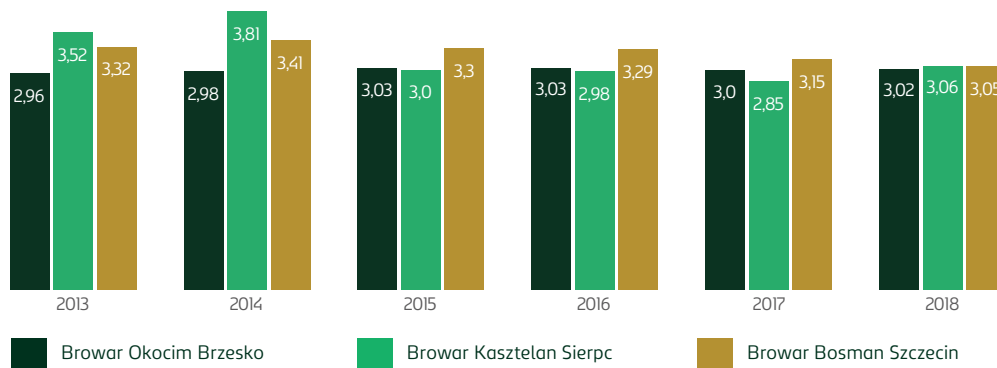
W browarach Okocim w Brzesku, Kasztelan w Sierpcu i Bosman w Szczecinie zużycie wody jest ściśle monitorowane i z roku na rok jej oszczędność się poprawia. W 2010 r. przy produkcji 1 hl piwa zużywano 3,67 hl wody, trzy lata później było to już 3,3 hl/hl. Obecne

zużycie wody oscyluje w granicach 3,0 hl/hl. Problem techniczny w jednym z Browarów spowodował jednak, iż wskaźnik ogólny w 2018 roku nieznacznie wzrósł w stosunku do 2017 roku z 2,98 na 3,04 hl/hl. W perspektywie do roku 2030 dążymy natomiast do ograniczenia tego zużycia do poziomu 1,7 hl/hl

### WZGLĘDNE ZUŻYCIE WODY PRZEZ CARLSBERG POLSKA (HL/HL)



### WZGLĘDNE ZUŻYCIE WODY W BROWARACH CARLSBERG POLSKA (HL/HL)



### OSIĄGNIĘCIA 2018

Projekt oszczędności wody w Browarze Okocim (odzyski wody w obszarze infrastruktury)

Mapa drogowa ZERO marnowania wody dla Browaru Kasztelan

### PLANY 2019

Ciągłe doskonalenie w obszarze zużycia wody w szczególności Browar Kasztelan

Optymalizacja pracy myjki butelki oraz odzysk wody z oczyszczalni do użytku na samej oczyszczalni w Browarze Bosman

Projekt zagospodarowania wód opadowych w Browarze Okocim

### GOSPODAROWANIE WODĄ W BROWARACH

W naszych browarach w ostatnich latach szeregu inwestycji pozwoliło na zoptymalizowanie i zmniejszanie zużycia wody.

Zmodernizowana w 2017 roku oczyszczalnia w Browarze Okocim w Brzesku spełnia najnowsze, wyśrubowane normy środowiskowe i ma ogromne znaczenie dla browaru i lokalnej społeczności. Koszt inwestycji to ok. 11 mln zł.

Odzysk wody i jej powtórne wykorzystanie w okocimskiej stacji uzdatniania wody generuje oszczędności na poziomie 1 000m<sup>3</sup> miesięcznie. W 2018 roku średnie zużycie wody w Browarze Okocim wynosiło 3,02 hl/ na hl gotowego piwa, co oznacza, że od 2010 r. zmalało ono o 13% proc. Na uwagę zasługuje fakt, iż Browar Okocim w trosce o środowisko podwodne prowadzi roczne zarybianie stawów retencyjnych wody używanej po uzdatnieniu do



produkcji. Ryby stanowią biomonitoring wody, co ma wpływ na bezpieczeństwo jej jakości.

W latach 2013-2014 rozbudowaliśmy i zmodernizowaliśmy Browar Kasztelan. Efektem jest znaczne ograniczenie zużycia wody na kilku etapach warzenia piwa. Przykładowo, woda z chłodzenia przekazywana jest na linię pakowania i służy do podgrzania piwa przed napełnieniem puszek. Z kolei wodę do płukania puszek ponownie wykorzystuje się do ich zraszania po nalewie, żeby np. oczyścić je z piany. Przed rozbudową browaru, w roku 2012 na 1 hl piwa zużywano w browarze 4,23 hl wody, po roku 2015 było to już poniżej 3 hl/hl.

W 2017 roku w Browarze Bosman, dzięki usprawnieniom zgłaszanym przez pracowników w ramach Programu Ciągłego Doskonalenia, zoptymalizowano pracę zbiornika gorącej wody na warzelnii, co zmniejszyło zużycie wody, energii i ilości wytwarzanych ścieków. Nowy układ pozwala zaoszczędzić 2.000 hl gorącej wody tygodniowo.

### ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ

W ramach zarządzania jakością w obszarze gospodarki wodą realizowane są projekty doskonalenia prowadzone zgodnie z metodami takimi jak przykładowo PDCA (Plan Do Check Act) bądź DMAIC (Define Measure, Analyse, Improve, Control). W obrębie ściśle określonych kroków i działań następuje analiza wskaźników przekroczonych bądź tych, które chcemy w większym stopniu zoptymalizować. Takim projektem w 2018 była m.in. optymalizacja zużycia wody w Browarze Kasztelan w wyniku której dążymy do osiągnięcia zużycia na poziomie poniżej 3,0 hl/hl.

Realizowany jest również Program Ciągłego Doskonalenia, w którym w 2018 roku pracownicy zgłosili pomysły na usprawnienia w zakresie zużycia mediów. W odniesieniu do wody zgłoszono przykładowo rozwiązania dotyczące:

- **procedury wewnętrznego mycia instalacji** – Kaizen dotyczył wprowadzenia zmiany technicznej umożliwiającej mycie części instalacji dozowania drożdży. Poprzednio konieczne było mycie łącznie kilku fragmentów instalacji, co mogło powodować powrotne mycie niektórych elementów.
- **odzysku wody z regeneracji wymienników jonitowych** – wyzwaniem było to, iż podczas regeneracji wymienników jonitowych w procesie zmiękczenia wody cała woda z regeneracji była odprowadzana do ścieków. Usprawnienie polega na całkowitym odzysku i uzdatnieniu wody. Projekt modernizacyjny został uruchomiony w wersji testowej (wykorzystano węże strażackie) i doskonale sprawdził się w praktyce. Obecnie trwa montaż instalacji rurociągowej, która jest przewidziana również do kolejnych odzysków wody z pozostałych instalacji (m.in. odwróconej osmozy czy skraplaczy).

99,7% piw w ofercie Carlsberg Polska posiada zamieszczone na etykiecie informacje na temat składu i wartości energetycznej - na 100 ml produktu. Z kolei na stronach www naszych marek znaleźć można zarówno pełny skład, jak też wszystkie wartości odżywcze.



**ZERO**  
**NIEODPOWIEDZIALNEJ**  
**KONSUMPCJI ALKOHOLU**

# ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU

Ludzie delektują się naszymi piwami w chwilach przyjemności i relaksu. Czasami zdarza się jednak, że alkohol jest konsumowany w sposób nieodpowiedzialny. Problematyka i przyczyny są złożone, a my współpracujemy z partnerami, aby promować odpowiedzialną kulturę konsumpcji alkoholu.

Światowa Organizacja Zdrowia (WHO) donosi o znacznym spadku regularnego i ryzykownego wzorca spożywania alkoholu w UE od 2002 roku. Obejmuje on zjawisko pijaństwa, wczesną inicjację konsumpcji alkoholu i spożywanie alkoholu w nadmiernych ilościach. Jednakże główne wyzwania pozostają, a dalsza poprawa będzie wymagała wspólnych wysiłków ze strony wielu różnych zainteresowanych stron.

Podczas gdy konsumenci sami decydują o tym, jak spożywają nasze piwa, my możemy wspierać ich w dokonywaniu mądrych wyborów. Zgodnie ze strategią Together Towards ZERO i jednym z czterech obszarów: ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu nasze podejście polega na informowaniu, zachęcaniu i umożliwianiu wyboru. Umieszczamy na

CELE 2030

100%

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

CELE 2022

100%

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

100%

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

100%

DOSTĘPNOŚCI PIWA BEZALKOHOLEWEGO

48%

dynamika wzrostu sprzedaży piw bezalkoholowych Carlsberg Polska (mierzona wolumenem sprzedaży)

100%

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



## ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU PRZYKŁADY NASZYCH DZIAŁAŃ SDG



### CELE SDG

- 3.5** Wzmocnić zapobieganie i leczenie uzależnień od środków odurzających, w tym nieodpowiedzialnego spożycia alkoholu.
- 3.6** Do 2020 roku zmniejszyć o połowę liczbę wszystkich rannych i ofiar śmiertelnych w wypadkach drogowych na świecie.

### PRZYKŁADY NASZYCH DZIAŁAŃ

- ❖ Stosowanie odpowiedzialnej komunikacji, zamieszczanie znaczków odpowiedzialnościowych oraz informacji o składzie i kaloryczności na etykietach naszych produktów
- ❖ Wdrażanie bramek na platformach cyfrowych w celu zapobiegania udostępnianiu treści osobom małoletnim
- ❖ II edycja kampanii TRZEŻWO MYŚLĘ
- ❖ Rosnąca dostępność piw bezalkoholowych / Wprowadzenie na rynek piwa bezalkoholowego Birell i w czasowych ofertach Okocim Radler Wiśnia z pigwą 0,0%
- ❖ Instalacja AlkoStopów w samochodach służbowych

etykietach naszych piw informacje o składzie i wartości kalorycznej, znaczki odpowiedzialnościowe, wprowadzamy warianty bezalkoholowe, prowadzimy kampanie i programy promujące odpowiedzialną konsumpcję alkoholu. Współpracując z partnerami, promujemy odpowiedzialne wzorce odnoszące się do

konsumpcji alkoholu, wskazujemy kluczowe aspekty wymagające zmiany: zero alkoholu za kierownicą, alkohol tylko dla pełnoletnich oraz zero alkoholu dla kobiet w ciąży. Czynimy to zarówno w punktach sprzedaży, w momencie konsumpcji, jak też w naszej komunikacji marketingowej.

## II EDYCJA KAMPANII TRZEŻWO MYŚLĘ

# trzeźwo myślę ❖

### OSIĄGNIĘCIA 2018

6 746 304 – całkowity zasięg kampanii „Trzeźwo myślę”

99,7% opakowań zawiera informację o składzie i energii

### PLANY 2019

Realizacja kampanii „Trzeźwo myślę” i innych inicjatyw dot. promocji odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu i utrzymanie dotarcia z przekazem edukacyjnym na poziomie roku 2018

100 proc. opakowań z informacją o składzie i kaloryczności

**6 746 304** - całkowity zasięg kampanii dzięki:

- aktywnościom z influencerami w mediach społecznościowych,
- kampanii displayowej na ekranach we wszystkich placówkach medycznych LuxMed i Medicover w Polsce
- eventom w wybranych pubach w Warszawie,
- ponad 100 publikacjom dotyczącym kampanii.

W okresie czerwiec-lipiec 2018 przeprowadziliśmy drugą edycję kampanii TRZEŻWO MYŚLĘ promującej odpowiedzialną konsumpcję alkoholu. Działania adresowane były szczególnie do kobiet w ciąży, kierowców i opiekunów małoletnich. Łączyły elementy edukacyjne i aktywnie angażujące konsumentów i pracowników. Głównymi działaniami w ramach kampanii były: reprezentatywne badanie ilościowe, współpraca z influencerami, kampania displayowa we wszystkich placówkach medycznych Lux Med i Medicover w Polsce oraz eventy w wybranych partnerskich lokalach w Warszawie.



„Poprzednia edycja TRZEŻWO MYŚLĘ spotkała się z pozytywnym odbiorem i okazała się świetnym uzupełnieniem dotychczasowych działań naszej firmy w obszarze promocji odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Trzeźwe myślenie to filozofia, która pozwala czerpać z życia pełnymi garściami, m.in. dzięki podejmowaniu mądrych, świadomych wyborów, dlatego warto wcielić ją w swoje życie”

**Beata Ptaszyńska-Jedynak**  
dyrektor ds. komunikacji  
w Carlsberg Polska

### TRZEŻWE MYŚLENIE, CZYLI?

Intencją kampanii TRZEŻWO MYŚLĘ jest pozytywnie i z humorem zachęcać do odpowiedzialnego spożywania alkoholu. Umiejętność racjonalnego myślenia pomaga zachować kontrolę, lepiej odkrywać świat i czerpać z życia więcej przyjemności i radości. Zeszlatorczne działania skupiały się również na temacie asertywnego odmawiania alkoholu oraz odpowiedzialności za siebie i innych – szczególnie w kontekście kierowców, kobiet w ciąży i rodziców nieletnich dzieci.

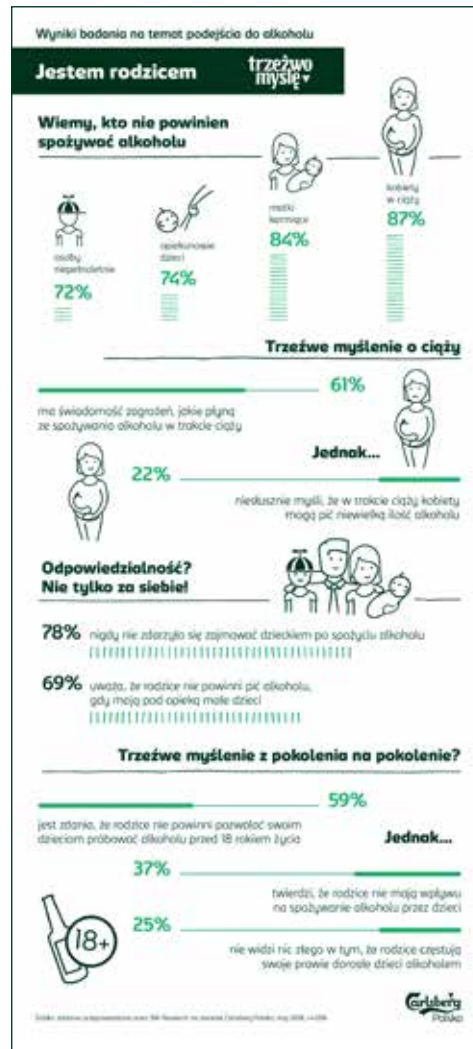
### KROK PO KROKU

#### 1. Badanie

W 2018 roku kluczowym elementem było badanie przeprowadzone we współpracy z agencją badawczą SW Research. Chcieliśmy określić stopień odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu w Polsce. Równocześnie dążyliśmy do uchwycenia dobrych praktyk i weryfikacji zagrożeń związanych z nieodpowiedzialnym spożywaniem alkoholu. W ramach badania przeprowadziliśmy 1356 ankiet.

Sprawdziliśmy opinie i postawy Polaków w następujących obszarach: znaczenia „trzeźwego myślenia” w życiu, doświadczeń związanych z alkoholem i asertywności w jego odmawianiu. Szczególną wagę przywiązywaliśmy do tego czy respondenci rozpoznają sytuacje, które kategorycznie nie powinny być powiązane ze spożyciem alkoholu, czyli prowadzenia pojazdów, kobiet w ciąży i rodziców, mających pod swoją opieką małe dzieci. Wsparciem merytorycznym była Magdalena Chorzewska – psycholog i psychoterapeuta z wieloletnim doświadczeniem.

### REZULTATY BADANIA







## 2. Komunikacja w placówkach medycznych

Kolejną nowością w II edycji była współpraca z LUX MED i Medicover. Przez okres miesiąca, na przełomie czerwca i lipca 2018 roku na ekranach w poczekalniach placówek medycznych w całej Polsce były emitowane spoty z edukacyjnymi przekazami kampanii. W ciągu miesiąca w 117 lokalizacjach, na 338 ekranach, 681 408 razy wyemitowano sześciominutowe spoty, umożliwiając dotarcie z przekazem kampanii do 5 660 928 osób. Co ważne, 70% klientów placówek określiło ten rodzaj przekazu jako atrakcyjny.

