

RELACJE ZE
SPOŁECZEŃSTWEM



MIEJSCE
PRACY



RAPORT
ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU

 **TWORZYMYS
WIĘZI, KTÓRE
MAJĄ ZNACZENIE**

2023



KLIMAT
I ŚRODOWISKO



Przykłady działań zgodnie z naszym celem:

1 
s. 27

2 
s. 29

3 
s. 33

4 
s. 37

5 
s. 40

6 
s. 40

7 
s. 51

8 
s. 53

O raporcie s.58
Indeks treści GRI s.67

Spis Treści


2 • Słowo od Prezesa
3 • O Firmie

- 4. Kim jesteśmy
- 6. Władze firmy
- 7. Czym się kierujemy
- 9. Nasza strategia
- 11. Nasze polityki
- 12. Zarządzanie ryzykiem
- 12. Etyka
- 15. Zarządzanie zrównoważonym rozwojem
- 18. Co oferujemy konsumentom
- 18. Wyróżnienia i nagrody
- 19. Zarządzanie jakością i bezpieczeństwem produktów
- 20. Jak współpracujemy z dostawcami


22 • Miejsce pracy

- 23. Zatrudnienie
- 24. BHP
- 29. Dbamy o dobrostan pracowników
- 30. Rozwój pracowników
- 32. Gwarantujemy równość i wspieramy różnorodność


35 • Klimat i środowisko

- 39. Emisje gazów cieplarnianych
- 41. Energia
- 43. Woda
- 44. Materiały i surowce
- 45. Opakowania
- 46. Zarządzanie odpadami


48 • Relacje ze społeczeństwem

- 49. Etyczne produkty, marketing i sprzedaż
- 57. Partnerstwa i relacje z interesariuszami

GRI: 2-22

Słowo od Prezesa

Grupa Asahi realizuje strategię klimatyczną Asahi Carbon Zero, której celem jest osiągnięcie neutralności węglowej do 2040 r. Jak ocenia Pan rok 2023 w ujęciu realizacji celów strategii Grupy?

Był to intensywny, ale dobry rok dla Kompani Piwowarskiej. Realizacja celów „Lepsza Przyszłość 2030” wyznacza wszystkim zespołom w naszej firmie kierunek działań. W każdym z czterech obszarów – Portfolio, Planeta, Ludzie i Profit – intensywnie pracujemy, by osiągnąć założone cele do 2030 roku. Przyglądamy się bacznie naszemu wpływowi na środowisko i od lat realizujemy konkretne działania, by zredukować negatywny wpływ. Liczymy emisje gazów cieplarnianych i intensyfikujemy działania, by je zmniejszać, ponieważ jest to obowiązek każdej firmy, która prowadzi działalność biznesową. W 2023 r. rozpoczęliśmy montaż pomp ciepła w browarach w Tychach i w Poznaniu, aby odzyskać ciepło powstające w procesie warzenia piwa, co stanowi kolejny element działań KP na rzecz ochrony środowiska po zawarciu w 2019 r. umowy na bezemisyjną energię elektryczną z OZE. Koncentrujemy się teraz na obniżaniu emisji związanych z wykorzystaniem energii cieplnej w naszych zakładach.

Jednocześnie intensywnie pracowaliśmy m.in. nad redukcją zużycia energii w browarach i magazynach, zwiększeniem udziału energii odnawialnej, rozszerzeniem gamy opakowań przyjaznych środowisku, optymalizacją dystrybucji i chłodzenia produktów. Udowadniamy, że walka z przyczynami i skutkami zmian klimatu nie wyklucza rozwoju produkcji przemysłowej. Zauważamy jednak, że im dalej jesteśmy zaawansowani w tym procesie, tym trudniej o skokowe zmiany, jak ta z 2019 r., kiedy to dzięki 10-letniemu kontraktowi zyskaliśmy energię elektryczną z OZE, a firma RWE zbudowała elektrownię wiatrową w Nowym Stawie o mocy 12 MW.

Z uwagi na fakt, że KP jest producentem działającym na dużą skalę, wszystko, co robimy, ma wpływ na nasze otoczenie. W listopadzie 2023 r. zakończyliśmy projekt przejścia na folię termokurczliwą wyprodukowaną w 100% z materiału wtórnego na wielopakach naszych produktów. W efekcie tego przedsięwzięcia zredukujemy emisję CO₂ o blisko 20% w stosunku do używanego wcześniej materiału.

Troska o środowisko, to nie tylko efektywne pozyskiwanie i zużywanie energii, ale także zużywanie wody, gospodarowanie materiałami, surowcami i odpadami. Jakie działania podjęła Kompania Piwowarska w tym zakresie w 2023 roku?

Jak wiemy, kluczowym zasobem dla naszej produkcji jest woda i dlatego odpowiedzialnie ją wykorzystujemy. W minionym roku przeprowadziliśmy

szczegółowe badania ryzyka niedoboru wody. Wyniki wykazały, że w Poznaniu istnieje ryzyko niedoboru wody w najbliższych dekadach związane z występowaniem suszy w Wielkopolsce. Podjęliśmy działania w celu uzyskania pogłębionej analizy geologicznej przyszłych zasobów w tym regionie. Na podstawie wyników tych analiz podejmiemy odpowiednie działania. Cieszę się, że dzięki konsekwentnej polityce należymy do światowych liderów branży piwowarskiej pod względem efektywności wykorzystania wody, stale poprawiając wyniki. Podczas gdy typowy nowoczesny browar zużywa 3-6 l wody na litr piwa, nam wystarczy 2,76 l.

Dążymy do zapobiegania powstawaniu odpadów poprzez optymalizację procesów produkcyjnych i logistycznych oraz ponowne wykorzystanie materiałów. Co warto podkreślić, w roku 2023 niemal wszystkie odpady i produkty uboczne z naszych browarów poddaliśmy odzyskowi.

Dumni jesteśmy również z projektów wspierających ochronę zagrożonych gatunków i projektów ekologicznych, które prowadzimy przez nasz Fundusz Żubra w Biebrzańskim Parku Narodowym i w Puszczy Karpackiej.

Gdyby miał Pan określić najważniejszą inwestycję środowiskową w 2023 r., to na którą by Pan wskazał?

Niewątpliwie najważniejszym projektem w 2023 r. była instalacja pompy ciepła w browarze w Tychach, co zmniejszyło zużycie gazu ziemnego o 15%, redukując emisję o 15% w tym obszarze. W Lech Browary Wielkopolski pompy ciepła uruchomione zostały w styczniu 2024 r. i planujemy, że przyniosą one podobne korzyści. Całkowity koszt tych inwestycji w Tychach i Poznaniu wyniósł 25 mln zł, przekładając się na roczną redukcję emisji CO₂ o 15%.

Kompania Piwowarska to przede wszystkim ludzie. Które z rozwiązań wdrożonych w 2023 r. w tym obszarze Państwa strategii uznaje Pan za najważniejsze?

Zawsze obszarem priorytetowym jest dla nas bezpieczeństwo i higiena pracy. Nasz dział BHP przeprowadził ponad tysiąc kontroli i znalazł kolejne miejsca i sytuacje, w których wprowadziliśmy usprawnienia. Nasz stosunek do tego obszaru najlepiej wyraża nazwa programu: Zależy Mi! (I care). Jedną z jego zasad to: #Zależy Mi na tym, aby liczba moich wyjść do pracy była taka sama, co powrotów do domu. Oddaje ona trafnie poważny stosunek całego Zarządu do bezpieczeństwa naszych pracowników.

Zależy nam też na budowaniu dobrych relacji zarówno pomiędzy pracownikami, jak i pracodawcą a zatrudnionymi. Stąd w 2023 r. ponownie zorganizowaliśmy Dzień Różnorodności, który jest tylko reprezentacją całego spektrum działań równościowych, jakie wdrożyliśmy. W naszej firmie płace kobiet i mężczyzn na tych samych stanowiskach były i są równe.

Poza zmianami wynikającymi z Kodeksu Pracy, wdrożyliśmy dodatkowe rozwiązania wspierające pracowników w szczególnych momentach życia, m.in. wydłużyliśmy urlop ojcowski z dwóch do czterech tygodni, wprowadziliśmy dodatkowe dni urlopu okolicznościowego w przypadku śmierci bliskiej osoby, przyznaliśmy dodatkowy urlop w przypadku leczenia niepłodności, a także zwiększyliśmy wynagrodzenie za urlop z tytułu siły wyższej.

A w jaki sposób Kompania Piwowarska realizowała swoje cele w odniesieniu do otoczenia społecznego?

Wytwarzamy wyjątkowy produkt, jakim jest alkohol i doskonale zdajemy sobie sprawę z jego negatywnego wpływu społecznego i zdrowotnego, gdy jest on spożywany w nadmiarze lub nieodpowiedzialnie. W roku ubiegłym przypominaliśmy w kampaniach edukacyjnych, żeby pić z umiarem i nigdy nie spożywać alkoholu w ciąży. Adresatami tej drugiej kampanii byli mężczyźni, których namawialiśmy, aby na czas ciąży swoich partnerek także odstawili alkohol i w ten sposób wspierali ich całkowitą abstynencją. Kampanie miały milionowe zasięgi.

Wdrożyliśmy do naszej oferty kolejne trzy piwa bezalkoholowe – ten rodzaj piwa stanowiący świetne wsparcie odpowiedzialnych decyzji konsumentskich, stanowi już 7% naszej sprzedaży. Jesteśmy liderem tego segmentu piwa w Polsce – nasz udział rynkowy to ponad 34%. Nie zwalniamy tempa – w 2023 roku jeszcze bardziej poszerzyliśmy swoją ofertę piw bez alkoholu. Promując i sprzedając nasze produkty, kierujemy się najwyższymi standardami etycznymi i najlepszymi rynkowymi praktykami. Cieszymy się, że nasze starania dostrzega rynek. W 2023 r. po raz kolejny zostaliśmy nagrodzeni tytułem „Super Etyczna Firma” w konkursie organizowanym przez dziennik „Puls Biznesu”.

Nasi pracownicy mocno angażowali się również w działania wolontaryjne na rzecz środowiska naturalnego oraz społeczności, w których funkcjonujemy. Aż 43% zatrudnionych w naszej firmie włączyło się w prace na rzecz innych i środowiska. Jak co roku nie tylko przygotowaliśmy „Szlachetne Paczki”, ale także malowaliśmy i sprzątaliśmy na rzecz podopiecznych różnych instytucji w wielu miejscach w Polsce.

Choć trudny biznesowo, to był dobry rok, w którym postawiliśmy krok naprzód w stronę lepszej przyszłości dla naszych dzieci, ludzi wokół nas, środowiska naturalnego, no i nas samych.

Igor Tikhonov

**Prezes Zarządu
Kompanii Piwowarskiej**





O FIRMIE

We wszystkich obszarach naszej działalności dążymy do wywierania pozytywnego wpływu na otoczenie społeczne i środowisko naturalne.

Kim jesteśmy

Rok 2023 w liczbach

1. miejsce

na polskim rynku piwa
z 33,6% udziału w wolumenie
sprzedaży (wg Nielsen, 2023),
32,9% (wg GUS, 2023)

1. miejsce

na polskim rynku piwa
bezalkoholowego z 34,3%
udziału w wolumenie sprzedaży
piw bezalkoholowych
(wg Nielsen, 2023)

2,76 l

wody zużywane do uwarzenia
jednego litra piwa

100%

udziału energii ze źródeł odnawialnych
w całości energii elektrycznej zużytej
przez nasze browary

2610

pracowników (stan na 31.12.2023)

100%

opakowań foliowych z folii
pochodzącej z recyklingu

111 359

dostawców i partnerów biznesowych

11 mln zasięgu i 3 mln

zaangażowania w mediach
społecznościowych kampanii
edukacyjnej „Pij z umiarem”

Ponad 642 tys. hl

piwa wyeksportowanych do 11 krajów
(Niemcy, Rumunia, Wielka Brytania,
Holandia, Kanada, USA, Słowacja,
Irlandia, Finlandia, Islandia, Austria)

GRI: 2-22

Jesteśmy czołowym producentem piwa na polskim rynku z bogatym portfolio produktów alkoholowych i bezalkoholowych.

Łączymy nowoczesne trendy z tradycją – nasze piwo warzymy w Poznaniu, Tychach i Białymstoku, czyli trzech browarach o imponującej historii.

- Tyskie Browary Książęce (rok założenia: 1629) centrum dystrybucji
- Browar Dojlidy (rok założenia: 1768) centrum dystrybucji
- Lech Browary Wielkopolski (rok założenia: 1895) siedziba główna, centrum dystrybucji

Jesteśmy jednym z liderów zrównoważonego rozwoju w Polsce.

Do 2030 r. planujemy zrealizować ambitne cele, które wyznaczyliśmy w naszej strategii „Lepsza Przyszłość 2030”.

Są one odzwierciedleniem odpowiedzialności, jaka spoczywa na nas w związku z wpływem naszej działalności na środowisko, społeczeństwo i gospodarkę Polski.

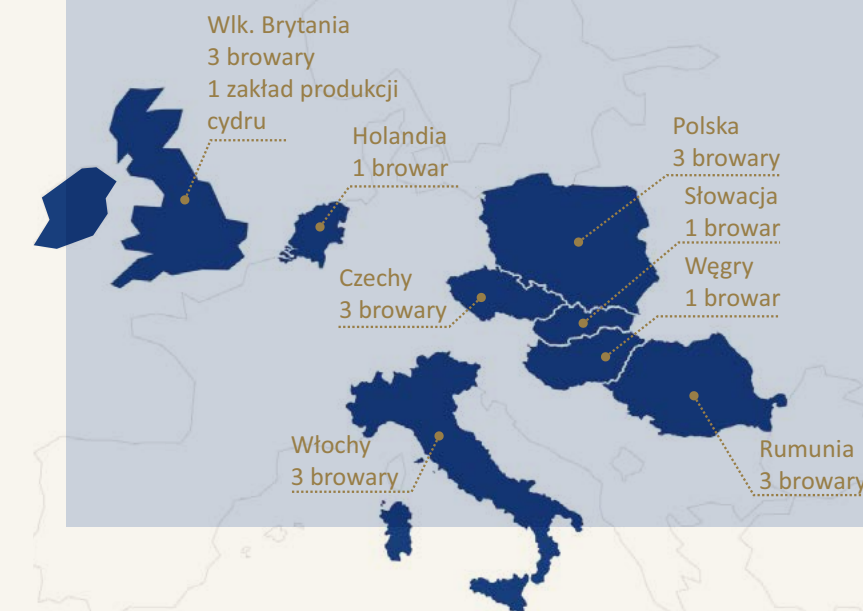


Asahi

Kompania Piwowarska jest spółką akcyjną z siedzibą główną w Poznaniu i jest częścią Asahi Europe & International (AEI), które obejmuje 20 browarów w 9 krajach oraz działa na 90 rynkach eksportowych na całym świecie, zatrudniając ponad 10 tys. pracowników.

AEI jest częścią Asahi Group Holdings (AGH), globalnego producenta alkoholu, napojów i żywności z ponad 135-letnią historią. W 2023 r. Grupa Asahi składała się ze 199 spółek zależnych i 68 zakładów produkcyjnych na całym świecie. Grupa AGH zatrudnia łącznie ponad 28 tys. pracowników. W styczniu 2024 roku do Grupy dołączył Browar Octopi. Tym samym Grupa rozszerza swoją działalność na rynku amerykańskim.

Asahi Europe & International



Władze firmy

GRI: 2-9, 2-10, 2-11, 2-15, 2-19

Prezes Zarządu Kompanii Piwowarskiej jest powoływany przez Radę Nadzorczą. Na wniosek Prezesa powoływani są pozostali członkowie i członkinie Zarządu, którego kadencja nie jest określona regulaminem. Kluczowym kryterium wyboru przedstawicieli organów zarządczych jest doświadczenie zawodowe, które ma zagwarantować odpowiednie funkcjonowanie firmy w najważniejszych obszarach działalności. Prezes nie pełni dodatkowych funkcji kierowniczych w organizacji. W skład organów zarządczych nie wchodzi przedstawiciele interesariuszy.

Wynagrodzenia stałe Zarządu są kształtowane przez AEI jako spółkę właścicielską. Kluczowe decyzje w tym zakresie zatwierdzane są przez Asahi Group Holdings. Ustalając wynagrodzenia i siatkę płac naszych pracowników, kierujemy się standardami i wytycznymi grupy oraz najlepszymi praktykami panującymi w naszej branży na polskim rynku.

Igor Tikhonov

Prezes Zarządu

Początek sprawowania funkcji 2018 r.



31 grudnia 2023 r. Zarząd Kompanii Piwowarskiej tworzyli:

Guy Van Geel

Wiceprezes ds. technicznych

Początek sprawowania funkcji: 2021 r.



Wojciech Moliński

Wiceprezes ds. personalnych

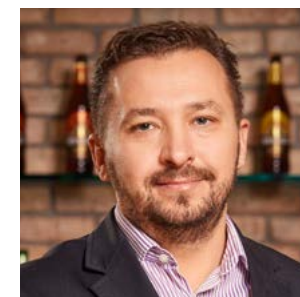
Początek sprawowania funkcji: 2008 r.



Krzysztof Bieliński

Wiceprezes ds. sprzedaży

Początek sprawowania funkcji: 2023 r.



Paweł Przekopiak

p.o. Wiceprezesa ds. Finansów

Początek sprawowania funkcji: 2023 r.



Małgorzata Lubelska

Wiceprezesa ds. Marketingu

Początek sprawowania funkcji: 2023 r.



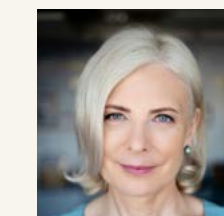
Akira Tsuiki

Członek Zarządu

Początek sprawowania funkcji: 2023 r.

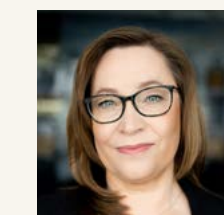
W okresie od stycznia do września 2023 r. stanowisko Wiceprezesa ds. finansów piastował Marcin Nikiel, którego obowiązki czasowo przejął Paweł Przekopiak.

Komitet zarządzający firmą tworzyli Prezes, członkowie Zarządu oraz dodatkowo dyrektorki dwóch funkcji:



Iwona Jacaszek-Prus

Dyrektorka ds. korporacyjnych
(początek sprawowania funkcji: 2017 r.)



Dorota Peter

Dyrektorka ds. łańcucha dostaw
(początek sprawowania funkcji: 2021 r.)

Zespół zarządzający firmą regularnie otrzymuje kompleksowe informacje o planowanych i realizowanych działaniach w obszarze zrównoważonego rozwoju, a projekty zakończone są szczegółowo analizowane.

Członkowie Rady Nadzorczej są wybierani na trzyletnią kadencję przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy. Na dzień 31 grudnia 2023 r. członkami Rady Nadzorczej byli: Andrew Bailey, James Smith, Paolo Lanzarotti.

Wszyscy pracownicy Kompanii Piwowarskiej, w tym członkowie najwyższych organów zarządzających, są zobowiązani do przestrzegania postanowień Polityki Przeciwdziałania wykorzystywaniu informacji poufnych AEI oraz Kodeksu Etyki, który jasno reguluje obowiązki w przypadku wystąpienia potencjalnego konfliktu interesów – w tym wypełniania i aktualizowania deklaracji konfliktu interesów oraz unikania sytuacji, w których taki konflikt występuje. Dotyczy to w szczególności bezpośredniej lub pośredniej współpracy z podmiotami, z którymi związani są członkowie rodziny pracownika lub członka organu zarządzającego.

Czym się kierujemy

GRI: 2-23



Naszym CELEM

jest tworzenie więzi, które mają znaczenie

– czyli takich relacji biznesowych, dzięki którym wraz z naszymi partnerami pracujemy na lepszą, zrównoważoną przyszłość.

Naszą MISJĄ

jest dotrzymywanie obietnicy doskonałego smaku i czynienie życia przyjemniejszym.

Naszą WIZJĄ

jest być twórcą wartości na poziomie lokalnym i globalnym, opierającym swój rozwój na markach o wysokiej wartości dodanej.



Nasze Wartości

Wyznawany przez nas system wartości znajduje odzwierciedlenie w codziennych decyzjach, wytycza normy i promuje określone zachowania, kształtuje komunikację wewnętrzną i zewnętrzną, stanowi też punkt odniesienia w procesach rekrutacyjnych. Odzwierciedla to, co cenimy w prowadzeniu biznesu oraz budowaniu relacji z interesariuszami.

Podejmowanie wyzwań i innowacyjność

– nieustanne przyglądanie się naszej pracy przez pryzmat tego, co możemy zrobić lepiej, umiejętność adaptowania się do zmiennych warunków i zdolność do tworzenia nowych rozwiązań.

Doskonała jakość – staranna selekcja surowców potrzebnych do warzenia piwa, jego odpowiednie serwowanie oraz kultywowanie najlepszych tradycji piwowarskich w naszych browarach o kilkusetletniej historii.