## 3. Wsparcie influencerów

Kampanię wsparli również influencerzy. Ambasadorem kampanii TRZEŻWO MYŚLĘ po raz drugi został Łukasz Jakóbiak, twórca internetowego talk-show 20m<sup>2</sup>. Dołączyła do nas również Marta Lech-Maciejewska z popularnego bloga SuperStyler, która w lipcu podjęła temat odpowiedzialnego podejścia do alkoholu z kobiecej i rodzinnej perspektywy. Wybór nie był przypadkowy. Marta jest mamą dwóch synów, dla której w życiu ogromne znaczenie mają takie wartości, jak rodzina, zdrowie i nieustanne odkrywanie świata. Z kolei Łukasz uważa, że każdy z nas ma w ogromnym stopniu wpływ na swoje życie i może go kształtować, oraz przykładą wagę do odpowiedzialnego spożywania alkoholu.

## 4. Zaangażowanie pracowników i konsumentów

9 czerwca 2018 r. w ramach inauguracji kampanii Trzeźwo myślę, mieszkańcy Warszawy mogli bawić się odpowiedzialnie na dedykowanych, otwartych eventach w wybranych czterech lokalach partnerskich Carlsberga. Brali udział w konkursach i otrzymywali vouchery zniżkowe na bezpieczny powrót taksówką do domu, o czym informowali barmani ubrani w koszulki z logo kampanii.

Istotnym jest dla nas stałe edukowanie pracowników w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Dlatego też komunikowaliśmy na bieżąco działania kampanii za pośrednictwem naszych kanałów komunikacji wewnętrznej, wręczyliśmy każdemu pracownikowi zawieszkę zapachową do samochodu opatrzoną logo kampanii i zaangażowaliśmy w konkurs z nagrodami. Wystarczyło odpowiedzieć na pytanie: „Co oznacza dla Ciebie stwierdzenie TRZEŻWO MYŚLĘ?”. Autorzy najciekawszych propozycji otrzymali koszulki kampanii z limitowanej kolekcji.



„Dobra kondycja branży przekłada się na wartość wkładu sektora w gospodarkę narodową, czyniąc przemysł piwowarski jej istotnym ogniwem. Ważną rolą społeczną producentów piwa jest promocja odpowiedzialnej jego konsumpcji. Od lat prowadzone są działania nakierowane na ograniczanie zjawiska jazdy pod wpływem, ochronę niepełnoletnich i kobiet w ciąży przed dostępem do alkoholu. Inicjatywy te przyniosły zauważalne efekty, w szczególności w zakresie wzrostu świadomości konsumenckiej.”

**Bartłomiej Morzycki**  
Dyrektor Generalny ZPPP  
Browary Polskie

### **SAMOREGULACJA BRANŻY I ODPOWIEDZIALNA KOMUNIKACJA Z KONSUMENTEM**

Od ponad 10 lat aktywnie angażujemy się w działania w ramach członkostwa w Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie”. Tak było i w 2018 roku, kiedy to realizowaliśmy wspólnie wypracowane projekty, tj.:

#### **ODPOWIEDZIALNY SPRZEDAWCA**

Platforma [www.odpowiedzialnysprzedawca.pl](http://www.odpowiedzialnysprzedawca.pl) w interaktywnej formie symulacji szkoli pracowników sklepów w zakresie umiejętności asertywnego odmawiania sprzedaży alkoholu osobom nieuprawnionym do jego zakupu. W ciągu kilku lat programu przeszkolonych zostało w ten sposób 37 000 sprzedawców (stan na 31 grudnia 2018r.). Ponadto, rozdystrybuowaliśmy 52 000 naklejek z komunikatem „Nie sprzedajemy alkoholu nieletnim” oraz 3 500 wizytówek promujących platformę.

#### **RAPORT WPŁYWU BRANŻY**

Wraz z innymi firmami zrzeszonymi w ZPPP „Browary Polskie” braliśmy udział w analizie wybranych wskaźników wpływu przemysłu piwowarskiego na polską gospodarkę i otoczenie. Raport - w oparciu o analizę literatury, wywiady, model ekonomiczny bazujący na tablicach przepływów międzygałęziowych oraz konsultacje z ekspertami - opisuje gospodarcze i społeczne znaczenie branży.



## PIWO BEZALKOHOLOWE

Od kilku lat w wielu krajach Europy możemy zaobserwować dynamiczny rozwój piwa o niskiej lub zerowej zawartości alkoholu. Jest to również najszybciej rosnący segment rynku w Polsce. Według danych Nielsen w 2018 roku to właśnie piwa bezalkoholowe zanotowały największe wzrosty (o 79,8 %) a ich udział w rynku piwa to 3,1% w ujęciu wartościowym.

Segment ten ma duże perspektywy wzrostu dzięki wpisaniu się w jeden z wiodących trendów konsumenckich - zainteresowanie zdrowym i aktywnym stylem życia. Co ważne, coraz częściej idzie to w parze z odpowiedzialnym podejściem do konsumpcji alkoholu.

Dla Carlsberg Polska był to rok wyjątkowej pracy w rynku, umacniania kluczowych marek oraz wprowadzania innowacji odpowiadających na te trendy konsumenckie. Wśród naszych bezalkoholowych nowości w 2018 roku znalazły się Okocim Radler Wiśnia z pigwą i Birell – piwo bezalkoholowe o właściwościach izotonicznych w dwóch wariantach Lager oraz Belgian WIT (pszeniczne).

BIRELL to piwo warzone ze składników pochodzenia naturalnego (jęczmień, pszenica, chmiel, woda), bez dodatku cukru. Ma właściwości izotoniczne, doskonale nawadnia organizm.

<sup>1</sup> Wg danych Nielsena, opublikowanych 6.08.2018 r. w dzienniku Rzeczpospolita <https://www.rp.pl/Przemysl-spozywczy/308059936-Plynie-rzeka-piwa-bez-alkoholu.html>

<sup>2</sup> Deklaracja aktywnego trybu życia - TNS Polska, Aktywność sportowa Polaków – raport, Wrzesień 2015



” Segment piw bezalkoholowych dynamicznie się rozwija. Sprzedaż tej kategorii wzrosła w I półroczu 2018 o prawie 60% w porównaniu do analogicznego okresu 2017 r. . Motywacje konsumentów wybierających piwa bezalkoholowe są różne - od chęci ugaszenia pragnienia, potrzeby orzeźwienia i delektowania się smakiem, po chęć zaspokojenia dodatkowych potrzeb. Dokładamy starań, by odpowiedzieć na ich oczekiwania, tworząc portfolio piw takich jak Karmi, Okocim Radler, czy Birell.

**Anna Jatzczak**  
Senior Brand Manager  
w Carlsberg Polska



„Praca na wysokości – pracuj tylko zgodnie z procedurą” jest jedną z naszych „5 ZŁOTYCH ZASAD”. W 2018 przeprowadziliśmy cykl szkoleń z reguł dotyczących pracy w warunkach, w których należy się liczyć z wystąpieniem poważnego zagrożenia dla życia.



**ZERO  
WYPADKÓW**

# ZERO WYPADKÓW

Ochrona życia i zdrowia pracowników jest dla nas podstawową wartością. Dążymy do stworzenia kultury ZERO wypadków, w której zdrowie i bezpieczeństwo pracowników są najważniejsze.

Jak więc tworzymy trwałą kulturę ZERO wypadków? Zaczynamy od liderów, którzy dają przykład. Nasi pracownicy są szkoleni w miejscu pracy w zakresie przestrzegania zasad i procedur, i zachęceni do nieustannej identyfikacji zagrożeń oraz samodzielnego proponowania rozwiązań. Takie podejście umożliwia zapobieganie wypadkom, a jeśli te już się zdarzą – wyciągnięcie z nich wniosków.

CELE 2030

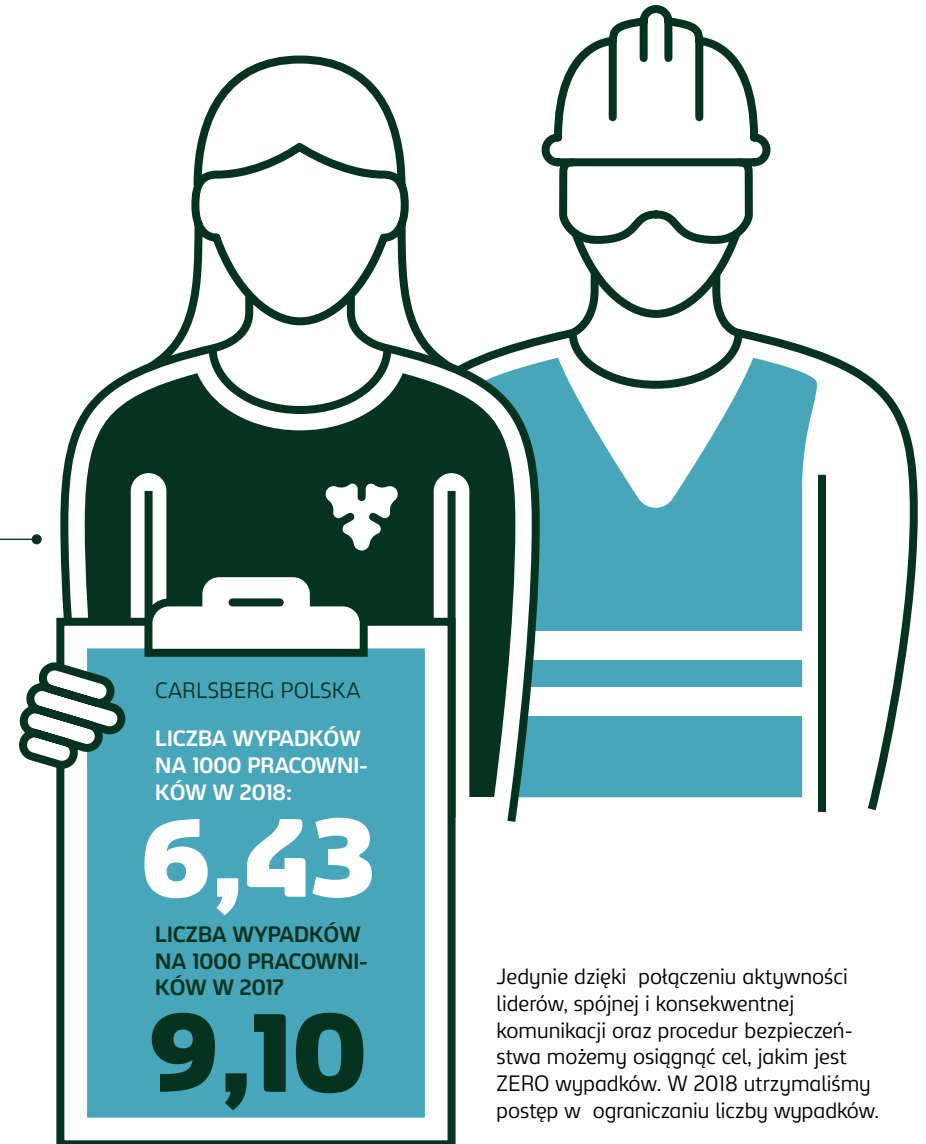
## ZERO WYPADKÓW

CELE 2022

## REDUKCJA WSKAŹNIKA WYPADKÓW ROK DO ROKU



Nasz program 5 ŻŁOTYCH ZASAD został wdrożony przez cykl szkoleń kaskadowych w całej firmie. Opracowany na podstawie praktyki branżowej skupia się na określonych obszarach zagrożeń dla pracowników wynikających z nieprzestrzegania zasad.



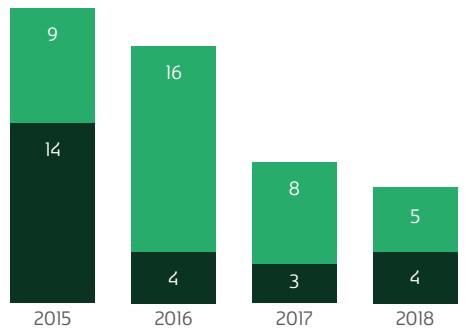
Jedynie dzięki połączeniu aktywności liderów, spójnej i konsekwentnej komunikacji oraz procedur bezpieczeństwa możemy osiągnąć cel, jakim jest ZERO wypadków. W 2018 utrzymaliśmy postęp w ograniczaniu liczby wypadków.

**CARLSBERG POLSKA  
PODSUMOWANIE ROKU 2018**

2018 był kolejnym rokiem, w którym wspólnie z pracownikami wykonaliśmy wiele działań w kierunku celu ZERO wypadków. Zakończył się on, niestety, 9 wypadkami skutkującymi zwolnieniem lekarskim. Jest to postęp względem roku 2017, kiedy takich wypadków było 11. Obserwujemy długoterminowy trend ograniczania ich liczby. W porównaniu rok do roku o 18% spadła liczba wypadków z udziałem pracowników, skutkujących zwolnieniem lekarskim.

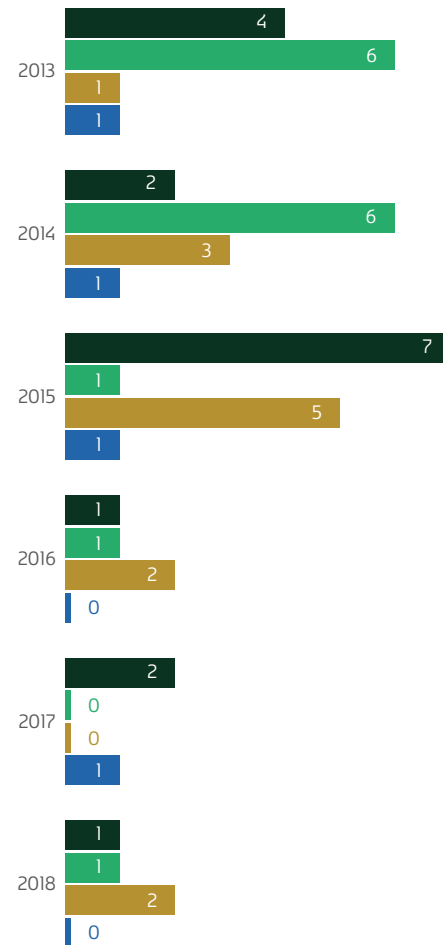
Do największych osiągnięć należy zaliczyć zmniejszenie wypadków w obszarze sprzedaży o 37%. Coraz większym wyzwaniem stają się dla nas pracownicy firm zewnętrznych pracujący na terenach naszych browarów - liczba wypadków, w których uczestniczyli wzrosła do 3 w porównaniu do 1 w roku ubiegłym.

**WYPADKI ZE ZWOLNIENIEM 2015-2018**



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

**LICZBA WYPADKÓW ZE ZWOLNIENIEM (LTA – LOST TIME ACCIDENT) W POSZCZEGÓLNYCH BROWARACH W LATACH 2013-2018**



■ Kasztelan ■ Bosman  
■ Okocim ■ Logistyka

Gdy zdarzy się wypadek obowiązują nas określone procedury działania. Każda taka sytuacja zgłaszana jest natychmiast (do 24 godzin) do specjalistów BHP. Raport wypadkowy jest przygotowywany i wysyłany do Grupy Carlsberg również w ciągu 24 godzin. Natomiast w ciągu 48 godzin powinien być gotowy pełny raport wraz z przyczynami wypadku.

**OSIĄGNIĘCIA 2018  
CARLSBERG POLSKA**

Zmniejszenie wypadków w Dziale Sprzedaży o 37%.

Szkolenia z procedur prac na wysokości oraz w przestrzeniach zamkniętych. Łącznie 4 sesje po 6 osób każda.

Implementacja procedur LOTO dla maszyn Prioritytu II – w efekcie osiągnięcie 92 % zgodności z Grupą.

Dni Bezpieczeństwa w 3 browarach. Udział ponad 100 osób w każdej lokalizacji.

**PLANY 2019  
CARLSBERG POLSKA**

Leadership H&S – szkolenia w Działach Sprzedaży i Logistyki.

Kampanie i projekty związane z pracą na wysokości i przestrzeni zamkniętej.

Traffic – segregacja ruchu, inwestycje.

Rozszerzanie programu obserwacji i zdarzeń potencjalnie wypadkowych

## KULTURA ZERO WYPADKÓW PRZYKŁADY NASZYCH DZIAŁAŃ SDG



### CELE SDG

- 8.8** Chronić prawa pracownicze oraz promować bezpieczne środowisko pracy

### PRZYKŁADY NASZYCH DZIAŁAŃ

- ❖ Wprowadzenie kultury ZERO wypadków wśród pracowników i podwykonawców usług/zleceń poprzez aktywną komunikację i inicjatywy związane z 5 ZŁOTYMI ZASADAMI
- ❖ Szkolenie kadry kierowniczej w zakresie modelowania pożądanych zachowań, konsekwentnej i regularnej komunikacji oraz współpracy z zespołami w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy
- ❖ 38% samochodów floty Carlsberg Polska wyposażonych w AlcoStopy.
- ❖ Wdrożenie systemów zabezpieczenia przed upadkiem
- ❖ Szkolenia w zakresie ewakuacji z przestrzeni zamkniętych
- ❖ Implementacja procedur LOTO dla maszyn Priorytetu II – w efekcie osiągnięcie 92 % zgodności z wymaganiami Grupy

## BEZPIECZNE AUTO CARLSBERG POLSKA

W 2018 roku uruchomiliśmy już trzynastą edycję programu szkolenia kierowców – BACa, czyli Bezpieczne Auto Carlsberga. Na zeszłoroczny cykl szkoleń zaprosiliśmy łącznie 108 użytkowników samochodów służbowych. Agenda szkolenia obejmowała zarówno ćwiczenia na autodromie, jak również pierwszą pomoc przedmedyczną.