Wzajemne inspirowanie się – czerpanie ze spotkań z innymi, wymiana doświadczeń, słuchanie i uważna obserwacja.

Nasze Zasady

Nie działamy w próżni. Nasze otoczenie tworzy wiele podmiotów, w tym ludzie, społeczności, organizacje, instytucje, urzędy i środowisko naturalne. Z naszymi interesariuszami łączy nas kompleksowa relacja – oddziałujemy na nich, a oni, w sposób mniej lub bardziej bezpośredni, również wpływają na nasze funkcjonowanie. Naszym celem jest takie prowadzenie działalności biznesowej, które nie tylko generuje korzyść finansową, ale również tworzy pozytywne wpływy społeczne.

Klienci – zapewnianie satysfakcji klientów dzięki produktom i obsłudze przewyższającej oczekiwania.

Pracownicy – pielęgnowanie kultury organizacyjnej, która wspiera rozwój pracowników i firmy.

Społeczeństwo – prowadzenie działalności w sposób zapewniający zrównoważony rozwój społeczeństwa.

Partnerzy – budowanie relacji zapewniających wzajemny rozwój.

Akcjonariusze – zwiększanie wartości akcji dzięki trwałemu wzrostowi zysków oraz stopie zwrotu z inwestycji.

Aby działać skutecznie w biznesie, niezbędne jest określenie konkretnego celu, który uwzględni potrzeby konsumentów oraz otoczenia.

Ograniczenie go jedynie do maksymalizacji zysku przedsiębiorstwa nie tylko nie wystarczy, ale także niesie ze sobą ryzyko dla jego wyników, zwłaszcza gdy nie uwzględnia się opinii coraz bardziej świadomych i zaangażowanych klientów oraz pracowników.

Skuteczne prowadzenie działalności gospodarczej opiera się na wiarygodności, która może być osiągnięta wyłącznie poprzez konsekwentne przestrzeganie zadeklarowanych norm i praktyk. Mamy świadomość, że naszym zadaniem jest nie tylko działanie zgodne z prawem i oczekiwaniami klientów, lecz także inicjowanie korzystnych zmian w środowisku naturalnym i społeczeństwie. Wiemy też, że aby wprowadzone zmiany miały większy i trwały wpływ, niezbędna jest współpraca z otoczeniem.

Zobacz, w jaki sposób tworzymy więzi, które mają znaczenie w naszej codziennej pracy:

-  1 Bezpieczeństwo w Kompanii Piwowskiej - #ZależyMi #ICare - s. 27
-  2 Dodatkowe dni urlopu w ważnych dla pracowników chwilach - s. 29
-  3 Dzień różnorodności - Kobięca strona browaru - s. 33
-  4 Działania Funduszu Żubra - s. 37
-  5 Technologia pasteryzacji tunelowej - s. 40
-  6 Pompa ciepła w browarze w Tychach - s. 40
-  7 Działania promujące umiarkowane spożycie alkoholu - s. 51
-  8 „Będę TATA! Nie piję razem z nią” - s. 53



Od 2022 r. w AEI, a tym samym w naszej firmie, mamy jasno określony cel nadrzędny:

Tworzymy więzi, które mają znaczenie.

W ramach realizacji celu wyznaczyliśmy sobie dwie ambicje, które mają kierunkować sposoby działania w ramach realizacji naszej strategii „Lepsza Przyszłość 2030” oraz zachowań firmowych.



 **TWORZYM
WIĘZI, KTÓRE
MAJĄ ZNACZENIE**

Ambicja 1.

Kierować się dobrem Planety we wszystkim, co robimy.



Ambicja 2.

Zapewnić ludziom i społeczeństwu pozytywne włączające doświadczenie.



PLANETA



LUDZIE

Nasza strategia

GRI: 2-23

Jako firma chcemy mieć udział w tworzeniu pozytywnych i wartościowych więzi międzyludzkich, a nasza działalność prowadzi do powstania wielu takich relacji. Utrzymujemy kontakty z niemal 109 tys. podmiotów z naszego łańcucha wartości, jesteśmy silnym pracodawcą w społecznościach wokół naszych browarów, mamy istotny wkład w gospodarkę – okazji do tworzenia więzi, które mają znaczenie, mamy bardzo dużo. Zależy nam, aby nasi pracownicy pamiętali o tym i – jeżeli to możliwe – podejmowali decyzje, na których skorzystają wszyscy: środowisko, społeczeństwo, nasi partnerzy oraz nasza firma.

Prowadzimy działalność z myślą o zapewnieniu przyszłym pokoleniom możliwości zaspokojenia ich potrzeb. Naszym drogowskazem jest ogłoszona w 2020 r. strategia „Lepsza Przyszłość 2030”, która obowiązuje wszystkie spółki Grupy Asahi w Europie. Połączyła ona cele biznesowe z celami w sferze zrównoważonego rozwoju, nadając im równe znaczenie.

Dokument przekłada filozofię naszej Grupy, wyrażoną między innymi w naszej Wizji Środowiskowej 2040, na konkretne zadania, które musimy wykonać w określonym czasie. Nasze działania związane z realizacją strategii mają na celu przyczynienie się do osiągnięcia globalnych Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ oraz stanowią wzór dla innych firm.

Definiując naszą strategię „Lepsza Przyszłość 2030”, skoncentrowaliśmy się na kwestiach, na które możemy wywrzeć największy wpływ, wykorzystując skalę naszej działalności, łańcuchy dostaw lub partnerstwa.

Dokument zawiera cele opracowane dla 4 podstawowych filarów:
Portfolio, Planeta, Ludzie i Profit.

Podjęliśmy działania, w odpowiedzi na zmieniający się rynek i potrzeby konsumentów poprzez rozwijanie poszczególnych kategorii produktów i wspieranie marek.

NASZE CELE:

- Premiumizacja naszych marek
- Wprowadzenie produktów będących odpowiedzią na trendy prozdrowotne i zmieniające się preferencje smakowe konsumentów
- Poszerzenie oferty napojów i piw bezalkoholowych

Podjęliśmy zobowiązania zmierzające do zmniejszenia naszego oddziaływania na środowisko.

NASZE CELE:

- Neutralność węglowa naszych browarów
- Osiągnięcie średniego poziomu zużycia wody w przeliczeniu na 1 litr piwa na poziomie 2,75 l
- Zdarność naszych opakowań do recyklingu i wykorzystanie surowców pochodzących z recyklingu
- Pozyskiwanie surowców do produkcji piwa w sposób zrównoważony

Lepsza Przyszłość 2030



Kształtujemy kulturę organizacyjną, która poprzez sprawiedliwe podejście do naszych pracowników i współpracowników przyczynia się do ich rozwoju.

NASZE CELE:

- Budowanie otwartej, włączającej i postępowej kultury organizacyjnej opartej na wzajemnym szacunku i równości
- Kształtowanie bezpiecznego miejsca pracy
- Osiągnięcie równowagi w liczbie kobiet i mężczyzn na wyższych stanowiskach kierowniczych

Odnosimy się do sposobów, dzięki którym zamierzamy poprawiać nasze wyniki.

NASZE CELE:

- Zwiększanie wartości największych marek i skali marek premium, wykorzystując nasze możliwości marketingowe oraz odpowiednio zarządzając kosztami i środkami finansowymi
- Generowanie punktów kontaktu z konsumentami dzięki platformom B2B
- Tworzenie ekosystemu dla aktywnej współpracy z naszymi partnerami, wykraczającej ponad zwyczajne transakcje i wykorzystującej możliwości cyfrowe, sztuczną inteligencję, zarządzanie danymi i zautomatyzowane zamawianie produktów i usług

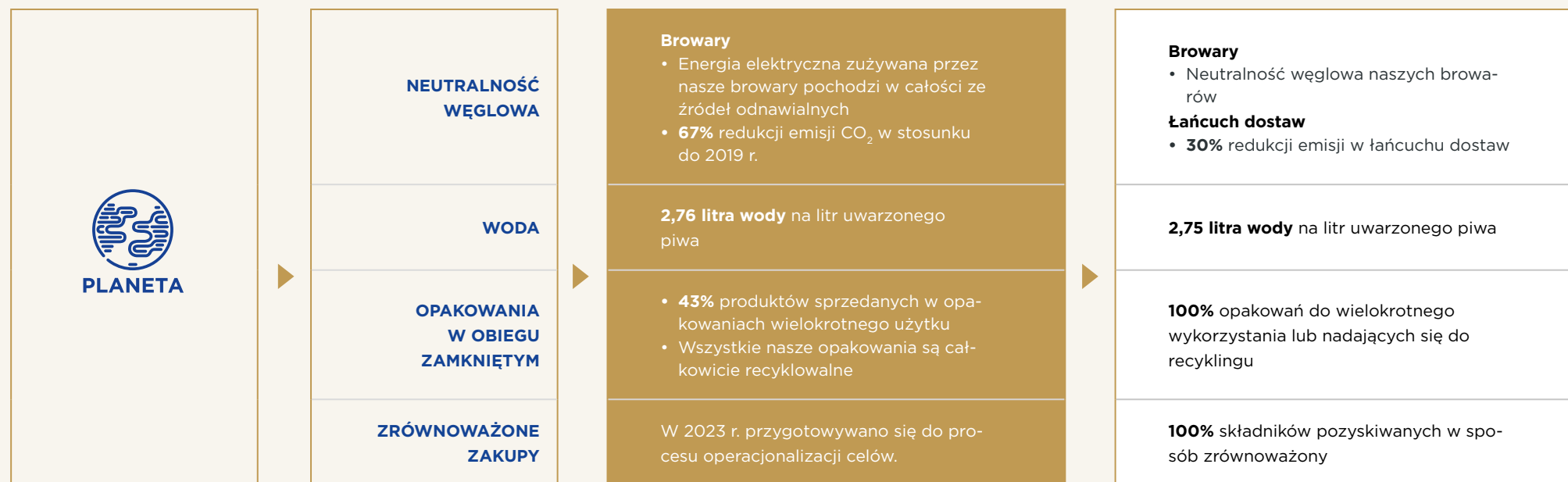
W budowaniu wartości Kompanii Piwowarskiej w sposób zrównoważony szczególną rolę odgrywają dwa obszary naszej strategii „Lepsza Przyszłość 2030”: **Planeta i Ludzie**.

W obszarze **Planeta**

staramy się osiągnąć neutralność pod względem emisji dwutlenku węgla z naszych browarów oraz współpracujemy z partnerami na rzecz zmniejszenia naszego śladu węglowego w całym łańcuchu dostaw o 30% do 2030 r. Choć jesteśmy pod tym względem jednym z europejskich liderów, cały czas minimalizujemy zużycie wody do produkcji piwa. Zamierzamy używać wyłącznie opakowań realizujących założenia gospodarki o obiegu zamkniętym, a także kupować do produkcji wyłącznie składniki zrównoważone środowiskowo.

W obszarze **Ludzie**

poszerzamy różnorodność naszych zespołów, w szczególności dążąc do równego udziału kobiet i mężczyzn wśród wyższej kadry kierowniczej. Wspieramy również odpowiedzialne podejmowanie decyzji związanych z konsumpcją piwa, m.in. zwiększając udział produktów bezalkoholowych w naszym portfolio.



2023

ZREALIZOWANE

2030

PRZYSZŁOŚĆ



Więcej o naszych celach w broszurze „Nasze Zobowiązania 2030”:
kp.pl/uploads/kp/our-responsibilities/Nasze-zobowiazania-2030-Kompania-Piwowarska.pdf



Nasze polityki

GRI: 2-23, 2-24

Prowadzimy działalność w sposób odpowiedzialny i zrównoważony, co pozwala nam tworzyć wartość zarówno dla akcjonariuszy, jak i dla społeczeństwa.

Każdy aspekt naszej działalności i relacji z otoczeniem reguluje szereg polityk i procedur, opartych między innymi o ambitne cele Asahi Europe & International, Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ i Kartę Różnorodności. Są one zatwierdzane przez Zarząd Kompanii Piwowskiej, przy czym część z nich to dostosowane do rynków regionalnych dokumenty obowiązujące w całej AEI.

Wszystkie regulacje wewnętrzne są umieszczane w specjalnym repozytorium, dostępnym za pośrednictwem firmowego intranetu. Wprowadzane w nich zmiany są przekazywane wszystkim pracownikom przez członka Zarządu lub zespół komunikacji wewnętrznej. Są one także tematem regularnie organizowanych szkoleń, z których część jest obowiązkowa dla wszystkich zatrudnionych, a niektóre skierowane są do wybranych grup.

Nasi partnerzy, podpisując z nami umowę o współpracy, zobowiązują się do przestrzegania zapisów Kodeksu Postępowania Dostawców.

Więcej o strategii podatkowej: Strategia Podatkowa KP_Informacja_o_realizowanej_strategii_podatkowej_za_rok_podatkowy_2022.pdf

Wybrane polityki, kodeksy i inne regulacje wewnętrzne dostępne są na stronie:
Polityki i kodeksy Materiały do pobrania
- Kompania Piwowska (kp.pl)



Realizowana przez nas polityka rozwoju, oparta o przyjęte cele, zasady i wartości związane ze zrównoważonym rozwojem, znajduje pełne odzwierciedlenie w naszej strategii podatkowej.

Wiemy, że rzetelne realizowanie obowiązków podatkowych jest wymogiem prawnym, ale także narzędziem wspierania rozwoju otoczenia biznesowego i społecznego oraz budowania pozytywnych relacji z administracją skarbową. Strategia została zatwierdzona przez Zarząd, a raporty z jej realizacji przygotowujemy się co roku. Nie podejmujemy decyzji, które mogą rodzić ryzyko podatkowe – nasze podejście cechuje ostrożność i zachowawczość.

Zarządzaniem strategicznym w obszarze podatkowym zajmuje się Zarząd, który podejmuje kluczowe decyzje w oparciu o rekomendacje wypracowane przez dział podatkowy. Wszyscy nasi pracownicy zobowiązani są do przestrzegania wytycznych, polityk oraz procedur stworzonych w oparciu o obowiązujące przepisy prawa. Pracownicy działu podatkowego podnoszą swoje kwalifikacje, regularnie uczestnicząc w szkoleniach, warsztatach i konferencjach. Zdajemy też sobie sprawę z szybkości postępu technologicznego oraz możliwości wsparcia w zakresie kwestii podatkowych ze strony odpowiednich systemów informatycznych.

Grupa Asahi, do której należymy, wypracowała Kodeks Postępowania Podatkowego (**Asahi Group's Tax Code of Conduct**), do przestrzegania którego zobowiązane są jej spółki.

Zarządzanie ryzykiem

W Kompanii Piwowarskiej stosujemy zintegrowane podejście do zarządzania ryzykiem, które umożliwia skuteczną identyfikację, ocenę oraz monitorowanie ryzyk na wszystkich poziomach działalności.

Nasze działania w tym zakresie opierają się na międzynarodowych standardach, takich jak ISO 31000 i COSO ERM. Takie rozwiązanie zapewnia wysoki poziom profesjonalizmu i skuteczności naszych praktyk. Grupa Asahi, której częścią jest Kompania Piwowarska, wprowadziła system zarządzania ryzykiem na poziomie przedsiębiorstwa. Oznacza to, że w Kompanii Piwowarskiej podejmujemy odpowiednie dla naszej działalności kroki, które stanowią ochronę przed ewentualnymi zagrożeniami. Inicjatywy te poddawane są ocenie Zarządu oraz niezależnym weryfikacjom nadzorowanym przez Komitet Audytowy, któremu raportowane są też szczegóły działań.

W celu skutecznego zarządzania ryzykiem:

- systematycznie identyfikujemy i oceniamy kluczowe zagrożenia związane ze strategią, operacjami, finansami oraz zgodnością;
- opracowujemy i wdrażamy plany reagowania, skutecznie zarządzając zagrożeniami;
- regularnie monitorujemy i raportujemy skuteczność działań w zakresie zarządzania ryzykiem;
- wdrożyliśmy zintegrowany system zarządzania ryzykiem (IRMS).

Ciągle doskonalony **Zintegrowany System Zarządzania Ryzykiem** (IRMS – Integrated Risk Management System) jest niezbędny, by zapewnić wysoką jakość i bezpieczeństwo piwa oraz zagwarantować bezpieczeństwo w miejscu pracy. IRMS pomaga nam także minimalizować negatywny wpływ na środowisko oraz efektywnie zarządzać energią.

IRMS składa się z sześciu Systemów Zarządzania:

- Jakością (ISO 9001:2015),
- Bezpieczeństwem Produktu (ISO 22000:2018 oraz FSSC 22000),
- Środowiskiem (ISO 14001:2015),
- Bezpieczeństwem i Higieną Pracy (ISO 45001:2018),
- Energią (ISO 50001:2018),
- Ryzykiem i Ciągłością Działania.

Zarządzanie ryzykiem operacyjnym realizowane jest na poziomie browarów, natomiast ryzykami strategicznymi zajmuje się wyższe kierownictwo firmy. Poprzez konsekwentne stosowanie wdrożonych praktyk i zasad, jesteśmy w stanie skutecznie zarządzać ryzykiem, co pozwala nam osiągać nasze cele biznesowe w dynamicznym i wymagającym środowisku rynkowym.

Procedury i zakres odpowiedzialności dotyczące zarządzania ryzykiem są zgodne z podręcznikiem zarządzania ryzykiem korporacyjnym w Grupie Asahi i zostały opisane w Instrukcji Zarządzania Ryzykiem w Kompanii Piwowarskiej. Nasz system kontroli wewnętrznej opiera się na japońskim modelu J-SOX oraz najlepszych praktykach w zakresie zarządzania ryzykiem biznesowym. Kontrola ma prowadzić do minimalizowania ryzyka operacyjnego, w tym ryzyka związanego ze sprawozdawczością finansową oraz zapewnić zgodność z przepisami prawa, co w naszej opinii jest kluczowe dla sukcesu i stabilności firmy. Za efektywność procesu kontrolnego, okresowo ocenianą przez Dział Audytu Wewnętrznego, odpowiada kadra zarządzająca przy wsparciu Działu Kontroli Wewnętrznej i Zarządzania Ryzykiem.

Etyka

GRI: 2-16, 2-23

Pragniemy budować firmę, która nie tylko postępuje zgodnie z prawem, ale jest również wzorem wyznaczania i stosowania wysokich standardów etycznych wewnątrz organizacji i w łańcuchu dostaw. Etyczność postępowania naszych pracowników podlega weryfikacji i stanowi część oceny rocznej.



Kluczowe wskaźniki efektywności Kompanii Piwowarskiej w 2023 r.

16

zgłoszeń do Komisji Etyki

0

procesów dotyczących zachowań antykonkurencyjnych

0

potwierdzonych przypadków korupcji

Wszyscy nasi pracownicy mają obowiązek postępowania zgodnie z zasadami zawartymi w **Kodeksie Etyki Kompanii Piwowarskiej**, niezależnie od formy zatrudnienia czy pełnionej w firmie funkcji. Jego fundamentem są wartości takie jak uczciwość, otwartość, odpowiedzialność i sprawiedliwość.

Przestrzeganie zapisów jest gwarancją właściwych zachowań w czterech istotnych dla nas aspektach:

- zgodność z przepisami i etyka biznesowa;
- ludzie i środowisko pracy;
- klienci, konsumenci i społeczności;
- zrównoważony rozwój.

Kompania Piwowarska zobowiązuje się do prowadzenia działalności w sposób odpowiedzialny i zgodny z wszelkimi obowiązującymi przepisami i regulacjami prawnymi, którym podlega prowadzenie działalności biznesowej.

Kodeks ma pomagać wszystkim pracownikom:

- zapobiegać występowaniu zachowań niezgodnych z prawem lub budzących wątpliwości;
- powstrzymać takie postępowanie niezwłocznie po tym, jak zostanie ujawnione;
- podejmować należyte działania w przypadku naruszenia przez pracowników naszych zasad lub polityk;
- wdrażać w politykach i procedurach zmiany zapobiegające ponownemu wystąpieniu naruszeń.

Dążymy do tego, by wszystkie osoby w organizacji znały stawiane im wymagania oraz wypełniały je podczas wykonywania swoich obowiązków i budowaniu relacji biznesowych. W związku z tym przeprowadzamy obowiązkowe szkolenia e-learningowe w czteroletnich cyklach oraz przypominamy o obowiązujących zasadach w stałej komunikacji kierowanej do pracowników.

Dodatkowo w Kompanii Piwowarskiej zasady etyczne i reguły postępowania definiują:

- Kodeks postępowania Asahi – komunikacja zaktualizowanego dokumentu miała miejsce we wrześniu 2023 r. Uproszczona forma, skrócona treść i sformułowanie konkretnych zasad mają ułatwić zrozumienie zasad pracownikom,
- Polityka przeciwdziałania przemocy, mobbingowi, dyskryminacji i molestowaniu w miejscu pracy,
- Polityka antykorupcyjna,
- Polityka sygnalizowania nieprawidłowości AEI,
- Zasady prowadzenia dochodzeń wewnętrznych,
- Kodeks postępowania dostawców,
- Polityka sygnalizowania nieprawidłowości,
- Polityka dotycząca informacji poufnych i czystego biurka,
- Polityka przeciwdziałania wykorzystaniu informacji poufnych.