Doświadczenie zachowania samochodu w sytuacji znacznie obniżonej przyczepności, wzrost umiejętności oceny sytuacji drogowej, odczytywania symptomów zagrożenia podnoszą bezpieczeństwo na drodze. Chcemy, aby nasi pracownicy potrafili podejmować trafne wybory i – znając zagrożenie – działali prewencyjnie.

Ćwiczenia pożądanego zachowania w sytuacji wypadkowej oraz praktyka odnośnie procedury postępowania pozwalają szybciej zwalczyć szok wywołany takim doświadczeniem i przystąpić do właściwych działań. Mamy świadomość, że bardzo proste czynności ratownicze (np. skuteczne wezwanie pomocy, zatamowanie krwawienia lub wyłączenie stacyjki rozbitego auta) mogą uratować czyjeś życie.



J. C. Jacobsen, zakładając w połowie XIX w. Browar Carlsberg, miał już wtedy głębokie przekonanie, że praca ludzi w godnych, niezagrożających życiu i zdrowiu warunkach przekłada się na powodzenie całego biznesu. Stało się to jednym z filarów strategii rozwoju firmy, co potwierdza fakt, iż dążenie do kultury ZERO wypadków zostało uwzględnione w nowej strategii zrównoważonego rozwoju „Together Towards ZERO”, ogłoszonej w 2017 roku. Wszystkie nasze browary i biura podjęły zobowiązanie, by do 2022 r. zredukować liczbę wypadków o 15 proc. rocznie, a do 2030 r. osiągnąć ZERO wypadków we wszystkich lokalizacjach.



### BEZPIECZNA PIĄTKA I 5 ŻŁOTYCH ZASAD

Przykładamy ogromną wagę do zapewnienia bezpieczeństwa pracowników, w szczególności na poziomie codziennych zadań i obowiązków. W ramach programu BEZPIECZNA PIĄTKA pracownicy szkolą się, by zapamiętać i utrwalić 5 kroków podnoszących bezpieczeństwo:

1. Zatrzymaj się i pomyśl.
2. Szukaj zagrożeń.
3. Oceń ryzyko.
4. Usuń zagrożenia.
5. Pracuj bezpiecznie.

W 2018 roku wprowadzono także 5 ŻŁOTYCH ZASAD Grupy Carlsberg, które mogą uratować życie. Zasady te obejmują najbardziej ryzykowne obszary naszej działalności i potencjalnych zagrożeń wypadkami:

1. Przestrzegaj zasad bezpieczeństwa na drogach / placach.
2. Zawsze stosuj 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.

Wszyscy pracownicy zobowiązani są do przestrzegania tych Zasad. Celowe i umyślne naruszenie zasad może skutkować podjęciem działań dyscyplinujących, łącznie z rozwiązaniem stosunku pracy.



W 2019 to właśnie te obszary będą dla nas kluczowe zarówno pod względem wiedzy, świadomości i zachowań, jak i rozwiązań technicznych. Będziemy też kontynuować montaż Alco-Stopów w samochodach służbowych. Na koniec 2018 r. 38 proc. naszych samochodów było wyposażonych w te urządzenia. Dla większego bezpieczeństwa pracowników i na drogach - kontynuowane będą także kontrole trzeźwości pracowników w browarach i kierowców firm transportowych”

**Michał Bryszewski**  
Menedżer ds. BHP w Carlsberg Polska.

### EDUKACJA, SZKOLENIA I STANDARDY

W Carlsberg Polska co roku pojawiają się nowe, aktualne zagadnienia związane z BHP, przekazywane na szkoleniach, warsztatach i w materiałach dla pracowników. Prowadzone są kampanie informacyjne. Przykładowo, w 2018 roku dotyczyły one bezpieczeństwa w ruchu oraz bezpieczeństwa pracy z maszynami ( LOTO ). Regularnie organizowane są również szkolenia z udzielania pierwszej pomocy dla pracowników w browarach i biurach.

W okresie zimowym dla Działu Sprzedaży zrealizowaliśmy kampanie poświęcone zagrożeniom potknięć i poślizgnięć - „Slip, Trip & Fall”, przekazując wskazówki dotyczące zachowania bezpieczeństwa na zaśnieżonych i oblodzonych powierzchniach. W ramach kampanii przetestowaliśmy kilka modeli butów ochronnych, z czego dwa zostały wprowadzone do użytku. Jesienią rozpoczęliśmy tzw. H&S Leadership Training, czyli szkolenia dla około 40 osób z kadry kierowniczej w zakresie roli Lidera w budowie kultury bezpieczeństwa i wykorzystywania narzędzi, które mamy, aby wzmacniać komunikację w obszarze BHP. Oprócz szkoleń i warsztatów z określonych zagadnień w zakresie BHP, pracownicy browarów są regularnie informowani o zasadach bezpieczeństwa poprzez oznaczenia w browarach, plakaty i newslettery. Dla wszystkich gości Carlsberg Polska opracowano filmy edukacyjne, które są przewodnikiem bezpiecznego poruszania się po terenie browarów.

Wszystkie browary posiadają certyfikowany System Zarządzania Bezpieczeństwem i Higieną Pracy OHSAS 18001. Służy on zapobieganiu urazom pracowników i związanym



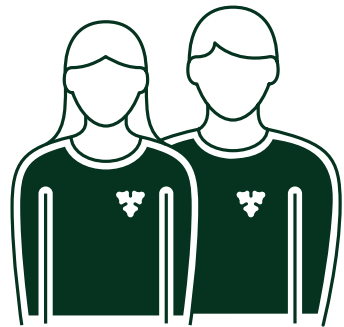
z nimi strat, eliminowaniu chorób zawodowych i minimalizowaniu absencji chorobowej, zaangażowaniu pracowników w działania w zakresie BHP. Dodatkowo w drugim półroczu 2018 promowaliśmy Kaizeny dotyczące poprawy bezpieczeństwa, czyli zachęcaliśmy pracowników do zgłaszania pomysłów na rozwiązania i usprawnienia z zakresu BHP. Proponowane rozwiązania dotyczyły przykładowo poprawy ergonomii na stanowiskach pracy czy zmian technicznych dla instalacji. W 2019 roku planowana jest koncentracja na promocji Kaizenów dotyczących 5 Złotych Zasad BHP.

### DZIEŃ BEZPIECZEŃSTWA W BROWARACH

Ponad 100 pracowników w Szczecinie i 220 w Brzesku, około 140 osób w Sierpcu, a także pracownicy firm zewnętrznych uczestniczyli

w Dniu Bezpieczeństwa, który poświęcony był 5 ZŁOTYM ZASADOM. Poszczególne działy opracowały stacje dotyczące pięciu zasad, które odwiedzały kolejno 20. osobowe grupy pracowników. Stacje dotyczyły następujących zagadnień:

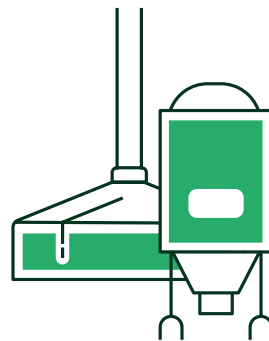
1. Bezpieczeństwo na drogach i w magazynach – symulacje sytuacji na drodze i w magazynie, jak również analiza wypadku obrazującego zachowanie bezpiecznej odległości.
2. LOTO oraz zakaz zdejmowania osłon z maszyn i omijania systemów bezpieczeństwa – prezentacja zagadnień odcinania energii podczas prowadzonych prac remontowych i na maszynach oraz ryzyk związanych z niezachowaniem procedur bezpieczeństwa (m.in. zdjęcia osłony).
3. Praca na wysokości – pokaz najlepszych
4. Praca na wysokości w przestrzeni zamkniętej (np. wejście do myjni butelek, wejście do zbiorników) – quiz odnośnie zachowań w trakcie i po zejściu do środka oraz symulacja wyciągania nieprzytomnej osoby ze zbiornika.
5. Udzielanie pierwszej pomocy, szczególnie z użyciem defibrylatora (AED).
6. Wypadków w browarze – analiza tych z ostatniego roku.



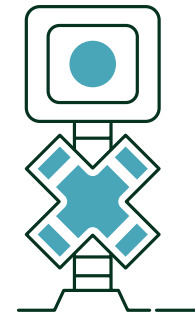
**460** PRACOWNIKÓW



**20** – OSOBOWE GRUPY



**3** BROWARY



**6** STACJI TEMATYCZNYCH



” Dni Bezpieczeństwa stanowiły świetną okazję do uporządkowania wiedzy, przyswojenia nowych informacji oraz do udziału w praktycznych ćwiczeniach. Działania to zdecydowanie lepiej, niż najlepsze szkolenie w sali konferencyjnej. Warto cyklicznie prowadzić takie warsztaty, zwiększając tym samym poziom świadomości wszystkich pracowników. Im większa świadomość, tym większe bezpieczeństwo”

**Artur Rysak**  
Specjalista ds. technicznych  
z Browaru Okocim, prowadzący stację  
prac na wysokości w Browarze Okocim

Rozwijamy naszych pracowników, tworząc atrakcyjne miejsce pracy. Ambasadorzy Kultury 3A, Liderzy Carlsberga, szkolenia otwarte czy platforma szkoleniowa to tylko niektóre z programów i narzędzi, jakie w tym celu wykorzystujemy.

# NASI PRACOWNICY



# NASI PRACOWNICY

Carlsberg Polska to innowacyjne, dynamiczne i inspirujące miejsce pracy. Dążymy do tego, aby być firmą odnoszącą sukcesy, profesjonalną i atrakcyjną, w której liczy się praca zespołowa, zaangażowanie oraz odpowiedzialne podejście do naszego biznesu. Pracujemy zgodnie z naszą misją „Warzymy dla lepszego dziś i jutra” oraz Kulturą 3A, w której ważne są dla nas:

**ALIGNMENT**  
(UZGODNIENIE)

**ACCOUNTABILITY**  
(ODPOWIEDZIALNOŚĆ)

**ACTION**  
(DZIAŁANIE)

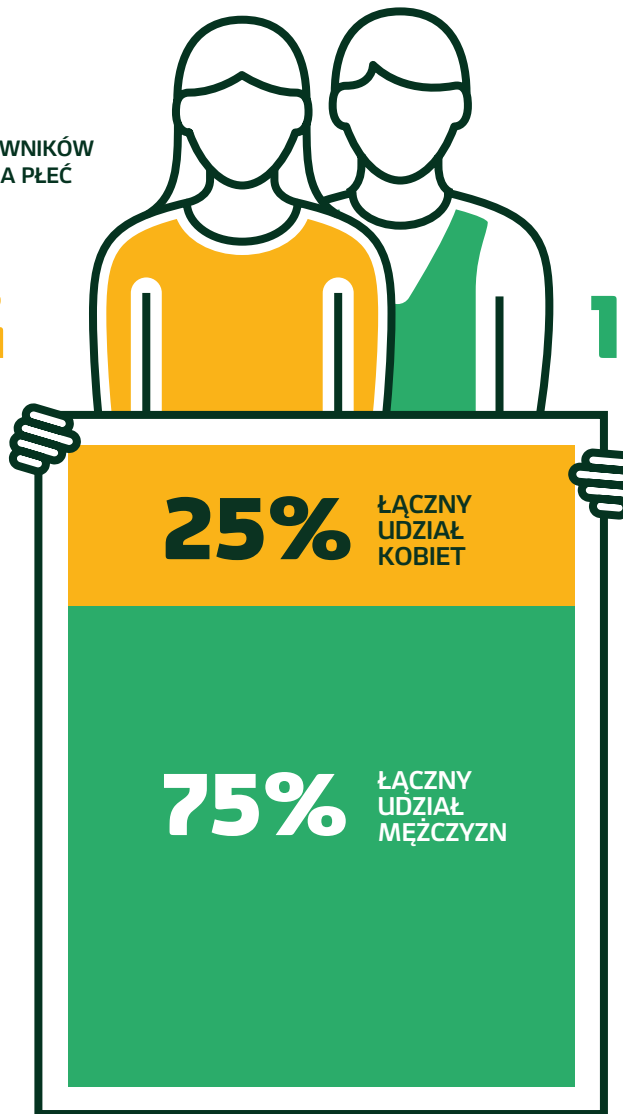
LICZBA PRACOWNIKÓW  
W PODZIALE NA PŁEĆ

**334**

KOBIET

**1002**

MĘŻCZYŹN



## LICZBA PRACOWNIKÓW W PODZIALE NA PŁEĆ I RODZAJ STANOWISKA

Rodzaj stanowiska	Płeć	Liczba pracowników	Udział %
Zarząd	Kobiety	2	29%
	Mężczyźni	5	71%
Dyrektorzy	Kobiety	4	27%
	Mężczyźni	11	73%
Kierownicy	Kobiety	66	36%
	Mężczyźni	119	64%
Pracownicy nadzorowani:			
Specjaliści	Kobiety	191	13%
	Mężczyźni	377	87%
Stanowiska wykonawcze	Kobiety	71	34%
	Mężczyźni	490	66%

**AMBASADORZY KULTURY 3A**

Ważne jest dla nas docenianie dobrej pracy. W 2018 roku zrealizowaliśmy pierwszą edycję programu Ambasadorzy Kultury 3A, który zastąpił dotychczasowy program „Oskary Carlsberga”. Celem programu jest wyróżnianie osób, które w swojej codziennej pracy, są przykładem działania zgodnie z naszymi wartościami. Kategorie, w jakich pracownicy mogli nominować siebie bądź koleżanki i kolegów to:

W pierwszej edycji w 2018 roku otrzymaliśmy 399 zgłoszeń. Proces był transparentny, a wszystkie nominacje były widoczne w Intranecie i na dedykowanej stronie www. Najpopularniejsze obszary zgłoszeń to: praca zespołowa (139), profesjonalizm (95) i pasja (74). Kryteria, które były brane pod uwagę przez Jury, to jakość zgłoszenia, zgodność z Kulturą 3A, wpływ na innych pracowników oraz wpływ na działalność firmy. 30 zwycięzców otrzymało tytuł Ambasadora Kultury 3A, nagrodę pieniężną i statuetkę.

**AMBASADORZY KULTURY 3A****36****DNI****225****OSÓB  
ZGŁOSZONYCH****6****KATEGORII**

**PASJA  
POKORA  
PRACA ZESPOŁOWA  
PROFESJONALIZM  
PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ  
SAMOSTEROWNOŚĆ**

**399****ZGŁOSZEŃ****30****ZWYCIĘZCÓW****KATEGORIE  
NOMINACJI****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.

**Samosterowność**

Samodzielne działanie, wewnętrzna motywacja.

**Profesjonalizm**

Wysoki (vs. rynek) poziom umiejętności i wykonywanej pracy

**Pokora**

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



Jego zaangażowanie i podejście do realizacji zadania przyczyniły się istotnie do poprawy funkcjonalności oczyszczalni, a tym samym zwiększenia bezpieczeństwa środowiskowego, oszczędności z tytułu kosztów eksploatacyjnych oraz poprawy warunków pracy dla operatorów”

**Kategoria: Profesjonalizm**

Słowa, które przekazał mi SzeF były tym co zapamiętam na zawsze: Pokora do pracy i klientów to jest podstawa do robienia interesów.”

**Kategoria: Pokora**

Wpływu Ewy na firmę nie da się opisać w zaledwie kilku słowach, ale w tym kontekście najważniejsze wydaje się być sprostanie wybitnie ciężkiemu wyzwaniu jakim jest wprowadzenie nowych drożdży. Operacja ta ma wielki wpływ na zapewnienie jakości naszych produktów.”

**Kategoria: Samosterowność**

pozytywne nastawienie, chęć współpracy i ogromny entuzjazm udziela się wszystkim, którzy kiedykolwiek mieli okazję zetknąć się z Pawłem.”