W 2023 r. w Grupie Asahi po raz kolejny przeprowadzono międzynarodową ankietę mającą na celu ocenę zaangażowania, etyki oraz zgodności z Kodeksem Postępowania wśród pracowników Grupy.

W Polsce ankietę wypełniło łącznie 2143 osoby, czyli 85% pracowników Kompanii Piwowarskiej. Wyniki pokazały znaczną poprawę w poziomie zrozumienia Kodeksu Postępowania – z 81% do 89%. Największą zmianę osiągnęliśmy w obszarze zamiaru korzystania z linii telefonicznej do zgłaszania nieprawidłowości – 83% pracowników zadeklarowało, że – jeżeli zaistnieje taka sytuacja – zgłosi incydent tą drogą.

Gwarantem przestrzegania norm w Kompanii Piwowarskiej jest działająca od 2012 r. **Komisja Etyki**, do której pracownicy powinni zgłaszać wszelkie przypadki niepożądanych zachowań i postaw mogących prowadzić do naruszenia regulacji. W skład Komisji wchodzi członkowie najwyższej kadry zarządzającej Kompanii Piwowarskiej, a ich pracami kieruje Prezes Zarządu. Komisja jest informowana o wszystkich przypadkach potencjalnych nieprawidłowości oraz o wynikach postępowań wyjaśniających. Jednocześnie, w ramach raportowania półrocznego, **Komitet Audytu** firmy otrzymuje oświadczenie wyższego kierownictwa w zakresie zgłoszonych zdarzeń, takich jak przypadki złamania Kodeksu Postępowania Grupy Asahi, defraudacje, naruszenia środowiskowe, incydenty bezpieczeństwa skutkujące wysokimi grzywnami lub szkodami reputacyjnymi.

Kodeks Postępowania Grupy Asahi w pigułce

Asahi

Klienci



Zasada:

- Zapewnianie satysfakcji klientów dzięki produktom i obsłudze przewyższającym oczekiwania

Polityka firmy:

- Dążenie do satysfakcji klienta i konsumenta
- Przejrzystość i uczciwość w działaniu

Pracownicy



Zasada:

- Pielęgnowanie kultury organizacyjnej, która wspiera rozwój pracowników i firmy

Polityka firmy:

- Rozwój pracowników. Zapewnienie bezpiecznego i przyjaznego środowiska pracy

Społeczeństwo



Zasada:

- Prowadzenie działalności w sposób zapewniający zrównoważony rozwój społeczeństwa

Polityka firmy:

- Wkład w zrównoważone społeczeństwo
- Zapobieganie korupcji

Udziałowcy



Zasada:

- Zwiększenie wartości akcji dzięki trwałemu wzrostowi zysków oraz stopie zwrotu z inwestycji

Polityka firmy:

- Zwiększanie wartości firmy i ochrona jej majątku
- Terminowe, adekwatne i uczciwe przekazywanie informacji

Partnerzy handlowi



Zasada:

- Budowanie relacji wspierających wzajemny rozwój

Polityka firmy:

- Promowanie uczciwych i zdrowych relacji z partnerami handlowymi
- Promowanie wśród dostawców CSR
- Uczciwa konkurencja

Zgłaszanie naruszeń

GRI: 2-25, 2-26, 2-27

Mamy nadzieję, że wszystkie działania, które naruszają wyznaczone przez nas standardy, zostaną nam zasygnalizowane, abyśmy mogli podjąć odpowiednie kroki wyjaśniające i naprawcze.

To dlatego umożliwiamy interesariuszom – pracownikom i osobom niebędącym częścią naszej organizacji – anonimowe formy kontaktu z nami i zgłoszenie istniejącego lub potencjalnego problemu. Wszelkie informacje na temat tych kanałów są dostępne na naszej stronie internetowej oraz w intranecie.

W 2023 r. prowadziliśmy wśród pracowników kampanię informacyjną promującą istniejące kanały zgłaszania naruszeń etycznych i budującą zaufanie do tych rozwiązań. W ramach tych działań m.in. zaktualizowaliśmy dane w intranecie, w naszych lokalizacjach umieściliśmy naklejki informacyjne, drogą mailową przesyłaliśmy kluczowe komunikaty, uruchomiliśmy edukacyjne wygaszacze ekranu i zorganizowaliśmy spotkania z Zarządem.

Zgłoszenia analizuje Komisja Etyki i Zespół ds. nadużyć (jeśli informacja dotyczy podejrzenia dotyczącego nieuczciwego osiągnięcia korzyści majątkowych). Komisja Etyki otrzymuje statystyki dotyczące poszczególnych typów otrzymywanych od interesariuszy informacji. Na tej podstawie oceniana jest efektywność systemu sygnalizowania nieprawidłowości – liczba zgłoszeń od sygnalistów utrzymuje się stale na zbliżonym poziomie (w 2023 roku odnotowano 12 zgłoszeń od sygnalistów, podczas gdy w 2022 roku było ich 13).

W 2023 r. nie odnotowano przypadków niezgodności z prawem i regulacjami. Nie było także uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności i utraty danych klientów.

Jak zgłosić nieprawidłowość?

Infolinia

dla pracowników Grupy Asahi
0 0 800 4911988

Prowadzona przez niezależną firmę Navex

Formularz

kp.pl/csr/etyka

asahieuropeinternational.navexone.eu

Infolinia

dla pracowników Kompanii Piwowarskiej
dla osób z zewnątrz
801 133 133

e-mail

etyka@asahibeer.pl

poczta tradycyjna

Dyrektor ds. audytu wewnętrznego i kontroli
ryzyka

Oficer ds. etyki

Zapobieganie korupcji

Zgodnie z wytycznymi AEI jesteśmy zobowiązani do corocznej analizy ryzyka zachowań o charakterze fraudu. Wspomniane ryzyko każdorazowo brane jest pod uwagę także przy projektowaniu programów audytów wewnętrznych, które są w naszej firmie przeprowadzane regularnie. W Kompanii Piwowarskiej wszyscy pracownicy, również kontraktowi, objęci są regulacjami dotyczącymi **Polityki Antykorupcyjnej**.

Dokument jest przekazywany kadrze podczas wstępnych szkoleń, a z jego treścią można też zapoznać się w intranecie. Dział Prawny, przy wsparciu działu Kontroli Wewnętrznej, odpowiada za zgromadzenie oświadczeń o niewystępowaniu konfliktu interesów, które wypełniają pracownicy z wcześniej określonej listy stanowisk. Współpracujący z nami dostawcy zobligowani są do zapoznania się z treścią osobnego zbioru regulacji antykorupcyjnych oraz do zaakceptowania tych zasad.

Zgłoszeniami w sprawie możliwego złamania wewnętrznych regulacji antykorupcyjnych zajmuje się Zespół ds. Nadużyć. W jego skład wchodzi przedstawiciel Zarządu oraz dyrektorzy Działu Audytu i Działu Prawnego. Przypadki lub próby złamania zasad skutkują poważnymi konsekwencjami, w tym zakończeniem współpracy z dostawcą w sytuacji zaproponowania łapówki pracownikowi Kompanii Piwowarskiej. W 2023 r. nie stwierdzono żadnego przypadku korupcji. Nie zgłoszono także żadnej próby wręczenia korzyści.

Wręczenie upominków można uznać za formę nieetycznego wpływu na decyzje i relacje biznesowe, w związku z czym nasi pracownicy zachowują w tej sferze szczególną uważność i kierują się określonymi zasadami. Do ujawniania korzyści majątkowych służy profil pracownika w systemie zarządzania zasobami ludzkimi HOPS.

Korzyści oferowane pracownikom można podzielić na trzy kategorie:

- **Zwykle akceptowalne** – o wartości rynkowej do 200 zł łącznie z jednego źródła w roku kalendarzowym (pod warunkiem, że nie kwalifikują się do kategorii zawsze zakazanych).
- **Zawsze zakazane** – nielegalne, prowadzące do naruszenia prawa.
- **Zawsze zapytać** – korzyści, które nie kwalifikują się do powyższych kategorii. Ich przyjęcie wymaga pisemnej zgody przedstawiciela wyższej kadry zarządzającej (dyrektor lub wiceprezes właściwy dla danej funkcji).



Zarządzanie zrównoważonym rozwojem

GRI: 3-3 Zarządzanie zrównoważonym rozwojem 2-12, 2-13, 2-14, 2-17, 2-18, wskaźnik własny 2

Zrównoważony rozwój i kwestie z nim związane są priorytetem dla przedstawicieli najwyższych organów zarządczych Kompanii Piwowskiej. Stanowią one integralny element procesu średnioterminowego planowania biznesowego naszej firmy, który jest przeprowadzany corocznie z perspektywą trzech lat.

Zarząd spółki zapoznaje się z planami poszczególnych obszarów strategicznych działania firmy, w sytuacjach koniecznych wprowadzane są korekty, na podstawie procesu podejmowane są decyzje co do priorytetów, dotyczące zaangażowania operacyjnego oraz nakładów finansowych. Cały proces nadzoruje Prezes Zarządu, a decyzje podejmowane są wraz z pozostałymi członkami Zarządu. Następnie plany firmy dotyczące kwestii zrównoważonego rozwoju (np. ścieżka obniżania emisji, zużycia wody itd.) są prezentowane i akceptowane na szczeblu europejskim Grupy AEI.

W firmie funkcjonuje interdyscyplinarny Komitet ds. Zrównoważonego Rozwoju, któremu przewodniczy Komitet Zarządzający na czele z Prezesem Zarządu.

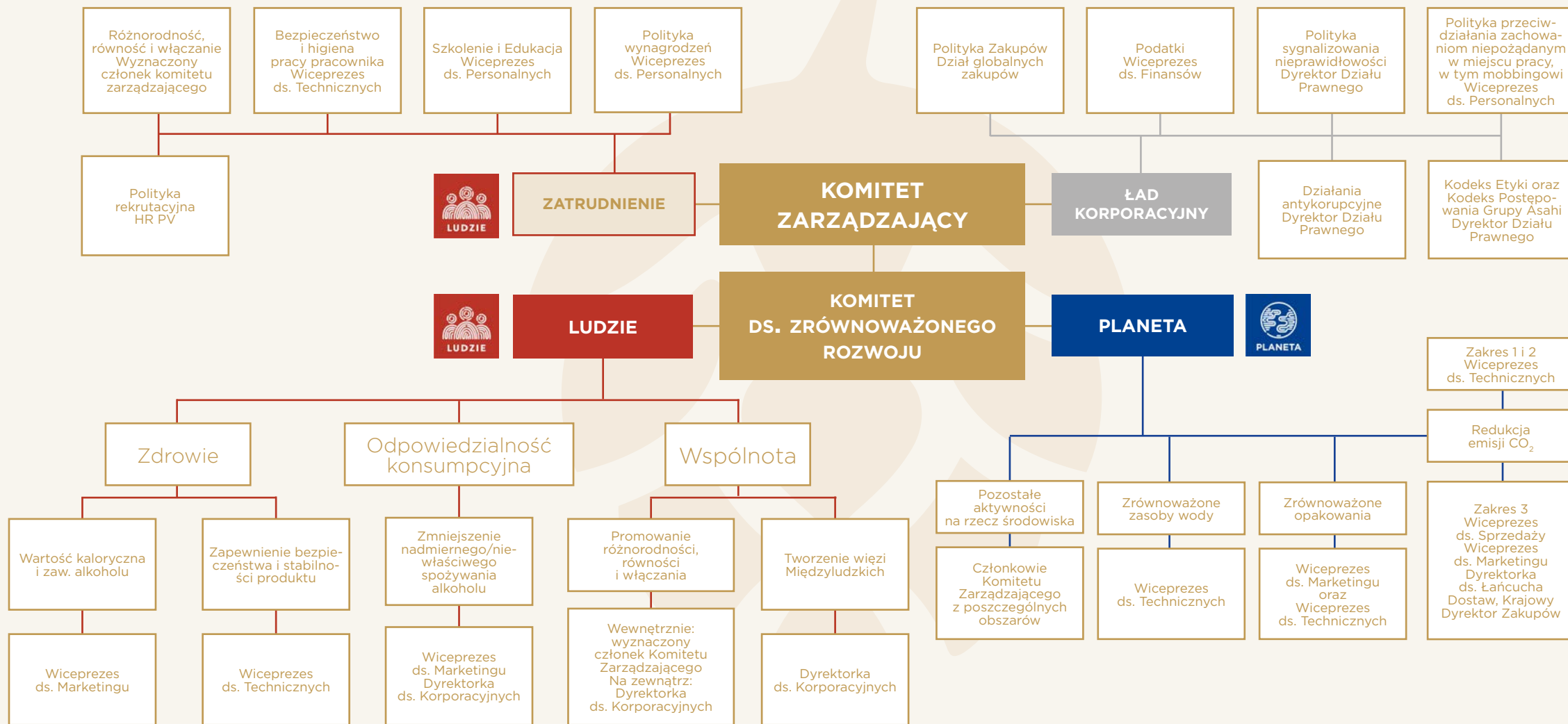
Skład Komitetu Zarządzającego tworzą członkowie Zarządu oraz dyrektorki dwóch funkcji (szczegółowo opisane w dziale O firmie). W skład Komitetu wchodzi wybrani członkowie Zarządu oraz menedżerowie funkcjni, którzy realizują działania ze sfery odpowiedzialności społecznej, środowiskowej i zarządczej.

Głównym celem Komitetu ds. Zrównoważonego Rozwoju jest wdrożenie naszej strategii Lepsza Przyszłość 2030, w szczególności zagadnień dotyczących dwóch z jej filarów – **PLANETA** oraz **LUDZIE**.

Do jego zadań należy monitorowanie realizacji celów i kluczowych projektów na podstawie tzw. karty celów, w której szczegółowo określono działania operacyjne firmy. Ewaluacja celów i projektów ma miejsce na każdym posiedzeniu Komitetu, odbywającym się raz na kwartał. Podczas tychże spotkań Komitet także wypracowuje rekomendacje oraz stanowi forum wymiany wiedzy. Za wdrożenie rekomendacji Komitetu odpowiedzialni są szefowie działów, których rekomendacja dotyczy. Wypracowana przez Komitet karta celów zawiera cele z zakresu zrów-

noważonego rozwoju, które w cyklu rocznym podlegają przeglądowi i akceptacji Zarządu. Są zawarte w obecnym raporcie. W 2023 r. Komitet spotykał się raz na kwartał. Zagadnieniami, którymi zajmował się Komitet w 2023 r. to m.in.: kwestie związane z redukcją emisji CO₂, opakowaniami, zasobami wodnymi, różnorodnością i włączeniem oraz działaniami na rzecz zmniejszenia nadmiernego spożycia alkoholu, tworzeniem więzi międzyludzkich, bezpieczeństwem i stabilnością produktu. Zagadnienia z zakresu ładu korporacyjnego oraz dotyczące zatrudnienia są odpowiedzialnością Komitetu Zarządzającego firmy.

Struktura organizacyjna i zakresy odpowiedzialności w obszarze zrównoważonego rozwoju w Kompanii Piwowskiej



Co oferujemy konsumentom

GRI: 2-6

To dla nas ważne, by odpowiadać na potrzeby konsumentów i trafiać w ich gusta. Dlatego stale poszerzamy wachlarz produktów.

nr 1

Żubr 14,7%*



Nasze marki są liderami rynku piwa – udział wolumenowy w sprzedaży to **33,6%** (wg Nielsen, 2023)

nr 2

Tyskie 9,8%*



nr 6

Lech 5,8%*



Nagrody dla marek Kompanii Piwowskiej:

- srebrny miecz za spot do kampanii CSR „Żubr ratuje życie zagrożonych gatunków” dla marki Żubr,
- nagroda Effie Poland w kategorii „Launch/Relaunch” dla marki Lech Free za pierwsze na rynku piwo bezalkoholowe o właściwościach nawadniających - Lech Free Active,
- wybór konsumentów BLIX Awards dla marki Lech,
- nagroda „Złota Innowacja” w kategorii „Odpowiedź na potrzeby” oraz wyróżnienie w kategorii „Smak” w konkursie Hurt i Detal dla marki Captain Jack za nowość - Blue Lagoon.

Pełną listę nagród i wyróżnień, które zdobyła Kompania Piwowska w 2023 r. prezentujemy w kolejnym rozdziale.

* (wg Nielsen, 2023)

Dbając o tradycję, w naszych browarach produkujemy piwa, które od wielu lat cieszą się popularnością wśród polskich konsumentów.

W 2023 r. w naszej ofercie pojawiły się następujące nowe piwa:

W naszym portfolio łączymy tradycję z innowacją. Czujnie przyglądamy się lokalnym i globalnym trendom oraz potrzebom rynku.

Na tej podstawie regularnie poszerzamy ofertę o nowe smaki, marki premium i piwa bezalkoholowe.

Lech Easy

Orzeźwiający, delikatny lager z mniejszą zawartością alkoholu i łagodniejszą goryczką. Największa innowacja lagerowa.



Lech Free Jeżyna i Wiśnia

Piwo bezalkoholowe w smaku będące połączeniem lagera ze słodszy smakiem jeżyny oraz lekko kwaskowatym smakiem wiśni.



Lech Free Citrus Sour

Piwo bezalkoholowe o orzeźwiającym, przyjemnie kwaśnym smaku cytrusów: limonki, pomarańczy, grejpfruta i cytryny.



Piwa bezalkoholowe

Lech Active Hydrate Guawa i Marakuja

Piwo bezalkoholowe o smaku guawy i marakui, które zwiększa wchłanianie wody podczas ćwiczeń fizycznych.



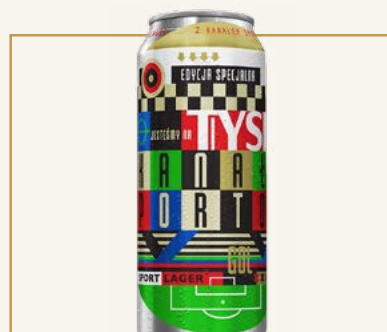
Lech Active Hydrate Liczi i Cytryna

Piwo bezalkoholowe o orzeźwiającym smaku liczi i cytryny, o działaniu nawadniającym.



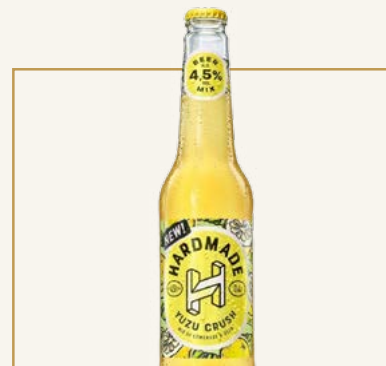
Kozel 0.0%

Piwo bezalkoholowe o orzeźwiającym smaku i półciemnej barwie, w którym nuty słodkiego karmelu równoważone są delikatną goryczką.



Tyskie Kanał Sportowy

Piwo powstało w ramach współpracy z jednym z najpopularniejszych kanałów na polskim YouTube - Kanałem Sportowym. Wyróżnia się kreatywnym opakowaniem.



Hardmade Yuzu Crush

Piwo o niepowtarzalnym smaku egzotycznego owocu cytrusowego.



Hardmade Raspberry Crush

Owocowa słodycz żywo przełamana nutą kwaskowości.



Captain Jack Blue Lagoon

Blue Lagoon jest nr 3 wśród największych innowacji w piwach smakowych. Tropikalne smaki pomarańczy, ananasa i grenadyny.



Captain Jack Santo Libre

Orzeźwiająca cytrynowo-limonkowa nuta.



Żubr Szlachetny Mocny

Piwo o bursztynowym kolorze, wyższej zawartości alkoholu (6,5% vs. 6,0% przy standardowym Żubrze) oraz wyraźnie wyczuwalnej goryczce.

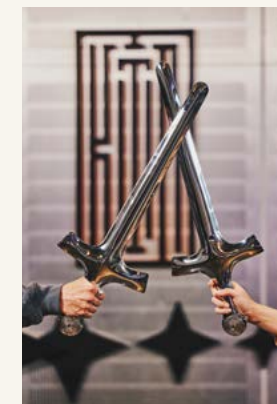
Wyróżnienia i nagrody

Skuteczność naszych działań na rzecz zrównoważonego rozwoju potwierdzają nagrody, które otrzymaliśmy w 2023 r.

W XVII edycji **Rankingu Odpowiedzialnych Firm**, organizowanego przez Kozminski Business Hub i Forum Odpowiedzialnego Biznesu, **zajęliśmy 10. miejsce w klasyfikacji generalnej**.



Kompania Piwowarska została wyróżniona tytułem „**Pracodawca Godny Zaufania**” w kategorii „**Zdrowie**” w XIII edycji konkursu o tym samym tytule. Kapituła konkursu doceniła realizację naszych programów pracowniczych ukierunkowanych na zdrowie i profilaktykę.