**Kategoria: Pasja**

Podczas warsztatów, licznych spotkań roboczych, przygotowania tłumaczeń i testowania systemu, stworzył platformę, która uwzględnia nie tylko oczekiwania każdego użytkownika, ale także jest dostosowana do regulacji prawnych obowiązujących w naszym kraju oraz naszych wewnętrznych procedur”

**Kategoria: Praca zespołowa**

Podczas problemów z kartonami szukał nie tylko rozwiązań po stronie dostawcy lecz starał się tak zmodyfikować maszynę, aby produkcja mogła być kontynuowana”

**Kategoria: Przedsiębiorczość**



” W 2018 roku zorganizowaliśmy rekordową liczbę szkoleń wewnętrznych, w których nasi pracownicy mieli okazję zdobyć wiedzę z takich obszarów, jak: zarządzanie sobą w czasie, zarządzanie projektami, komunikacja, trening antystresowy, Power Query i Power BI oraz skuteczność w życiu na podstawie Covey'a. ”

**Małgorzata Wenclaw-Kosińska**  
Kierownik ds. Rozwoju i Szkoleń

### SZKOLENIA OTWARTE 2018

Podobnie jak w ubiegłych latach, warsztaty cieszyły się dużym zainteresowaniem. Grono ekspertów i trenerów wewnętrznych, którzy chcą dzielić się swoim doświadczeniem, rośnie rok do roku. W 2018 roku było to 17 osób.

**204** **GODZIN**  
**SZKOLENIOWYCH**

**30** **TYLE W SUMIE**  
**ODBYŁO SIĘ**  
**OTWARTYCH**  
**WARSZTATÓW**

**4,72** **ŚREDNIA OCENA**  
**Z ANKIET PO**  
**SZKOLENIU**  
**OTWARTYM**

**289** **PRACOWNIKÓW**  
**UCZESTNICZYŁO**  
**W WARSZTACH**  
**OTWARTYCH**



### NOWA PLATFORMA SZKOLENIOWA LMS<sup>1</sup>

W 2018 r. uruchomiliśmy także platformę szkoleniową (e-platforma szkoleniowa), na której pracownicy mogą zapoznać się z oferowanymi w Grupie Carlsberg szkoleniami stacjonarnymi oraz zgłębić wiedzę w ramach warsztatów e-learningowych.

W październiku i listopadzie 2018 r. przygotowaliśmy i przeprowadziliśmy warsztaty dla menedżerów, podczas których zgłębialiśmy wiedzę w ramach tematów:

1. Jak wykorzystać ocenę roczną do zmaksymalizowania wyników Twoich pracowników?
2. Dlaczego budowanie ławki rezerwowych jest kluczowe dla sukcesu firmy i niezbędne dla rozwoju Twojej kariery?
3. Jak wykorzystać różnorodność wyników Twojego zespołu do motywacji najlepszych i poprawy najgorszych?

Dodatkowo, dla naszych menedżerów sprzedaży oraz produkcji kontynuowaliśmy warsztaty w formie Train The Trainer, mające na celu przygotowanie ich do roli trenera, dzielenia się wiedzą z podwładnymi i wdrożenia do pracy.

Analizując łączną i średnią liczbę szkoleń obliczoną na podstawie danych raportowanych w Grupie Carlsberg, uwzględniając szkolenia otwarte, warsztaty dla liderów i menedżerów, pracowników sprzedaży oraz szkolenia w zakresie BHP i Ciągłego Doskonalenia - otrzymujemy następujące dane:

### SZKOLENIA W 2018 ROKU

Kategorie pracowników	Średnia liczba godzin szkoleniowych:	Łączna ilość godzin szkoleniowych:
Sprzedaż i Marketing	12h K: 3h M: 11h	6 089h
Produkcja	14h K: 2,6h M: 11,4	8 297h
Logistyka	4h K: 4,8h M: 9,2h	2 477h
Administracja (HR, Finanse, PR)	8,5h K: 5,7h M: 2,8h	680h

<sup>1</sup> Learning Management System



## PROGRAM LIDERZY CARLSBERGA

W 2018 r. kontynuowaliśmy rozwój naszych Liderów w ramach drugiej edycji Programu Liderzy Carlsberga. Podczas warsztatów wzmocniana była wiedza i kompetencje menedżerskie w oparciu o trendy w zarządzaniu, naszą strategię biznesową Sail'22, Kulturę 3A oraz model menedżera Carlsberg Polska.

Uczestnikami były osoby, które są menedżerami/liderami lub sukcesorami na stanowiska menedżerskie/liderskie. Drugą edycję ukończyło 25 osób reprezentujących wszystkie działy w firmie.

Szkolenie było realizowane przez trenera zewnętrznego przy aktywnym wsparciu członków zarządu. Dodatkowo, w ostatnim roku do prowadzenia części modułów szkoleniowych zaangażowaliśmy absolwentów pierwszej edycji. Po zakończeniu Programu Liderzy Carlsberga, uczestnicy prezentowali nabyte umiejętności przed członkami Zarządu.



„Szkolenie liderzy Carlsberga w pełni zastępuje na renomę zdobytą po pierwszej edycji. Poznane tam zasady i wskazówki pomagają zmierzyć się z trudnymi zadaniami oraz sytuacjami spotykanymi w codziennej pracy. Na szkoleniu uczestnicy wychodzą poza swoją strefę komfortu, co czyni je wyjątkowym i bardzo skutecznym.”

**Kamil Naber**  
Kierownik ds. Planowania Popytu

### ONBOARDING W NOWEJ ODSŁONIE.

Wychodząc naprzeciw trendom rynkowym, jak również mając do dyspozycji nowe rozwiązania IT wspierające procesy HR, przygotowaliśmy dedykowane e-szkolenie „Witaj w Carlsberg Polska”, które jest dostępne dla wszystkich nowych i obecnych pracowników naszej firmy.

Celem e-szkolenia jest wsparcie nowego pracownika w zdobyciu najważniejszych informacji na temat organizacji, z którymi będzie mógł się zapoznać w dogodnym dla siebie czasie.

W ramach przygotowanych materiałów pracownik może zgłębić wiedzę na temat naszej:

- strategii, misji, wizji oraz kultury organizacyjnej;
- strategii zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO,
- historii firmy Carlsberg w Polsce i na świecie,
- marek,
- oferty benefitów,
- najważniejszych procedur z zakresu Kodeksu Etyki, Bezpieczeństwa IT oraz wieloma innymi zagadnieniami, które ułatwią pierwsze dni w nowej pracy.

**SZKOLENIE JASNE STRONY PIWA**

W 2018 r. postawiliśmy na wzmocnienie wiedzy o piwie wśród naszych sił sprzedaży. W ramach interaktywnych warsztatów, na podstawie książki oraz z wykorzystaniem e-szkolenia pt. „Jasne Strony Piwa”, edukowaliśmy naszych pracowników, by zostali piwnymi ekspertami i tym samym ambasadorami naszych piw i kategorii piwnej.

Dział Sprzedaży oraz działy wspierające miały możliwość zwiedzenia naszych browarów oraz uczestniczenia w 4 modułach warsztatowych: „Wiedza o piwie”, „Sensoryka”, „Perfect Serve” i „Łączenie piwa z potrawami”.

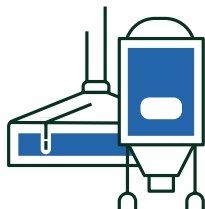
Uczestnicy - poza historią i ciekawostkami na temat poszczególnych browarów - poznali tajniki procesu warzenia piwa, rodzaje sódów i chmielu używanego w procesie czy roli drożdży piwowarskich. Mogli także prześledzić w interaktywnej formie poszczególne etapy procesu powstawania piwa, dowiedzieli się, jakie są style piwne oraz z czym najlepiej smakuje jasny lager. Wszyscy uczestnicy zdali test sprawdzający wiedzę przed i po warsztatach. Dodatkowo, pracownicy działu sprzedaży w grudniu 2018 r. przeszli proces certyfikacji, uprawniający ich do bycia piwnym ekspertem.

**SZKOLENIE „JASNE STRONY PIWA”****1**

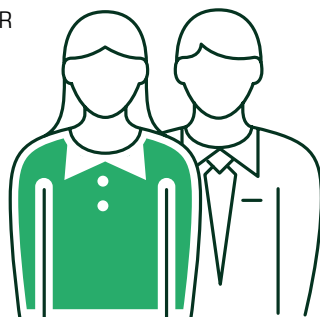
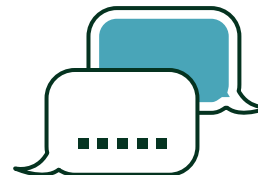
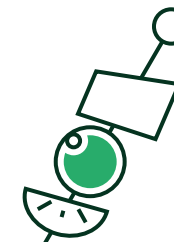
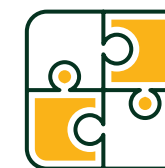
E-SZKOLENIE

**3**

ODWIEDZONE BROWARY

**533**

UCZESTNIKÓW W TYM:  
420 SPRZEDAŻ  
29 SPRZEDAŻ HORECA  
51 FINANSE  
20 HR

**100%**CERTYFIKACJI  
W SPRZEDAŻY  
OFF TRADE**100%**ZDANYCH TESTÓW  
WIEDZY**40**EKSPERTÓW  
DZIELĄCYCH SIĘ  
WIEDZĄ**347**TESTOWANYCH  
PRZEKĄSEK**1 548**OTWARTYCH  
BUTELEK PIWA**8**MODUŁÓW  
SZKOLENIOWYCH**12**OSÓB WSPIERAJĄ-  
CYCH LOGISTYKĘ  
SZKOLENIA

” Wiedzę na temat piwa przekazywał człowiek z pasją, który na temat piwa i jego historii wie chyba wszystko.”

” Byłam zaskoczona co do łączenia niektórych piw z potrawami, na pewno mi się to przyda i skorzystam z tej wiedzy nie tylko w pracy.”

” Szkolenie zawierało historię browarów oraz informacje i wiedzę o procesie warzenia piwa, o stosowanych produktach i surowcach do warzenia piwa itp”

w badaniach Employer Value Proposition (EVP) oraz warsztatach strategicznych. Pomogło to spojrzeć ich oczami na wartości organizacji, pokazano, co doceniają, ale także to, nad czym musimy jeszcze pracować. Zebrana wiedza pozwoliła przygotować plan komunikacji i działań prowadzących do pozyskania najlepszych talentów z rynku, zwiększania zaangażowania obecnych pracowników, a także sprawienia, aby więcej naszych pracowników polecało firmę jako dobrego pracodawcę.

Koncept strategiczny „Co nowego możemy zrobić razem” został oparty na jednym z najważniejszych dla Pracowników filarów EVP - innowacyjności firmy, czyli zaangażowaniu w tworzenie nowych, przetomowych rozwiązań. Będzie on przedmiotem kampanii Employer Brandingowej w 2019 r.

### PLANOWANIE SUKCESJI

W ramach rozwoju naszej organizacji, w 2018 r. duże znaczenie miała dla nas sukcesja dla wszystkich ról menedżerskich. Metodą warsztatową wypracowaliśmy i komunikowaliśmy kluczowe kryteria, jakie musi spełniać sukcesor w ramach szerszej lub wyższej roli, w krótkim bądź długim okresie czasu. Proces jest transparentny dla wszystkich pracowników naszej organizacji, a jego zasady zostały ogłoszone w intranecie i newsletterze. Aby ułatwić menedżerom prowadzenie rozmów nt. sukcesji z pracownikami, przygotowaliśmy zestaw pytań i odpowiedzi (Q&A) oraz zorganizowaliśmy warsztaty w ramach „Succession Pipeline”, w których mogli uczestniczyć wszyscy zainteresowani.

### EMPLOYER BRANDING I BADANIE EMPLOYER VALUE PROPOSITION (EVP)

Prawdziwy Employer Branding zaczyna się wewnątrz firmy, więc cały projekt z zakresu budowania marki pracodawcy rozpoczęliśmy od udziału 120 pracowników, reprezentujących wszystkie działy i wszystkie stanowiska,

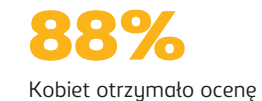
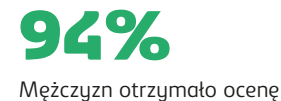
### OCENA ROCZNA - PERFORMANCE MANAGEMENT

Duch pracy zespołowej jest w Carlsberg Polska niezbędny, a my zapewniamy wiele możliwości rozwoju osobistego. Wierzymy, że ludzie rozwijają się i osiągają najlepsze wyniki, gdy są odpowiedzialni za swoją karierę i rozwój zawodowy. Umożliwiamy im to już na bardzo wczesnym etapie pracy. Zakładamy, że uczenie się w pracy oraz od współpracowników jest równie ważne,

jak poprzez formalne kursy i szkolenia. Pracownicy doskonalą się z każdym wyzwaniem dzięki silnej kulturze informacji zwrotnej.

W 2018 roku 1233 pracowników podległo ocenie rocznej w ramach procesu Performance Management. Na podstawie określonych celów, oceniane były wyniki dla 293 kobiet i 940 mężczyzn oraz 411 blue (pracownicy produkcji) i 822 white collars (pracownicy biurowi i sprzedaż).

### OCENA ROCZNA W 2018 R.



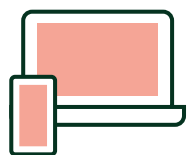


**BENEFITY PRACOWNICZE**

Nasza oferta świadczeń jest jedną z bogatszych na rynku. Oprócz typowych benefitów, jak opieka medyczna czy karta MultiSport, każdemu pracownikowi proponujemy również szereg świadczeń w pięciu obszarach:

**TWÓJ ODPOCZYNEK**

karta Benefit Multisport,  
wczasy pod gruszą,  
dofinansowanie do wycieczek,  
dodatkový urlop

**WYGODNE NARZĘDZIA PRACY**

samochód służbowy,  
laptop i internet, telefon komórkowy,  
elastyczne godziny pracy,  
praca z domu

**TWOJE BEZPIECZEŃSTWO**

ubezpieczenie NNW i PZU,  
zapomogi,  
opieka medyczna Lux Med,  
pożyczki mieszkaniowe,  
becikowe

**ROZWÓJ Z CARLSBERGIEM**

szkolenia,  
dofinansowania do nauki języka,  
dofinansowanie do studiów

Każdy pracownik ma dostęp do pełnego wymiaru benefitów, niezależnie od wymiaru czasu pracy.

Aby usprawnić i ułatwić korzystanie z dostępnych świadczeń uruchomiliśmy w listopadzie 2018 dedykowaną platformę benefitową, gdzie każdy pracownik może zdalnie administrować

**ATMOSFERA W NASZEJ FIRMIE**

święteczne paczki dla dzieci,  
świadczenia świąteczne,  
piwo okolicznościowe,  
Ambasadorzy Kultury,  
bilety na mecze, koncerty,  
gadżety firmowe,  
nagrody spontaniczne

swoimi benefitami. Możliwe działania to m.in. aktywowanie/dezaktywowanie kart MultiSport, zamówienie lub rezygnacja (dla siebie oraz dla członków swojej rodziny) z pakietu medycznego, wnioskowanie o wszystkie świadczenia z Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych, zakupy ofert specjalnych.

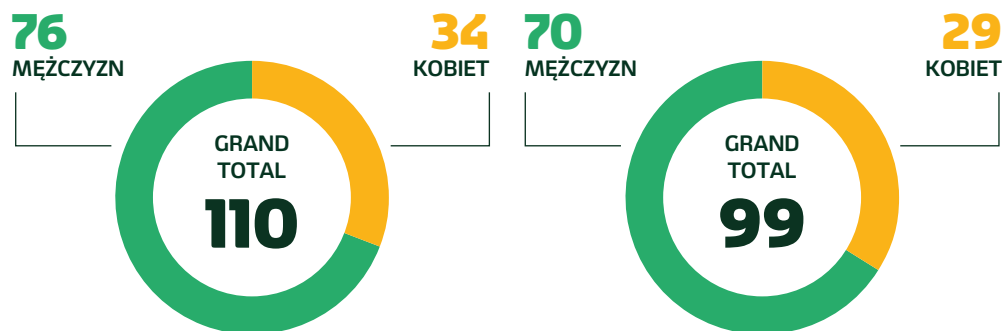


” Dzięki platformie benefitowej ograniczyliśmy do minimum wykorzystanie papierowych wniosków, a co za tym idzie proces składania wniosków i rozliczania świadczeń jest szybszy. Weryfikacja uprawnień do świadczeń odbywa się automatycznie, a pracownicy mają możliwość bieżącego monitorowania statusu złożonego przez siebie wniosku i zamówienia oraz posiadają dostęp do dodatkowych ofert.”