Marka Żubr otrzymała w konkursie Klubu Twórców Reklamy **KTR srebrny miecz za spot do kampanii CSR**.

W 2023 r. zostaliśmy uznani za najlepszego pracodawcę w branży spożywczej oraz **zajęliśmy drugie miejsce w branży FMCG w prestiżowym rankingu Randstad**.

Kompania Piwowarska została wyróżniona tytułem „**Odpowiedzialnego i Przyjaznego Pracodawcy**”.

To nagroda przyznawana firmom, które wykazały się szczególnym zaangażowaniem we wdrażaniu Pracowniczych Planów Kapitałowych (PPK) i uczyniły z nich element systemu benefitów pracowniczych, a zarazem osiągnęły wysoką partycypację w programie.



wprost
Kompania Piwowarska zajęła **drugie miejsce wśród 50. najlepszych pracodawców w Polsce w kategorii „Żywność”**. W czwartej edycji rankingu organizowanego przez tygodnik WPROST badaniem objęto ponad pół tysiąca największych firm działających w Polsce.

Nasze kampanie odpowiedzialnościowe były także **dwukrotnie nagrodzone statuetkami PR Wings 2023** (kampania „Alkohol i samochód – to się nie rymuje”).



Doceniono m.in. nasze zaangażowanie społeczne oraz wysokie standardy etyczne w relacjach z interesariuszami przyznając tytuł **Super Etycznej Firmy w 9. edycji konkursu Etyczna Firma**.

Kompania Piwowarska została wyróżniona tytułem **Eksporter roku 2023** – nagroda przyznana przez Związek Przedsiębiorców i Pracodawców.



Nasze dobre praktyki zostały wyróżnione **Srebrnym Listkiem CSR POLITYKI**.

Kompania Piwowarska 12. rok z rzędu, znalazła się w gronie liderów zrównoważonego rozwoju. Tytuł przyznawany przez Tygodnik Polityka trafił do nas po raz kolejny.



Zarządzanie jakością i bezpieczeństwem produktów

GRI: 3-3 Zdrowie i bezpieczeństwo klientów, 3-3 System zachowania jakości oraz reformulacja produktów (m.in. niska zawartość cukru)-3, 416-1, 416-2, wskaźnik własny 3

W Kompanii Piwowarskiej stawiamy sobie wysokie wymagania, aby bezpieczeństwo oferowanych przez nas produktów nie budziło żadnych wątpliwości, a konsumenci mieli pewność, że piwa, które im oferujemy, spełniają najwyższe standardy jakościowe.

W każdym etapie procesu produkcyjnego stosujemy określone wskaźniki, które umożliwiają nam ocenę stabilności i powtarzalności procesu oraz szybką reakcję na ewentualne odchylenia. Zgodnie z ustalonymi planami kontroli regularnie monitorujemy i badamy surowce, materiały opakowaniowe i pomocnicze, media, półprodukty i gotowe wyroby. Nadzór nad produkcją sprawują operatorzy, nasze laboratoria oraz laboratoria zewnętrzne.

Produkt końcowy oceniany jest na podstawie badań fizykochemicznych, mikrobiologicznych i organoleptycznych. Kontroli podlegają również przestrzenie magazynowe oraz piwa razem z opakowaniem wprowadzone już do sprzedaży.



Kluczowe wskaźniki efektywności Kompanii Piwowarskiej w 2023 r.

100%

produktów poddaliśmy analizie pod kątem ich jakości i bezpieczeństwa

0

Brak przypadków niezgodności związanych z wpływem produktów na zdrowie i bezpieczeństwo

Kluczowe dla naszej działalności było wdrożenie, a następnie utrzymywanie systemu jakości, zgodnego z normą ISO 9001 oraz dwóch systemów bezpieczeństwa zgodnych z normami ISO 22000 i FSSC 22000. Dzięki nim możemy minimalizować wpływ ryzyk na produkty, jednocześnie optymalizując koszty.

Ciągle staramy się odpowiadać na potrzeby rynku i klientów, dlatego realizujemy audyty wewnętrzne (na bazie listy standardów Grupy Asahi) oraz zewnętrznych, których efekty umożliwiają nam rozwijanie obowiązujących systemów.

Podstawą systemu audytowego jest siedem kluczowych ryzyk w obszarze jakości i bezpieczeństwa produktów, wspólnych dla całej Grupy. Są to: ciało obce, obca ciecz, mikrobiologia, nalew, zamknięcie, kodowanie na opakowaniu, alergeny.

Dokumenty, które gwarantują odpowiedzialne zarządzanie jakością i bezpieczeństwem:

- **Polityka Zintegrowanego Systemu Zarządzania Ryzykiem** – dokument wiążący, definiujący zobowiązania Kompanii Piwowarskiej w zakresie posiadanych systemów zarządzania.
- **Asahi Group Production Risk Management** – zbiór jakościowych standardów korporacyjnych, stanowiących podstawę dla corocznych audytów wewnętrznych.
- **Mapy procesów** – graficzne przedstawienie procesów przebiegających w organizacji wraz ze wskazaniem miejsca i roli elementów związanych z zarządzaniem jakością i bezpieczeństwem produktów.
- **Plan ochrony żywności** – zbiór stosowanych i planowanych środków kontrolnych mających na celu zapobieganie świadomemu lub przypadkowemu zanieczyszczeniu produktów.
- **Nadzór nad wyrobem niezgodnym i niezgodnościami** – procedura opisująca sposób zapewniania kontroli jakości oraz system uwalniania produktów do sprzedaży.
- **Księga Zintegrowanego Systemu Zarządzania Ryzykiem** – zbiór procedur i instrukcji wspierający systemy zarządzania ryzykiem.
- **Podręcznik bezpieczeństwa żywności** – zbiór dokumentów prezentujący sposób zarządzania bezpieczeństwem żywności.
- **Zarządzanie dokumentacją** – procedura określająca przepływ dokumentacji systemowej.
- **Identyfikacja i identyfikowalność** – procedura opisująca system śledzenia produktów – od stosowanych surowców, opakowań i półproduktów po wyrób gotowy.
- **Analizy zagrożeń** – sporządzone dla każdego obszaru na poziomie poszczególnych browarów.



Mniej kalorii w produktach

Poza zachowywaniem najwyższych standardów jakościowych naszego piwa stale pracujemy nad jego składem tak, aby z jednej strony odpowiadało ono zmieniającym się gustom miłośników piwa, a z drugiej nadążało za trendami społecznymi. W ostatnich latach dominującym trendem konsumenckim jest dążenie do życia w sposób zbalansowany. W przypadku piwa przejawia się to m.in. spadającym zainteresowaniem piwami mocnymi, rosnącym zainteresowaniem piwami bezalkoholowymi oraz o obniżonej zawartości cukru.

W 2024 r. wprowadziliśmy do naszej oferty piwo bezalkoholowe Lech Free Fit, którego podstawowym benefitem jest niska kaloryczność będąca skutkiem obniżonej zawartości cukru (**zaledwie 1,7 g/100 ml**).

Prace nad rozwojem tego produktu prowadziliśmy przez cały 2023 r., który poprzedził wprowadzenie go na rynek. Zmiany w zakresie obniżania zawartości cukru w naszych piwach są jednak głębsze. Zgodnie z globalną strategią Grupy Asahi przez ostatnie 2 lata zmienialiśmy formuły naszych piw w celu obniżenia zawartości cukru poniżej 5 gramów na 100 mililitrów. Obecnie zaledwie dwie spośród wszystkich marek piwa jakie warzymy nie spełnia tego wymogu. Wszystkie piwne nowości tworzymy już w taki sposób, aby zawartość cukru nie przekraczała 4,8 gramów na 100 mililitrów.

Wartość kaloryczna i skład naszego piwa nie są żadną tajemnicą. Umieszczamy te informacje na wszystkich rodzajach piwa, bez względu na obowiązek prawny, którym objęte są wyłącznie piwa bezalkoholowe. Informację o składzie i wartości kalorycznej można znaleźć na butelkach, puszkach, tackach i kartonach. Dodatkowo na stronie www.abccalkoholu.pl umieszczamy pełną informację nt. wartości odżywczych naszych piw. Konsument może dowiedzieć się z niej, ile zawierają energii, białka, tłuszczy, węglowodanów, cukru i soli.

Jak współpracujemy z dostawcami

GRI: 2-6

Kompania Piwowarska, jako firma świadoma swojego wpływu na otoczenie, wie, że ponosi odpowiedzialność nie tylko za produkcję i sprzedaż własnych produktów. W związku z tym wspólnie z naszymi partnerami i dostawcami ustaliliśmy obowiązujące ich zasady, zapisane w Kodeksie Postępowania Dostawców. Podpisując z nami umowę o współpracę, nasi partnerzy potwierdzają akceptację tych standardów. Liczymy, że w swoich łańcuchach wartości będą stosowali te same zasady, których przestrzegania od nich oczekujemy.

Wymagania uwzględnione w Kodeksie, które nie podlegają negocjacji, odnoszą się m.in. do:

- praw człowieka i standardów pracy, w tym zakazu pracy przymusowej i obowiązkowej,
- prawa do zrzeszania się,
- zakazu pracy dzieci,
- zakazu dyskryminacji,
- godziwego i uczciwego systemu wynagradzania,
- warunków pracy i BHP,
- zasad etyki i przeciwdziałania korupcji,
- zarządzania środowiskiem, w tym gospodarowania odpadami i racjonalnego zużycia zasobów,
- prawa do zgłaszania skarg.

Przeczytaj:
Kodeks postępowania dostawców



Zdefiniowaliśmy 5 obszarów strategicznych, w ramach których wyznaczyliśmy priorytety wynikające z sytuacji rynkowej, naszych ambicji i wartości w obszarach Ludzie, Planeta, Profil i Portfolio.