**Paulina Zawadzka – Laskowska**  
Kierownik ds. Wynagrodzeń  
i Administracji

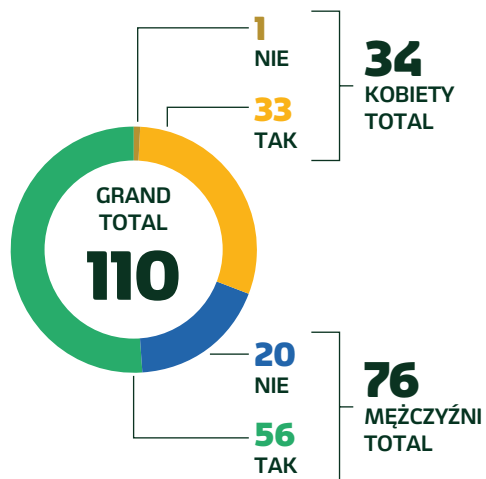
**WSKAŹNIKI POWROTU DO PRACY I UTRZYMANIA ZATRUDNIENIA PO URLOPIE MACIERZYŃSKIM/TACIERZYŃSKIM W PODZIALE NA PŁEĆ**

Całkowita liczba pracowników, którzy byli uprawnieni do urlopu macierzyńskiego/tacierzyńskiego w podziale na płeć.

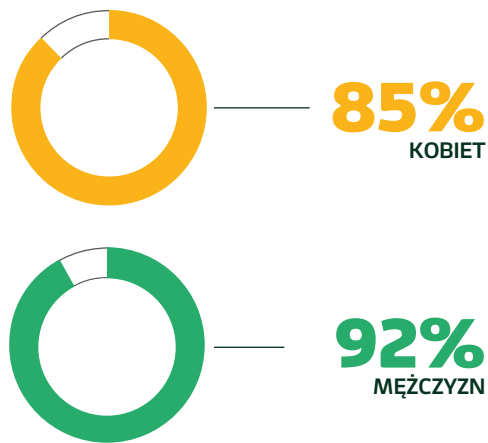


Całkowita liczba pracowników, którzy powrócili do pracy po wykorzystaniu urlopu tacierzyńskiego/macierzyńskiego w podziale na płeć.

Całkowita liczba pracowników, którzy skorzystali z urlopu macierzyńskiego/tacierzyńskiego w podziale na płeć.

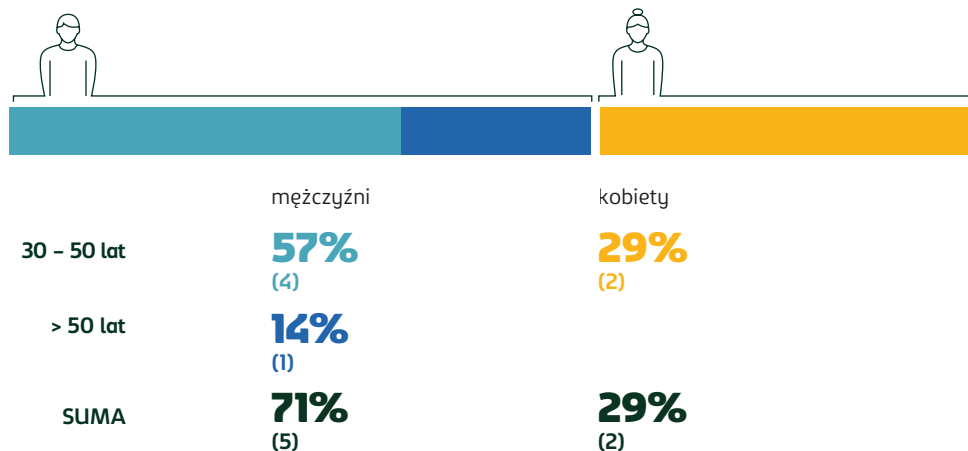


Wskaźniki powrotu do pracy oraz utrzymania zatrudnienia przez pracowników, którzy skorzystali z urlopu macierzyńskiego/tacierzyńskiego, w podziale na płeć.

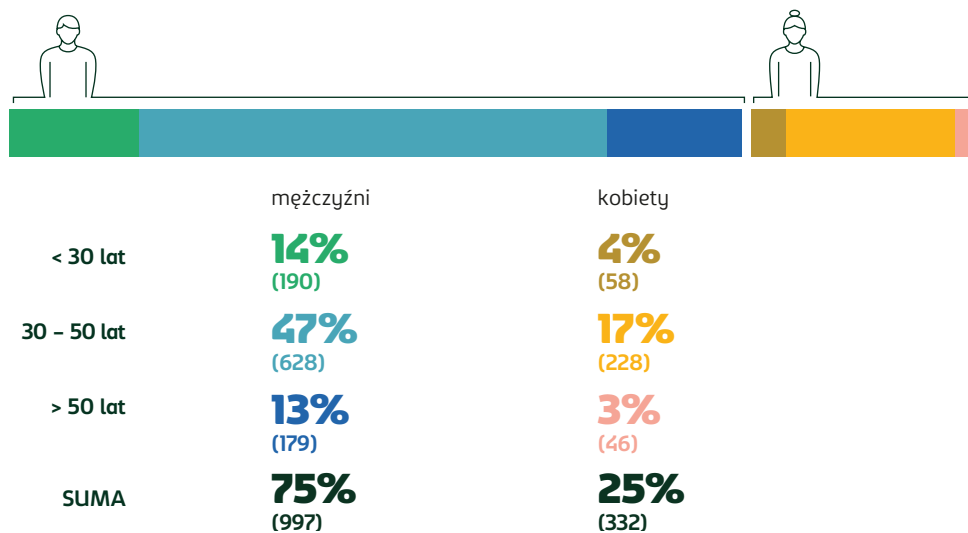


**RÓŻNORODNOŚĆ W NAJWYŻSZYM ORGANIE ZARZĄDZAJĄCYM I W KADRZE PRACOWNICZEJ**

Zarząd



Reszta organizacji



## INFORMACJE O OSOBACH ZATRUDNIONYCH I INNYCH PRACOWNIKACH

	Typ umowy	Płeć	Liczba
	praca tymczasowa	kobiety	19
	praca tymczasowa	mężczyźni	17
Całkowita liczba pracowników w podziale na typ zatrudnienia i płeć.	umowy zlecenie	kobiety	11
	umowy zlecenie	mężczyźni	14
	umowa o pracę	kobiety	334
	umowa o pracę	mężczyźni	1002
Całkowita liczba pracowników zatrudnionych na czas nieokreślony w podziale na typ zatrudnienia i płeć.	umowa o pracę	kobiety	291
	umowa o pracę	mężczyźni	834

## CAŁKOWITA LICZBA ZATRUDNIONYCH W PODZIALE NA REGIONY I PŁEĆ

Lokalizacja	Kobiety	Mężczyźni
Brzesko	122	251
Katowice	1	3
Luboń	1	0
Region Bosman - Północ	17	55
Region Kasztelan - Centrum	4	81
Region Okocim - Wschód	5	76
Region Piast - Zachód	3	93
Sierpc	58	173
Szczecin	31	167
Warszawa	83	61
woj. dolnośląskie	0	4
woj. lubelskie	0	1
woj. lubuskie	0	1
woj. łódzkie	0	2
woj. małopolskie	2	7
woj. mazowieckie	1	9
woj. opolskie	0	1
woj. podkarpackie	0	2
woj. pomorskie	1	4
woj. śląskie	0	1
woj. świętokrzyskie	0	1
woj. wielkopolskie	1	4
woj. zachodniopomorskie	1	4
Wrocław	3	1
<b>TOTAL</b>	<b>3334</b>	<b>1002</b>



Odpowiedzialne zarządzanie biznesem, to zarówno programy, polityki i procedury, które wdrażamy, jak również tworzenie kultury odpowiedzialności i świadomości opartej na wartościach.

Zaangażowanie pracowników na wielu poziomach jest podstawą wszelkich działań.

# ODPOWIEDZIALNY BIZNES



# ZARZĄDZANIE ODPOWIEDZIALNYM BIZNESEM

Grupa Carlsberg oraz Carlsberg Polska posiadają system wzajemnie powiązanych i hierarchicznie zależnych dokumentów strategicznych i wdrożeniowych regulujących szeroko rozumiane zarządzanie zrównoważonym rozwojem i społeczną odpowiedzialnością biznesu. Punktem wyjścia jest globalna strategia biznesowa SAIL'22, w ramach której osadzony jest Program Together Towards ZERO (TTZ), zawierający cztery główne ambicje i cele, których realizację opisujemy w tym raporcie. Jest on zgodny z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDG's). Ponadto, posiadamy Kodeks Etyki i Postępowania będący zbiorem kluczowych zasad i wytycznych dla naszych pracowników i partnerów handlowych.

W każdym obszarze za realizację Programu Together Towards ZERO odpowiadają dedykowane osoby na stanowiskach kierowniczych i specjalistycznych oraz funkcjonuje szereg dokumentów operacyjnych – polityk i procedur (m.in. w zakresie BHP czy zarządzania mediami, itd.). Nad postępowaniem we wdrażaniu i realizacją celów czuwa Zarząd i Dyrektorzy Browarów. Dyrektor Komunikacji i podległy mu Kierownik ds. rozwoju odpowiedzialnego biznesu koordynują cały postęp w zakresie realizacji strategii Together Towards ZERO.

## SYSTEM RAPORTOWANIA ENABLON

Od niemal dekady w całej Grupie Carlsberg, w tym w Carlsberg Polska systematycznie zbieramy dane i monitorujemy wskaźniki zrównoważonego rozwoju w systemie raportowania Enablon. W jego obrębie działa zespół osób raportujących, tzw. contributors, czyli wprowadzających dane oraz validators – zatwierdzających 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.



### EDUKACJA, CERTYFIKATY I NAGRODY W OBSZARZE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Nasza aktywność w ramach zrównoważonego rozwoju, poza inwestycjami i ciągłym doskonaleniem, to również działania edukacyjne i komunikacyjne – zarówno skierowane do pracowników, jak i interesariuszy.

Stale i konsekwentnie angażujemy naszych pracowników, budując kulturę organizacyjną opartą na odpowiedzialności, zasadach oraz uważności. Dążymy do tego, by byli ambasadarami odpowiedzialnych zachowań, zaś to, czego nauczą się w pracy przełożyło się również na ich życie codzienne. Jest to szczególnie widoczne w zakresie etyki, ciągłego doskonalenia czy budowania kultury bezpieczeństwa. W temacie ochrony środowiska konsekwentnie komunikujemy i edukujemy pracowników i konsumentów, wysyłając m.in. informacje o naszych działaniach, minimalizujących wpływ na otoczenie i ich rezultatach przy okazji takich wydarzeń jak Godzina dla Ziemi, Międzynarodowy Dzień Ziemi, Święto Wody czy Światowy Dzień Środowiska. Wskazujemy przy tym, jak można w życiu codziennym dbać o środowisko naturalne. Byliśmy również obecni podczas Szczytu Klimatycznego ONZ Konferencji Stron Ramowej Konwencji Narodów Zjednoczonych w Sprawie Zmian Klimatu (UNFCCC) - COP24 w Katowicach gdzie komunikowaliśmy nasze zobowiązania w ramach programu Together Towards ZERO.



Nasze warszawskie biuro od 2009 roku szczyty się Certyfikatem Zielonego Biura, co potwierdza nasze wysiłki i ich efekty w zakresie minimalizowania naszego wpływu na otoczenie i edukacji proekologicznej pracowników.



Chcąc inspirować i pokazać nasze dobre praktyki, od lat uczestniczymy w Targach CSR organizowanych przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Dodatkowo, aż siedem naszych przykładów działań z zakresu zrównoważonego rozwoju zostało ujętych w siedemnastej edycji raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2018”. Znalazły się tam przykłady odpowiedzialnych działań odzwierciedlające realizację celów programu Together Towards ZERO, w podziale na 4 praktyki wieloletnie i 3 nowe.



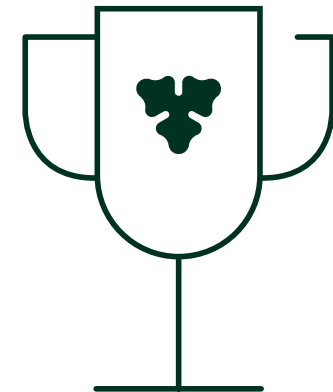
Od 2016 roku jesteśmy Sygnatariuszami Karty Różnorodności, która stanowi przypieczętowanie starań i rozwiązań w tym zakresie, tj. procedur i regulacji dotyczących praw człowieka i pracownika, zawierających jednocześnie podstawy polityki poszanowania różnorodności.



Regularnie już od 2011 roku poprzez udział w Rankingu Odpowiedzialnych Firm poddajemy się zewnętrznej ocenie. Dzięki temu, zyskujemy informację, jak wypadamy na tle innych firm w Polsce, a zarazem jest to dobry bodziec do dalszego doskonalenia. W oparciu o zestaw pytań i kryteriów rankingu możemy dokonać analizy, co jeszcze możemy zmienić, wprowadzić, usprawnić w obszarze zrównoważonego rozwoju. W 2018 roku zajęliśmy 9 miejsce na 211 firm, które wypełniły ankietę. Nasza firma otrzymała 410 punktów, podczas gdy maksymalnie do zdobycia było 500 punktów.



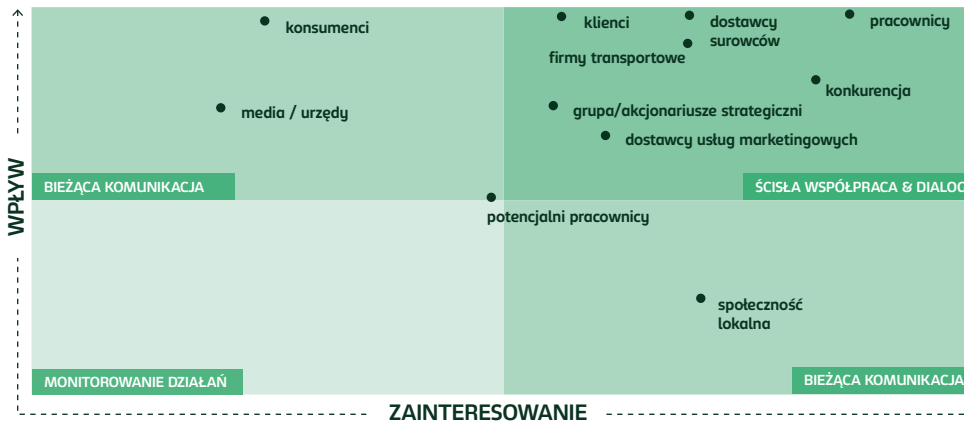
Analogiczną rolę spełnia konkurs LISTKI CSR POLITYKI, w którego ósmej edycji zostaliśmy nagrodzeni Srebrnym Listkiem za działania w 2018 roku. Ankiety wypełniło niemal 130 przedsiębiorstw. Jak co roku, analizowanymi obszarami były m.in. ład korporacyjny, ochrona środowiska, dbałość o klienta i pracownika, uczciwość biznesowa oraz zaangażowanie społeczne. Dodatkowo, organizatorzy konkursu wyróżnili nas za dobrą praktykę z zakresu gospodarki obiegu zamkniętego. Inicjatywa optymalizacji w łańcuchu dostaw poprzez m.in. redukcję przejechanych kilometrów i obniżenie emisji CO<sub>2</sub> znalazła się w gronie 14 wyróżnionych dobrych praktyk, które mogą służyć innym firmom jako inspiracja do działania



### NASI INTERESARIUSZE

Obecność w branży konsumenckiej to konieczność nieustannego dialogu, komunikacji i angażowania naszych interesariuszy na wszystkich etapach życia produktu od

pozyskania surowców, poprzez produkcję i logistykę, po dotarciu do konsumentów oraz działania branżowe na rzecz odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu.



#### FIRMY TRANSPORTOWE

- Komunikacja handlowa
- Systemy TMS



#### URZĘDY

- Lokalne inicjatywy
- Spotkania



#### GRUPA/AKCJONARIUSZE STRATEGICZNI

- Bieżąca komunikacja korporacyjna
- Spotkania i narady



#### DOSTAWCY USŁUG MARKETINGOWYCH

- Komunikacja korporacyjna
- Komunikacja poszczególnych marek



#### KONKURENCJA

- Bieżąca komunikacja rynkowa
- Współpraca na forum ZPPP - Browary Polskie



#### POTENCJALNI PRACOWNICY

- Rekrutacja
- Employer branding



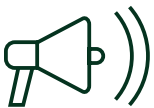
#### KLIENCI / KONSUMENCI

- Komunikacja poszczególnych marek
- Badania reputacji
- Komunikacja korporacyjna
- Kanaty mediów społecznościowych



#### PRACOWNICY

- Bieżąca komunikacja wewnętrzna
- Intranet i gazetka firmowa
- Szkolenia
- Program „InicJaTyWy” i Program Ciągłego Doskonalenia
- Badanie satysfakcji



#### MEDIA

- Komunikacja korporacyjna
- Komunikacja poszczególnych marek
- Badania reputacji



#### DOSTAWCY SUROWCÓW

- Komunikacja handlowa
- Audyty



#### SPOŁECZNOŚĆ LOKALNA

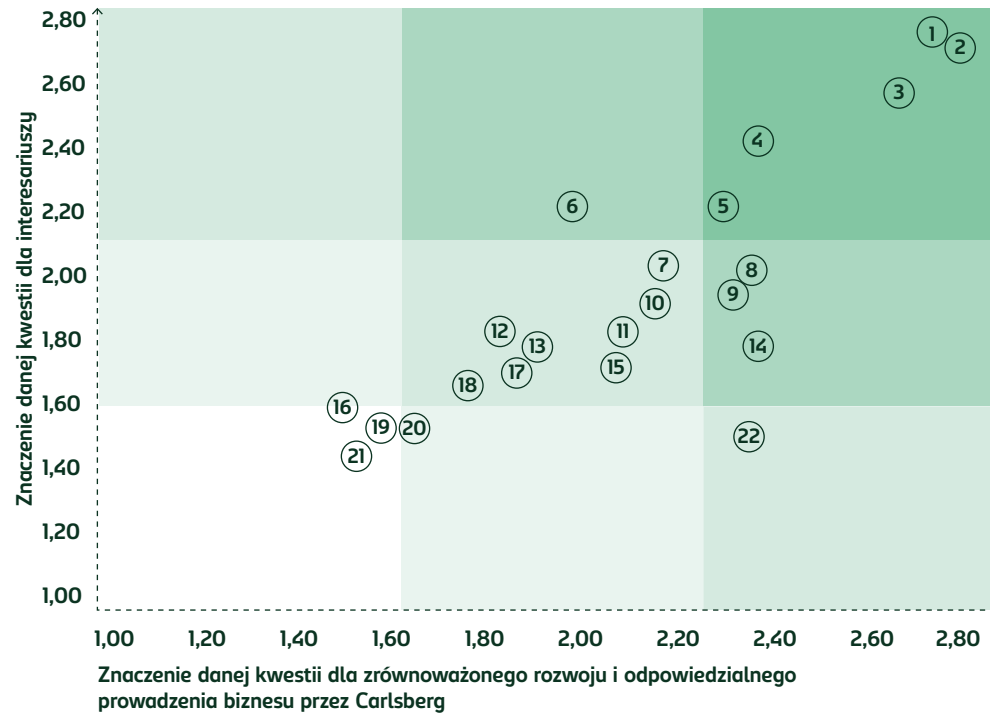
- Program „InicJaTyWy”

### DIALOG NA POTRZEBY RAPORTOWANIA

W 2017 roku na potrzeby opracowania raportu przeprowadziliśmy badanie, którego celem było poznanie perspektywy interesariuszy odnośnie istotności poszczególnych aspektów działalności firmy z zakresu zrównoważonego rozwoju.

Badanie zostało przeprowadzone zarówno wśród pracowników – kluczowej kadry kierowniczej i specjalistycznej, jak również wśród interesariuszy zewnętrznych. W tej drugiej grupie uzyskaliśmy informacje zwrotne od 75 osób - konsumentów, partnerów społecznych i biznesowych, przedstawicieli środowiska akademickiego, administracji publicznej, mediów oraz ekspertów CSR i zrównoważonego rozwoju

W 2018 roku szykując się do kolejnego procesu raportowania zorganizowaliśmy warsztaty wśród wyższej kadry menedżerskiej z zaangażowaniem Prezesa Zarządu mające na celu weryfikację istotności poszczególnych aspektów. Kluczowe obszary określone przez interesariuszy w badaniu w znacznej części pokrywają się z ambicjami strategii Together Towards Zero i zostały określone jako wciąż aktualne i kluczowe z perspektywy opracowania raportu.



- |   |  |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. stworzenie systemu odbioru butelek zwrotnych</li> <li>2. zużycie wody podczas produkcji</li> <li>3. sposób zagospodarowania odpadów</li> <li>4. ograniczanie spożycia alkoholu przez nieletnich, kierowców i kobiety w ciąży</li> <li>5. efektywność energetyczna</li> <li>6. organizowanie projektów społecznych</li> <li>7. długofalowa i stabilna współpraca z dostawcami</li> <li>8. zapobieganie korupcji i nadużyciom</li> <li>9. uczciwe praktyki konkurencyjne</li> <li>10. odpowiednie przechowywanie produktów</li> <li>11. współpraca z przedstawicielami władz lokalnych</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>12. redukcja/eliminacja wypadków</li> <li>13. inwestycje w badania i rozwój</li> <li>14. zgodność z prawem i regulacjami zewnętrznymi/wewnętrznymi</li> <li>15. usprawnienia procesu produkcji</li> <li>16. poprawa efektywności zarządzania organizacją</li> <li>17. szkolenia</li> <li>18. ergonomia miejsc pracy</li> <li>19. zasady i normy odnoszące się do zarządzania firmą</li> <li>20. ograniczenie rotacji pracowników</li> <li>21. inwestycje w badania i rozwój</li> <li>22. spełnienie regulacji obowiązujących branżę alkoholową</li> </ol> |
|---|--|



” Raport Zrównoważonego Rozwoju stanowi dla nas bardzo ważny aspekt podsumowywania naszych dorocznych działań w tym obszarze i ich komunikowania interesariuszom. Cele, przyjęte w ramach naszej strategii, w ogromnej mierze dotyczą tak działalności browarów, jak i całego łańcucha wartości, a co za tym idzie – wysiłków w zakresie ich realizacji.”

**Jagoda Jastrzębska**  
Kierownik ds. Rozwoju Odpowiedzialnego Biznesu, Carlsberg Polska



# CIĄGŁE DOŚKONALENIE

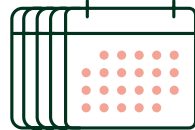
W ramach zarządzania jakością obok szeregu polityk i procedur od 10 lat już funkcjonuje bardzo ważny dla nas Program Ciągłego Doskonalenia (Kaizen). Wychodzimy z założenia, iż nie jest możliwe w pełni efektywne zachowanie i podnoszenie jakości bez silnego

zaangażowania pracowników. To oni najlepiej znają swoje miejsce pracy i procesy nad którymi pracują, więc mają największy potencjał do kreowania innowacji i usprawnień zwiększając na co dzień efektywność naszych działań.



**488**

pomysłów w 2018 roku



**10 lat**

funkcjonowania Programu



**27**

pomysłów zgłosił najaktywniejszy pracownik w 2018



blisko

**5 000**

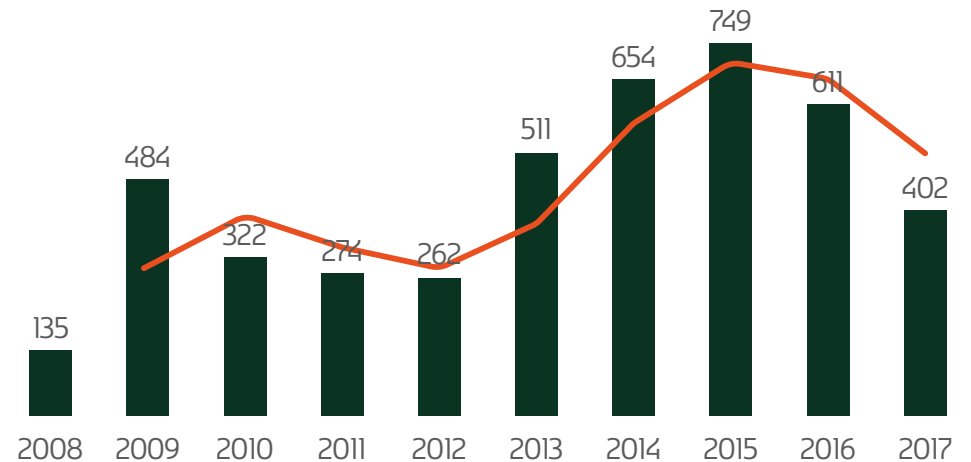
pomysłów optymalizacyjnych od początku Programu

Rok 2018 był rokiem jubileuszowym - dokładnie 10 lat wcześniej, 15 lutego 2008 roku został zgłoszony pierwszy pomysł Kaizen w Brzesku na linii B3. Od tego czasu pracownicy Carlsberg Polska zgłosili łącznie prawie 5 000 pomysłów optymalizacyjnych. Rok 2018 zamknęliśmy z liczbą 488 pomysłów.

Każdy pomysł jest oceniany pod kątem określonych kryteriów, jak również w zakresie możliwości wdrożenia, potencjalnych kosztów i korzyści, jak też wpływu na jakość i bezpie-

czeństwo produktów. Usprawnienia zgłoszone i wdrożone w pierwszym półroczu 2018 wygenerowały prognozowane oszczędności w kwocie około 126 000 PLN. Pomysły dotyczyły zarządzania mediami oraz wskaźnika OEE (Overall Equipment Effectiveness) mierzącego efektywność wykorzystania maszyn i urządzeń. W drugim półroczu 2018 roku promowaliśmy kaizeny dotyczące poprawy bezpieczeństwa oraz jakości, natomiast w planie na pierwsze półrocze 2019 jest obszar 5 złotych zasad BHP.

## LICZBA KAIZENÓW - CARLSBERG POLSKA





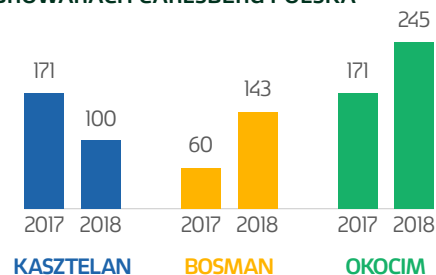
” Wszyscy pracownicy poniżej poziomu kierownika są uprawnieni do składania pomysłów usprawniających. Analizowane jest każde zgłoszenie, natomiast dodatkowo punktowana jest chęć partycypacji we wdrażaniu zaproponowanego przez rozwiązania. Celem, w przypadku pozytywnej oceny pomysłu jest szybka jego realizacja, czemu sprzyja bezpośrednio zaangażowanie autora pomysłu. Najlepsze wdrożone usprawnienia są następnie komunikowane w innych lokalizacjach.”

**Michał Jankowski**  
Regionalny Menedżer ds. Ciągłego Doskonalenia (Polska, Niemcy)

#### KRYTERIA OCENY POMYSŁÓW:

- Wpływ na ludzi - czyli konsekwencje dla pracowników wynikające z proponowanego usprawnienia, np. wpływ na bezpieczeństwo i ergonomię pracy
- Wpływ na jakość - czyli wpływ pomysłu na szeroko definiowaną jakość produktu / procesu, co obejmuje również np. kwestie ograniczenia negatywnego wpływu na środowisko naturalne
- Wpływ na serwis - czyli jaki jest wpływ usprawnienia na proces
- Wpływ na koszty - czyli jakie są oszczędności vs zaplanowane koszty wynikające z wdrożenia rozwiązania

#### ILOŚĆ KAIZENÓW W POSZCZEGÓLNYCH BROWARACH CARLSBERG POLSKA



#### W JUBILEUSZOWYM ROKU 2018 POSZERZYLIŚMY DODATKOWO FORMUŁĘ PROGRAMU O:

- Puchar przechodni Kaizen - Puchar dla działu, który w danej lokalizacji, w danym kwartale zgłosił najwięcej kaizenów w przeliczeniu na osobę.
- Kaizen Kwartału - Indywidualna nagroda w każdej lokalizacji za najlepszy wdrożony pomysł w danym kwartale.
- Najlepszy Kaizen Roku - Wybór najlepszego wdrożonego kaizena w każdej lokalizacji w 2018 roku.



## KODEKS I POLITYKI

Kodeks Etyki i Postępowania pomaga pracownikom zrozumieć, jak reagować w obliczu dylematów etycznych w pracy, wspiera naszą strategię i chroni reputację. Jego celem jest zapewnienie, aby pracownicy, klienci oraz partnerzy rozumieli zasady i wartości etyczne, którymi się kierujemy. Prowadzimy w tym obszarze cykliczne działania przypominające i podnoszące świadomość. Wszyscy nowi pracownicy zapoznają się z treścią Kodeksu w ramach wprowadzenia do pracy (program Induction). Każdy pracownik jest również informowany o polityce i procedurach antykorupcyjnych. Natomiast wszyscy pracownicy biurowi i kadra kierownicza przeszli szkolenia w tym zakresie.

Dokument nie opisuje każdego konkretnego zagadnienia, jakie może się pojawić, dlatego pracownicy i partnerzy biznesowi powinni polegać na swojej trafnej ocenie i zdrowym rozsądku podejmując działania w imieniu i dla Grupy Carlsberg. Kodeksowi towarzyszy szereg polityk, precyzujących jego zapisy oraz zawierających szczegóły odnośnie postępowania w określonych sytuacjach i warunkach. Są to m.in. Polityka i system zgłaszania nieprawidłowości Speak Up, polityka badania naruszeń oraz polityka antykorupcyjna i standardowe klauzule antykorupcyjne w umowach.

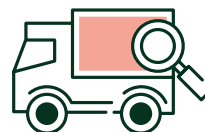
## ZAGADNIENIA ZAWARTE W KODEKSIE:

**01.**

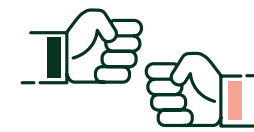
Zgodność z przepisami prawa i polityką firmy

**02.**

Przepisy wymierzone przeciwko korupcji i przekupstwu

**03.**

Sankcje handlowe i przepisy kontroli eksportu

**04.**

Prawo konkurencji

**05.**

Ochrona danych i ochrona prywatności

**06.**

Odpowiedzialne spożywanie alkoholu

**07.**

Konflikt interesów

**08.**

Insider trading i postępowanie z informacją wewnętrzną

**09.**

Ochrona i odpowiednie użycie zasobów firmy

**10.**

Informacje poufne i zastrzeżone

**11.**

Środowisko pracy

**12.**

Prezenty, posiłki i rozrywka

**13.**

Działalność polityczna i darowizny

**14.**

Rzetelność ksiąg, rejestrów i sprawozdań publicznych

Posiadamy także instrukcje dotyczące konfliktu interesów i składania oświadczeń przez pracowników, procedury i klauzule ochrony danych osobowych (RODO) oraz rejestr korzyści.

### SPEAK UP - POLITYKA ZGŁASZANIA NIEPRAWIDŁOWOŚCI

Polityka ta ma na celu zachęcanie pracowników do informowania o wszelkich zachowaniach, które nie są zgodne z zasadami etycznymi i wartościami firmy. Zachęcamy naszych pracowników i partnerów do zgłaszania każdego przypadku naruszenia prawa, przepisów lub polityk wewnętrznych naszej firmy.

Naruszenia można zgłaszać do swojego przełożonego, przedstawiciela działu HR, radcy prawnego z zewnętrznej kancelarii prawnej, kontaktując się z Rzecznikiem Etyki lub składając zgłoszenie anonimowo przez system Speak Up. W ramach Systemu Zgłaszania Nieprawidłowości Speak Up można je zgłaszać w swoim własnym języku, całodobowo, włączając soboty, niedziele i święta. Zarządzany jest on przez niezależną stronę trzecią, co pozwala na zapewnienie anonimowości, jeżeli jest to wymagane. Dodatkowo, dzwoniąc na linię SpeakUp, pracownicy mogą anonimowo wyrazić swoje obawy związane z podejrzeniem o nieprzestrzeganie Kodeksu Etyki i Postępowania.

Pracownicy, którzy zgłaszają nieprawidłowości podlegają ochronie. Nie tolerujemy żadnych form odwetu przeciwko osobom zgłaszającym nieprawidłowości. Osoba zgłaszająca otrzymuje potwierdzenie odbioru w ciągu 5-7 dni roboczych wraz z informacją, jak długo potrwa

zbadanie i ocena zgłoszonej kwestii. Sposób postępowania ze zgłoszeniem reguluje osobna Polityka badania naruszeń. Opisuje ona m.in. rolę i kompetencje głównego specjalisty ds. zapewnienia zgodności, który gwarantuje, że wszelkie poważne wykroczenia i nadużycia zostaną należycie zbadane i wyjaśnione. System zgłaszania nieprawidłowości firmy Carlsberg jest otwarty dla każdej osoby i/lub podmiotu, z którym firma współpracowała lub współpracuje biznesowo (tj. partnerów biznesowych, dostawców, akcjonariuszy, udziałowców, agentów, dystrybutorów, przedstawicieli i klientów).

### RODO

Nowe Rozporządzenie o Ochronie Danych Osobowych (RODO) zwiększa zakres naszej odpowiedzialności za ochronę danych osobowych. Brak zgodności może podlegać bardzo wysokim karom finansowym. Jej zapewnienie jest procesem ciągłym, dlatego też naszą intencją jest, aby zgodność z przepisami RODO stała się częścią DNA Grupy. W związku z tym instruuemy naszych pracowników odnośnie zasad Grupy Carlsberg.

Komunikaty w powyższym zakresie są umieszczone w widocznym miejscu w biurach i biurowcach Carlsberg Polska. Dodatkowo, aby zapewnić zgodność z przepisami RODO, opracowaliśmy wytyczne i wzory dokumentów, komunikując pracownikom, gdzie i jak mogą je znaleźć, jak też otrzymać pomoc:

- w znalezieniu wzorów dokumentów i narzędzi,
- w tworzeniu dokumentacji,
- w przypadku żądania od podmiotu trzeciego,
- w przypadku identyfikacji lub podejrzenia naruszenia bezpieczeństwa danych.

## ZASADY GRUPY CARLSBERG



„Wdrażanie zasad etycznych to codzienna praca wymagająca opracowania stosownej infrastruktury etycznej – posiadania Kodeksu Etyki, polityk oraz mechanizmów zgłaszania naruszeń. Niezbędna jest również nieustanna komunikacja i uświadamianie praw i obowiązków.”

**Jadwiga Latawiec**  
Dyrektor ds. Prawnych i Podatkowych

## WSPÓŁPRACA Z DOSTAWCAMI

Jako część Grupy Carlsberg korzystamy z globalnej bazy dostawców. Dotyczy to zarówno surowców, jak i opakowań. Aby zostać naszym dostawcą, należy przedstawić szereg dokumentów, dostarczyć odpowiednie certyfikaty oraz przejść pozytywnie wstępny audyt. Audytorzy sprawdzają m.in., czy proces produkcji u dostawców jest zgodny z naszymi standardami i procedurami oraz czy pracują oni na odpowiednich systemach. Zależy nam, aby dostawcy respektowali nasze wartości w obszarze odpowiedzialnego i zrównoważonego procesu produkcji. Zapisy Kodeksu wymagają na dostawcach odpowiedniego podejścia do zarządzania działalnością w takich obszarach jak: prawa pracy i prawa człowieka, BHP, środowisko oraz etyka w biznesie. Dostawca jest odpowiedzialny za zapewnienie przestrzegania zasad Kodeksu przez swoich poddostawców, co oznacza obowiązek poinformowania ich o jego treści oraz zapewnienie wdrażania wszelkich środków zgodnie z jego postanowieniami.

Na weryfikację dostawców składają się m.in. procedury związane z koniecznością uzupełnienia szczegółowego kwestionariusza, ocena zewnętrzna tzw. „third party screening” oraz grupowa procedura weryfikowania, czy kontrahent nie podlega sankcjom handlowym.

2018

31

audytów globalnych dostawców zrealizowanych w Grupie Carlsberg

5

audytów zrealizowali audytorzy z Polski



„ We współpracy z dostawcami ważne jest, by ustalić priorytety zadaniowe i skupić uwagę na obszarach wysokiego ryzyka oraz miejscach w łańcuchu wartości, gdzie możemy wprowadzić usprawnienia. Każdy materiał czy surowiec jest oceniany osobno. Na podstawie macierzy grupowej tworzymy ocenę ryzyka. Na tej podstawie, decydujemy o częstotliwości audytów. Nasi dostawcy są audytowani średnio raz na 2-3 lata.”

**Danuta Bytnar**  
Pełnomocnik ds. Zapewnienia Jakości



# ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

Jesteśmy globalną firmą, a zarazem jesteśmy bardzo silnie osadzeni w społecznościach lokalnych, gdzie znajdują się nasze browary. Relacje dobrosąsiedzkie są dla nas bardzo istotne. Dlatego staramy się wspierać i inicjować projekty i wydarzenia, korzystne i ważne z perspektywy lokalnych społeczności.

Aby przybliżyć naszą działalność od 5 lat organizujemy Dni Otwarte w browarach, kiedy to rodziny pracowników mają okazję, by poznać je od środka i dowiedzieć się o ich historii i tajnikach warzenia piwa. Z kolei w zeszłym roku po raz pierwszy Browary Bosman w Szczecinie i Kasztelan w Sierpcu otworzyły swoje podwoje dla mieszkańców w ramach Nocy Muzeów.

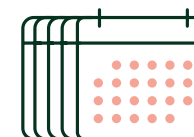
Pracownicy browarów Okocim w Brzesku, Kasztelan w Sierpcu i Bosman w Szczecinie aktywnie włączają się w działania na rzecz lokalnych społeczności m.in. poprzez doroczną akcję sprzątnięcia w Brzesku i liczne projekty pod auspicjami programu grantowego InicJaTyWy.

## PROGRAM GRANTOWY „INICJATYWY”

W 2018 roku, w ramach V edycji programu grantowego „InicJaTyWy” 80 naszych pracowników - wolontariuszy zrealizowało 12 projektów na rzecz lokalnych społeczności, przepracowując 1 328 godzin!

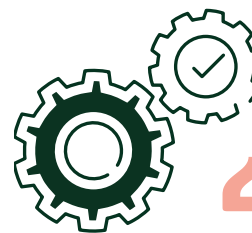
Program funkcjonuje od 2014 roku i ma na celu poprawę życia lokalnych społeczności. Każdy z naszych pracowników ma możliwość przedstawienia swojego autorskiego pomysłu i zawnioskowania o grant w wysokości 7 000 zł. W ramach programu nasi wolontariusze rewitalizują tereny zielone, wyposażają i porządkują obiekty sportowe, a także wspierają działania z obszaru kultury i edukacji. Ich inicjatywy spotykają się z dużym uznaniem mieszkańców i władz lokalnych. Czasami także inspirują innych i stają się częścią większych lokalnych przedsięwzięć. Wszystkie projekty realizowane były we współpracy z lokalnymi urzędami oraz organizacjami. W niektórych brali także udział mieszkańcy.

## PROGRAM INICJATYWY 2014-2018



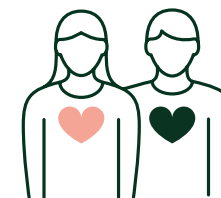
OD  
**5 lat**

**WRAZ  
Z PRACOWNIKAMI  
REALIZUJEMY  
PROGRAM GRANTOWY**



**47**

**ZREALIZOWANYCH  
PROJEKTÓW**



**324**

**PRACOWNIKÓW  
WOLONTARIUSZY**



**3 743**

**GODZIN  
PRZEPRACOWANYCH  
SPOŁECZNIE**



**380 tys. zł**

**PRZEKAZALIŚMY  
NA REALIZACJĘ PROJEKTÓW**

## ZREALIZOWANE PROJEKTY

### PRACOWNICY BROWARU BOSMAN:

- uporządkowali i zazielenili teren wokół stadionu na osiedlu Pomorzany, gdzie znajduje się Browar i zadbali o jego wyposażenie w sprzęt sportowy tj. stół do gry w tenisa stołowego i chińczyka oraz szachy.,

Wolontariusze przepracowali łącznie 120 godzin. Projekt realizowany był we współpracy z UM Szczecin i Radą Osiedla Pomorzany. Ponadto, w 2018 r. z okazji 170-lecia Browaru Bosman pracownicy nasadzili drzewka wiśni na skwerze Jagny/Boryny, a także wprowadzali mieszkańców Szczecina po Browarze podczas Nocy Muzeów i w Dni Otwartych.



”Ogromnie mnie cieszy, że dzięki naszemu zaangażowaniu podnosimy estetykę sąsiadujących z browarem terenów zielonych. Tym bardziej, że służą one lokalnym mieszkańcom.”

**Aleksandra Kupis,  
Specjalista ds. Administracji  
w Browarze Bosman**



## PRACOWNICY BROWARU OKOCIM

W 2018 roku w realizację 4 projektów zaangażowało się 38 wolontariuszy, którzy wspólnie przepracowali 847 godzin.

- dokonali renowacji miejsc zabytkowych i terenu wokół nich przy siedzibie Stowarzyszenia Miłośników Browaru Okocim,
- zrewitalizowali także teren zielony przy siedzibie Stowarzyszenia,
- uporządkowali i zazielenili teren wokół amfiteatru w Łoniowej, aby zabezpieczyć teren wokół remizy OSP przed skutkami wylewającego przy dużych opadach strumienia,
- we współpracy z lokalnymi władzami i organizacjami wyremontowali i wyposażyli salę teatralną w PST Teatrze w Porębie Spytkowskiej.



” Stowarzyszenie Miłośników Browaru Okocim to dla nas, pracowników Browaru, bardzo ważna organizacja, a jego zabytkowa siedziba to jedna z wizytówek Brzeska. Dokładamy starań, by dbać o to miejsce. Tym razem, dzięki środkom z programu InicJaTy-Wy, przeprowadziliśmy niezbędne prace remontowe, zbudowaliśmy nowy taras, nasadziliśmy rośliny i uporządkowaliśmy teren wokół siedziby. ”

**Szczepan Zydróż**  
Menedżer ds. Pakowania w Browarze Okocim i Koordynator Projektu







#### PRACOWNICY BROWARU KASZTELAN

41 wolontariuszy przeprowadziło 7 projektów, przepracowując łącznie 441 godzin.

- oczyszczili staw w Sierpcu i utworzyli przy nim miejsce wypoczynkowe,
- zagospodarowali skwer przy stacji PKP w Sierpcu, wyposażając go m.in. w stół do szachów i nasadzając zieleni
- zorganizowali miejsce integracyjne dla mieszkańców Sierpca,
- stworzyli w Mochowej miejsce do aktywnego wypoczynku ze stołem do gry w tenisa stołowego,
- zbudowali boisko do plażowej piłki siatkowej w Rydzewie,
- utworzyli boisko do gry w piłkę nożną i siatkową w Sudragach,
- zmodernizowali boisko piłkarskie i zagospodarowali teren wokół niego w Łąkiem.



„ Jesteśmy nie tylko pracownikami Browaru Kasztelan, ale także mieszkańcami Sierpca i okolic. Dlatego widzimy, jakie obszary i miejsca wymagają wsparcia. Program InicJaTyWy pomaga nam aktywnie działać. Nasze projekty to realna korzyść dla lokalnych społeczności, ale też ogromna satysfakcja dla nas jako ich autorów i wykonawców. ”

**Artur Zduńczyk**  
Lider Pakowania w Browarze Kasztelan  
i Koordynator Projektu  
Oczyszczania Stawu

## POBIEGLIŚMY – POMOGLIŚMY

W 2018 roku Birell, jako marka promująca aktywny tryb życia, sponsorowała w Warszawie siódmą edycję charytatywnego biegu sztafet firmowych – Poland Business Run. We wszystkich miastach pobiegło aż 22,5 tysiąca biegaczy, a z opłat rejestracyjnych zebrano blisko 1,8 mln zł, co pozwoliło pomóc dziewięciu osobom z niepełnosprawnościami narządów ruchu.



**9**  
beneficjentów  
z niepełnosprawnościami



**12**  
sztafet Carlsberga  
w 5 osobowych drużynach



**100**  
naszych pracowników



**22,5 tys.**  
biegaczy  
w całej Polsce



**1,8 mln zł**  
na pomoc osobom  
niepełnosprawnym

Na medal spisali się nasi pracownicy – ponad 100 osób pobiegło w 5-osobowych sztafetach w Warszawie, Krakowie, Poznaniu, Wrocławiu, Łodzi.



” Biorąc udział w Business Run indywidualnie oraz jako firma, daliśmy jasny sygnał, że ta inicjatywa jest dla nas ważna i chcemy ją aktywnie wspierać. Korzystając z okazji, chciałabym raz jeszcze podziękować mojej drużynie za udział i za wspólną motywację. To był fantastycznie spędzony niedzielny poranek i piękny cel, jaki wspólnie mogliśmy zrealizować!”

**Monika Toroszevska**  
Kierownik ds. Projektów HR,  
kapitan jednej z warszawskich sztafet





# CARLSBERG POLSKA

W naszej działalności przeplatają się historia i nowoczesność. Nasze browary uważnie kultywują najlepsze piwowarskie tradycje, a zarazem "warzymy dla lepszego dziś i jutro".

# CARLSBERG POLSKA

Carlsberg Polska jest jednym z trzech największych graczy na rynku piwa w Polsce. Warzymy piwa najwyższej jakości, odwodujące się do przyjemnych i radosnych stron dorosłego stylu życia. Konsumenci mogą wybierać z szerokiej oferty wielokrotnie nagradzanych marek piw takich jak: Carlsberg, Okocim, Harnaś, Karmi, Kasztelan, Somersby, Grimbergen, Bosman oraz Piast. Piwa warzone są w browarach o wieloletniej tradycji piwowarskiej – w Browarze Okocim w Brzesku (1845), Browarze Bosman w Szczecinie (1848) i Browarze Kasztelan w Sierpcu. Od 2015 roku firma jest dystrybutorem piwa Guinness. Aktywnie udzielamy się w ramach branży, będąc członkiem Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce – Browary Polskie i sygnatariuszem Związku Stowarzyszeń Rada Reklamy oraz angażując się 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. Jesteśmy spółką duńskiej firmy Carlsberg, działającej od 1847 roku. W 2017 roku przypadła 170. rocznica jej powstania. Więcej informacji na: [www.carlsbergpolska.pl](http://www.carlsbergpolska.pl)



**3**  
BROWARY



**3**  
POZYCJA NA  
POLSKIM RYNKU



**20%**  
WOLUMENOWY  
UDZIAŁ W RYNKU



**1336**  
PRACOWNIKÓW



CENTRALA W WARSZAWIE



BROWAR BOSMAN W SZCZECINIE



BROWAR KASZTELAN W SIERPCU



BROWAR OKOCIM W BRZESKU



Paul Davies  
Prezes Zarządu Carlsberg Polska

### NASZE MARKI



### MARKI BEZALKOHOLOWE



# NASZA HISTORIA W POLSCE

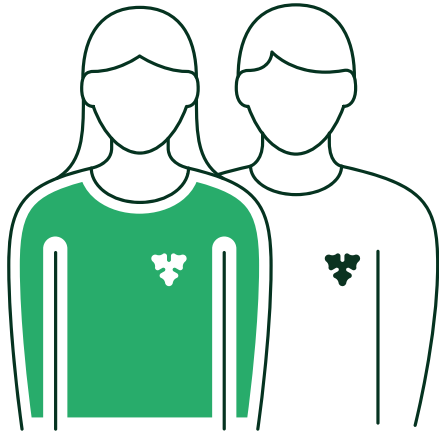
- 1845 r.**  
powstanie Browaru Okocim  
z inicjatywy Jana Goetza
- 1848 r.**  
powstanie Bohrish Brauerei  
w Szczecinie (potem Browar Bosman)
- 1972 r.**  
powstanie Browaru Kasztelan  
w Sierpcu
- 1990 r.**  
wprowadzenie spółki na Giełdę  
Papierów Wartościowych
- 1996 r.**  
głównym akcjonariuszem zostaje  
Grupa Carlsberg
- 2001 r.**  
połączenie browaru w Brzesku  
z browarami w Sierpcu i Szczecinie
- 2004 r.**  
Grupa Carlsberg zostaje 100-proc.  
udziałowcem spółki
- 2015 r.**  
170 lat Browaru Okocim
- 2016 r.**  
przyjęcie przez Grupę Carlsberg  
Strategii SAIL'22
- 2016 r.**  
30 czerwca - z inicjatywy pracowni-  
ków powstaje Stowarzyszenie  
Miłośników Browaru Okocim
- 2017 r.**  
13 czerwca - ogłoszenie programu  
Together Towards ZERO
- 2018 r.**  
170 lat Browaru Bosman



W 2018 roku obchodziliśmy jubileusz 170 lecia szczecińskiego Browaru Bosman. Założony został w 1848 r. W 2001 r. dołączył do Grupy Carlsberg. Dziś to jeden z najbardziej liczących się lokalnych partnerów i jedna z najlepiej rozpoznawanych marek piwa w regionie. Z okazji rocznicy zorganizowaliśmy szereg aktywności przybliżających browar pracownikom i lokalnej społeczności. Wydaliśmy książkę jubileuszową „Z żaglem na etykiecie”, opisującą historię browaru, otworzyliśmy podwoje Bosmana dla zwiedzających w ramach Nocy Muzeów, zorganizowaliśmy wystawę zdjęć w Muzeum Narodowym, przeniesioną następnie na Aleję Kwiatową w Szczecinie. W ramach wzmacniania więzi dobrosąsiedzkich, wolontariusze z browaru zasadzili drzewka wiśni we współpracy z Radą Osiedla Pomorzany i ufundowali stolarce okienną lokalnej bibliotece.



# WPŁYW SPOŁECZNO-EKONOMICZNY



Carlsberg Polska zatrudnia bezpośrednio

**1 336** OSÓB

tworząc pośrednio ok.

**16 000** MIEJSC PRACY

w rolnictwie, logistyce, usługach, handlu i gastronomii



**6,7** MLD ZŁ  
- ponad 4 stadiony narodowe



**6,7** MLD ZŁ  
- 200 miejskich hal sportowych



**1,66** MLD ZŁ

2001-2018 - nakłady na rozbudowę i modernizację browarów, zakup sprzętu chłodniczego etc.

2010-2017 - Carlsberg Polska przekazał do budżetu Państwa ok.

**6,7** MLD ZŁ

w tym podatek akcyzowy ok.

**5,3** MLD ZŁ

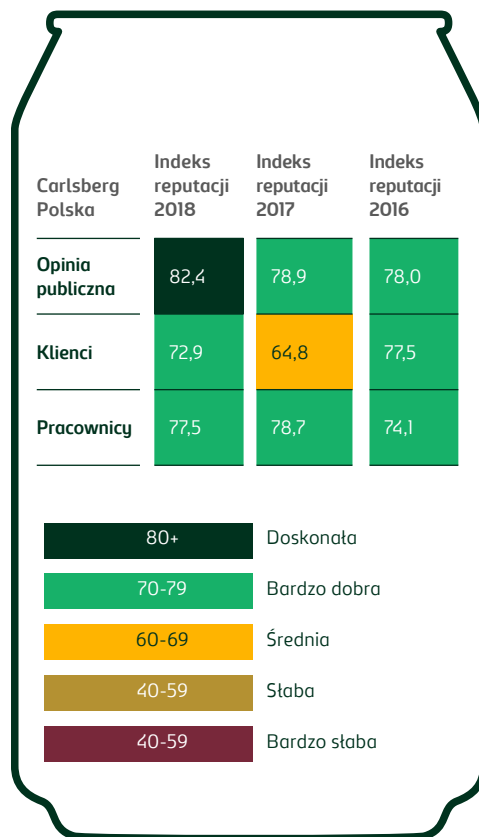


# BADANIE REPUTACJI

## BADANIE REPUTACJI

W ramach dialogu z otoczeniem regularnie badamy opinię naszych interesariuszy w formie badania reputacji. Anonimowe badanie w 2018 roku zostało po raz piąty przeprowadzone wśród opinii publicznej, klientów i pracowników przez firmę badawczą Reputation Institute. Wyniki badania w postaci Indeksu Reputacji mierzone są w skali od 0 do 100, gdzie 100 jest wartością maksymalnie pozytywną. Punktacja powyżej 80 uważana jest za doskonałą.

Wyniki za 2018 rok pokazują, że cieszymy się mocną i stabilną na przestrzeni lat reputacją wśród opinii publicznej i pracowników. Wyniki badania wśród klientów poprawiły się w porównaniu do 2017 r. o 8,1 punktu do 72,9. Ogólna nota dla Carlsberg Polska to 82,4 co plasuje nas wśród czołwki indeksu. Informację i wiedzę, którą otrzymujemy w wyniku tego badania wykorzystujemy w planowaniu strategii oraz działań wzmacniających i poprawiających naszą reputację i wizerunek.





# NAGRODY

Wymierną oceną naszych działań w poszczególnych obszarach są nagrody i tytuły, które otrzymujemy. Szczególnie dumni jesteśmy z tego, że wiele z nich jest z nami już kolejny rok.



**Chmielaki Krasnostawskie** – Okocim Radler Truskawka z kwiatem lipy - 1. miejsce w kategorii „Napoje na bazie piwa typu Radler/Shandy”



**World Beer Awards 2018** – Grimbergen - trzy medale: złoty dla Grimbergen Blonde oraz srebrne dla Grimbergen Double-Ambree i Grimbergen Blanche.



**Good Beer 2018 – Okocim Klasyczna Pszenica** - złoty medal w kategorii „Piwa Pszeniczne”



**Effie Awards 2018 - Žatecký Světlý Ležák** - srebro w kategorii w kategorii Launch/Relaunch dla kampanii Žatecké Noviny



**Mixx Awards** – brązowa statuetka dla marki Okocim Onet za program „18.45.Czas na zasady”



**World Beverage Innovation Awards** – Snap Pack – zwycięstwo Best CSR/Sustainability Initiative.



**Nagroda Kupców Polskich** Harnaś – Złoty Paragon – Nagroda Kupców Polskich przyznawana przez magazyn Hurt&Detal



**10 miejsce Carlsberg Polska w XII Rankingu Odpowiedzialnych Firm 2018**, najważniejszym zestawieniu firm, ocenianych pod kątem jakości zarządzania społeczną odpowiedzialnością biznesu



**European Beer Star** - Okocim Mistrzowski Porter - Brązowy medal w kategorii „Baltic-Style Porter”



**Srebrny Listek CSR tygodnika Polityka dla Carlsberg Polska za działania w 2018r.**














**Specjał - Medale XXI Targów Biznes - Żywność- Medycyna-Auto flota** - Somersby Watermelon butelka 0,4 l – medal dla najwyższej ocenionych produktów














**Marka Roku** wg magazynu „Media i Marketing Polska” dla marki Okocim

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

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
<b>WSKAŹNIKI PROFILOWE</b>				
<b>Profil organizacyjny</b>				
	102-1	Nazwa organizacji		Carlsberg Polska
	102-2	Działania, marki, produkty i usługi		Strony 60-61. Więcej informacji na temat marek Carlsberg znajduje się na stronie <a href="https://carlsbergpolska.pl/nasze-piwa/">https://carlsbergpolska.pl/nasze-piwa/</a>
	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"> <li>• Carlsberg Polska Sp. z o.o.</li> <li>• Carlsberg Supply Company Polska SA</li> </ul>
	102-6	Rynki obsługiwane przez organizację		Zdecydowana większość piw Carlsberg Polska kierowana jest na rynek Polski. Produkty Carlsberg Polska są dostępne w Australii, USA, Kanadzie, Belgii, Francji, Holandii, Szwecji i Rosji.
	102-7	Skala organizacji		Strony 60 - 63
	102-8	Informacje o osobach zatrudnionych i innych pracownikach		Strony 35-43
	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 3-7

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
	102-12	Zewnętrzne inicjatywy		Strony 60, 65
	102-13	Członkostwo w stowarzyszeniach		Strona 60, 65
<b>Strategia</b>				
	102-14	Oświadczenie ze strony najważniejszych rangą decydentów w organizacji		Strony 3 i 4 oraz 51 i 52
	102-16	Wartości, zasady, standardy i normy zachowania		Strony 5-7
<b>Etyka i uczciwość</b>				
	102-17	Mechanizmy w zakresie naruszeń zasad etycznych i prawa		Strony 51-53
<b>Ład organizacyjny</b>				
	102-18	Struktura organu zarządzającego organizacją		Zarząd - Carlsberg Polska Sp. z o.o.*: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomasz Bławat, prezes Zarządu</li> <li>• Jolanta Gieniec-Biegańska, wiceprezes zarządu ds. finansowych</li> <li>• Wojciech Żabiński, wiceprezes zarządu ds. marketingu</li> <li>• Mieszko Musiał, wiceprezes zarządu ds. sprzedaży</li> </ul> * Skład zarządu za 2018 r. Od stycznia 2019 r. rolę prezesa Zarządu pełni Paul Davies  Zarząd Carlsberg Supply Company Polska SA: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tomasz Malec, prezes zarządu</li> <li>• Marek Krzysztoporski, wiceprezes zarządu</li> </ul>
	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 7 oraz 47 i 48
	102-26	Rola najwyższego organu zarządzającego w wyznaczaniu celów, wartości i strategii		Zarząd bierze bezpośredni udział w wyznaczaniu i wdrażaniu Strategii SAIL 22' oraz Together Towards ZERO.
	102-31	Przegląd kwestii ekonomicznych, środowiskowych i społecznych w organizacji		w każdym rozdziale odnośnie realizacji naszych ambicji TTZ

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
<b>Zaangażowanie interesariuszy</b>	102-32	Rola najwyższego organu zarządzającego w raportowaniu zrównoważonego rozwoju		Prezes Zarządu jest odpowiedzialny za formalną ewaluację i zatwierdzanie raportu zrównoważonego rozwoju
	102-40	Lista grup interesariuszy		Strona 47
	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 48 opisaliśmy metody ich angażowania
	102-43	Podejście organizacji do angażowania interesariuszy		Strony 47-48
	102-44	Kluczowe zagadnienia poruszone przez interesariuszy		Strona 48
<b>Sposób przygotowania raportu</b>	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		Strona 48
	102-47	Lista istotnych aspektów		Strona 48
	102-48	Ponowne przedstawienie informacji		W okresie raportowania nie zaszły znaczące zmiany w zakresie przedstawianych informacji.
	102-49	Zmiany w sposobie przygotowania raportu		Po raz drugi zastosowano Wytyczne GRI Standards, poziom core. Nie zaszły znaczące zmiany w sposobie przygotowywania raportu.
	102-50	Okres objęty raportowaniem		01.01.2018 – 31.12.2018
	102-51	Data poprzedniego raportu		16 lipca 2017
	102-52	Cykl raportowania		Roczny
	102-53	Osoba kontaktowa w zakresie pytań dotyczących raportu i jego treści		Jagoda Jastrzębska
	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 66-73
	102-56	Weryfikacja zewnętrzna		Raport nie został poddany weryfikacji zewnętrznej.
<b>Podejście do zarządzania</b>				
	103-1	Uzasadnienie istotności aspektu i jego zakresu		8 – CO <sub>2</sub> i energia 16 – woda 21 – odpowiedzialna konsumpcja alkoholu 28 - BHP
	103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy		8 – CO <sub>2</sub> i energia 16 – woda 21 – odpowiedzialna konsumpcja alkoholu 28 - BHP
	103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania		8 – CO <sub>2</sub> i energia 16 – woda 21 – odpowiedzialna konsumpcja alkoholu 28 - BHP
<b>KATEGORIA EKONOMICZNA</b>				
<b>Wyniki ekonomiczne</b>				
	201-1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona		Strona 63
	201-2	Implikacje finansowe i inne ryzyka oraz szanse dla działań organizacji wynikające ze zmian klimatycznych		Strony 5-6 oraz 8-15
<b>Pośredni wpływ ekonomiczny</b>				
	203-1	Rozwój oraz wpływ inwestycji na infrastrukturę i usługi		Strona 63
<b>Przeciwdziałanie korupcji</b>				
	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

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
	205-2	Komunikacja i szkolenia poświęcone politykom i procedurom antykorupcyjnym		Strony 51-53 o polityce i procedurach antykorupcyjnych poinformowano: <ul style="list-style-type: none"> <li>• 100% członków organów zarządzających we wszystkich lokalizacjach</li> <li>• 100% partnerów biznesowych (w ramach procesu zawierania umowy).</li> <li>• 100% członków organów zarządzających, którzy przeszli szkolenia w zakresie przeciwdziałania korupcji.</li> <li>• działy: Sprzedaży, Komunikacji, Marketingu, Finansów i Prawny w całości (w formie-learningu) oraz kierownicy poszczególnych działów</li> </ul>
	205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania		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
<b>KATEGORIA ŚRODOWISKOWA</b>				
<b>Opakowania</b>				
	301-2	Procent wykorzystywanych materiałów, które stanowią przetworzone materiały początkowe		Strony 14-15
	301-3	Procent odzyskanych materiałów ze sprzedawanych produktów i ich opakowań, według kategorii materiału		Strony 14-15
<b>Energia</b>				
	302-1	Zużycie energii wewnątrz organizacji		Strony 9-12
	302-3	Intensywność zużycia energii		Strony 9-12
	302-4	Zmniejszenie zużycia energii		Strony 9-12
	302-5	Zmniejszenie wymagań energetycznych produktów i usług		Strony 9-12
<b>Woda</b>				
	303-1	Całkowity pobór wody według źródła		Strony 17-20
	303-2	Źródła wody, gdzie pobór stanowi dużą ingerencję w zasoby wodne		Pobór wody odbywa się zgodnie z otrzymanymi pozwoleniami

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
<b>Bioróżnorodność</b>				
	304-1	Zakłady będące własnością, wynajmowane, zarządzane lub sąsiadujące z obszarami chronionymi bądź obszarami o dużej wartości pod względem bioróżnorodności znajdującymi się poza obszarami chronionymi		W pobliżu zakładów nie znajdują się obszary chronione
	304-3	Siedliska chronione lub zrewitalizowane		W pobliżu zakładów nie znajdują się siedliska chronione
<b>Emisje</b>				
	305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych		Strony 9-12
	305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych		Strony 9-12
	305-5	Redukcja emisji gazów cieplarnianych		Strony 9-12
<b>Ścieki i odpady</b>				
	306-3	Łączna liczba i objętość istotnych wycieków		W 2018 r. nie odnotowano istotnych wycieków
	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
<b>Zgodność z przepisami środowiskowymi</b>				
	307-1	Przypadki nieprzestrzegania prawa i regulacji dotyczących ochrony środowiska		Nie odnotowano takich przypadków
<b>KATEGORIA SPOŁECZNA</b>				
<b>Zatrudnienie</b>				
	401-1	Całkowita liczba i wskaźniki zatrudnienia nowych pracowników oraz rotacji pracowników w podziale na grupy wiekowe, płeć i region		Strony 35-43
	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
	401-3	wskaźniki powrotu do pracy i utrzymania zatrudnienia po urlopie macierzyńskim/tacierzyńskim w podziale na płeć		Strona 42
	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.

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
<b>Bezpieczeństwo i higiena pracy</b>				
	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.  W obszarze Supply Chain (czyli Produkcja i Logistyka) ok. 18% pracowników bierze czynny udział w programie obserwacji zdarzeń potencjalnie wypadkowych.
	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		Strony 29-33
	403-4	Kwestie bezpieczeństwa i higieny pracy uwzględnione w formalnych porozumieniach zawartych ze związkami zawodowymi		Regulamin pracy określa wzajemne relacje dotyczące bezpieczeństwa
<b>Szkolenia i edukacja</b>				
	404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika w podziale na płeć oraz na kategorię pracowników		Strony 35-43
	404-2	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają zarządzanie końcem kariery zawodowej		Strony 35-43
	404-3	Procent pracowników otrzymujących regularne oceny swoich wyników oraz informacje rozwoju zawodowego, w podziale na płeć oraz kategorię pracowników.		Strony 35-43
	405-1	Różnorodność w najwyższym organie zarządzającym i w kadrze pracowniczej		Strony 35-43
<b>Spółeczności lokalne</b>				
	413-1	Zakłady z wdrożonymi programami zaangażowania lokalnej społeczności, ocenami wpływu i programami rozwoju		Strony 54-58
	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
<b>Zdrowie i bezpieczeństwo klienta</b>				
	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 2018 r. nie miały miejsca takie przypadki



WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
<b>Marketing i znakowanie produktów</b>				
	417-1	Obowiązki informowania i znakowania produktów i usług		Strony 22-27
	417-2	Przypadki niezgodności z regulacjami dotyczące informacji i znakowania produktów i usług		W 2018r. 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 2018r. nie miały miejsca takie przypadki
	419-1	Kwota istotnych kar oraz całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami		W 2018r. nie miały miejsca takie przypadki

## OSOBA KONTAKTOWA W SPRAWIE RAPORTU

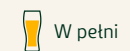
### Jagoda Jastrzębska

Kierownik ds. rozwoju odpowiedzialnego biznesu

Carlsberg Polska

tel. 601 89 98 05

e-mail: jagoda.jastrzebska@carlsberg.pl



W pełni



Częściowo



**Carlsberg Polska**  
ul. Krakowiaków 34  
02-255 Warszawa

[www.carlsbergpolska.pl](http://www.carlsbergpolska.pl)