1

Zaangażowany i zróżnicowany zespół

- Podnoszenie świadomości i kultury bezpieczeństwa
- Zaangażowanie i dobre poczucie zespołu
- Rozwój umiejętności „na dziś i jutro”

2

Budowanie elastycznego i konkurencyjnego modelu

- Projektowanie elastycznej sieci łańcucha dostaw
- Doskonałość operacyjna
- Kultura ciągłego doskonalenia

3

Szybkie i efektywne wdrażanie innowacji

- Szybkie wdrażanie innowacji
- Rozsądne zarządzanie kompleksowością
- Dążenie do automatyzacji i digitalizacji w łańcuchu dostaw (w tym rozwiązania lokalne)

4

Zapewnienie wyjątkowych doświadczeń

- Właściwy poziom obsługi klienta
- Tworzenie wartości dodanej z naszymi klientami i dostawcami
- Usprawnienia operacyjne CAM/POSM

5

Zrównoważony rozwój

- Emisja CO₂ w transporcie (poszukiwanie nowych rozwiązań, maksymalizacja wydajności)
- Optymalizacja opakowań
- DRS c – system kaucyjny

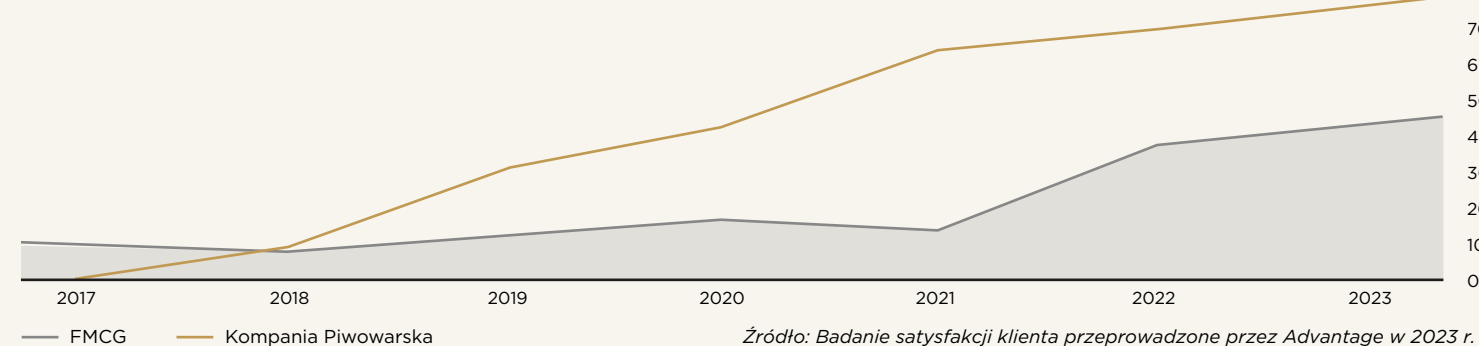
Weryfikacja dostawców

Ok. 100 naszych dostawców podlega procesowi akredytacji technicznej w związku z czym przechodzi regularne audyty lub oceny Technical Sign Off. Procesy weryfikacyjne realizowane są przez certyfikowanych audytorów z Kompanii Piwowarskiej oraz europejskich browarów należących do Grupy. Audyty na ogół przeprowadzane są co trzy lata lub częściej, jeśli ich wynik okaże się niesatysfakcjonujący lub pojawią się problemy z jakością. Do tej pory żaden spośród sprawdzonych dostawców nie został oceniony jako źródło znaczącego, rzeczywistego lub potencjalnego negatywnego wpływu środowiskowego lub społecznego.

W Ankiecie Satysfakcji Klientów przeprowadzanej przez renomowaną firmę Advantage Kompania Piwowarska konsekwentnie, trzeci rok z rzędu, zajęła 1. pozycję w kategoriach łańcuch dostaw i obsługa klienta. To dla nas szczególnie ważne zwłaszcza w obliczu skomplikowanej sytuacji w globalnym łańcuchu dostaw oraz dynamiki rynku piwnego. Co istotne, to właśnie punkty związane z łańcuchem wartości miały największe znaczenie w ocenie współpracy przez naszych partnerów – kluczowa okazała się terminowość i kompletność dostaw.

111 359 – łączna liczba naszych dostawców i partnerów biznesowych

Ocena łańcucha dostaw w sektorze FMCG



Nasz łańcuch dostaw

Dostawcy



61

Dostawcy surowców do produkcji piwa



1117

Dostawcy energii i procesów wspomagania produkcji



40

Dostawcy opakowań



604

Dostawcy pozostałych usług (w tym marketingowych, finansowych, doradczych itd.)



Klienci



3

Cash & carry



92

Hurt



16

Sieci sklepów (hipermarkety, supermarkety, stacje paliw)



76 490

Punkty detaliczne i podhurt



4

Hurt zrzeszony w grupę zakupową



32 927

Punkty gastronomiczne (puby, restauracje)



5

Sieci dyskontowe

Konsument



MIEJSCE PRACY

Dbamy o to, aby pracownicy Kompanii Piwowarskiej zachowywali równowagę między pracą a życiem prywatnym w trosce o ich zdrowie fizyczne i psychiczne.

Zatrudnienie

GRI: 2-7, 2-8, 2-19, 2-20, 2-30, 3-3 Obecność na rynku, 3-3 Zatrudnienie, 202-1, 401-1

Na koniec 2023 r. w oparciu o umowę o pracę zatrudniliśmy 2610 osób. Ściśle przestrzegamy Kodeksu Pracy, Ustawy o informowaniu pracowników i przeprowadzaniu z nimi konsultacji oraz Ustawy o związkach zawodowych. Informujemy naszych pracowników o nadchodzących zmianach operacyjnych ze stosownym wyprzedzeniem



Kluczowe wskaźniki efektywności Kompanii Piwowarskiej w 2023 r.

27,2%

kobiet wśród zatrudnionych

34,2%

kobiet na wszystkich stanowiskach kierowniczych

38,1%

kobiet na średnich i wyższych stanowiskach kierowniczych (wskaźnik Asahi Europe & International)

+0% do -4%

różnicy płac pomiędzy kobietami i mężczyznami

- zgodnie z terminami określonymi prawnie lub najszybciej jak to możliwe, jeśli jest to kwestia decyzji wewnętrznej.

W 2023 r. zmieniliśmy model związany z zatrudnianiem pracowników operacyjnych zmniejszając liczbę zatrudnianych pracowników dołączających do Kompanii Piwowarskiej na umowy czasowe, sezonowo na korzyść większej stabilności zatrudnienia i umów długoterminowych w obszarze produkcji.

Konstruktywnie współpracujemy z działającymi w firmie organizacjami związkowymi, z którymi w 2004 r. wynegocjowaliśmy układ zbiorowy pracy. W 2023 r. było nim objętych 2101 pracowników Kompanii Piwowarskiej, czyli 80% z nich. Ci pracownicy nie są objęci umowami zbiorowymi innych organizacji.

Kompania Piwowarska działa z najwyższą dbałością o to, aby proces wynagradzania zatrudnionych osób był realizowany w zgodzie z przepisami prawa, przejrzyste oraz uwzględniając specyfikę poszczególnych działów i funkcji. Najważniejszymi dokumentami regulującymi ten obszar są **Regulamin Pracy**, **Zakładowy Układ Zbiorowy Pracy** oraz **Polityka Wynagrodzeń**, a uzupełniają je dodatkowe regulacje, które opisują poszczególne elementy systemu wynagrodzeń np. regulaminy systemów premialnych lub przyznawania benefitów.

W wielu obszarach związanych z wynagrodzeniem, takich jak m.in. dodatki za pracę w nadgodzinach, dodatki za pracę zmianową, wynagrodzenie w czasie nieobecności spowodowanej działaniem siły wyższej czy odprawy pracownicze, wewnętrzne regulaminy obowiązujące

w Kompanii Piwowarskiej są korzystniejsze niż te wymagane prawem pracy.

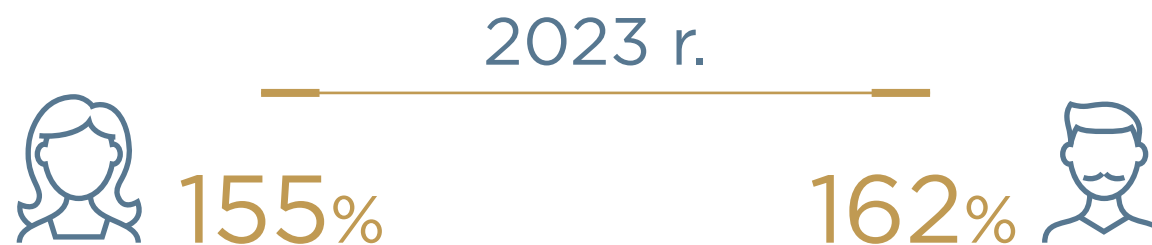
Ważnym aspektem dotyczącym wynagrodzeń jest obiektywność i przejrzystość zasad. Aby móc właściwie kształtować płace w firmie, opieramy się na ekspertyzie dostarczanej przez wyspecjalizowanych konsultantów zewnętrznych w postaci rynkowych badań wynagrodzeń we wszystkich branżach i lokalizacjach w kraju, co pozwala nam na zapewnienie konkurencyjnego wynagrodzenia niezależnie od zajmowanego przez pracowników stanowiska.

Bardzo jasno określiliśmy zasady zmiany wynagrodzenia, tj. w jakich sytuacjach mogą mieć miejsce, jaką powinny mieć wysokość oraz kto jest właściwą osobą zatwierdzającą. Obieg informacji i ich zatwierdzenie wspomagany jest systemami informatycznymi, które pozwalają na odtworzenie procesu decyzyjnego w dowolnym momencie.

Dodatkowo, w naszych systemach stosujemy wiele automatycznych zabezpieczeń, które nie pozwalają na nieautoryzowane zmiany dotyczące obszaru wynagrodzeń. Ponadto mamy zdefiniowany szereg wewnętrznych kontroli realizowanych przez różne osoby, których celem jest nadzór nad prawidłową wypłatą wynagrodzeń.

W trakcie roku raportujemy i monitorujemy wiele wskaźników, które pozwalają nam na ocenę skuteczności i adekwatności systemu wynagrodzeń - od poziomu rotacji dobrowolnej z uwzględnieniem powodów odejść, przez badanie rynkowej konkurencyjności płac aż do luki płacowej między kobietami a mężczyznami.

Stosunek wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla do płacy minimalnej



BHP

GRI: 3-3 BHP, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-7, 403-9

W Kompanii Piwowarskiej naszym priorytetem jest zapewnienie bezpiecznych warunków wszystkim osobom, które wykonują na rzecz firmy pracę, bez względu na sposób i formę zatrudnienia.

Kluczowe dla nas jest to, żeby każdy wracał do domu bez uszczerbku na zdrowiu. Dlatego wdrożone przez nas standardy obowiązują wszystkich pracowników i podwykonawców wypełniających swoje obowiązki na terenie firmy.

Podejmujemy wszelkie możliwe kroki, żeby skutecznie wyeliminować wypadki w naszych zakładach. Mają to gwarantować procedury i polityki dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy, obejmujące każdy aspekt pracy, jaki występuje na terenie browarów, centrów logistycznych i działów komercyjnych. Nadrzędnymi dokumentami są Polityka Zintegrowanego Systemu Zarządzania Ryzykiem oraz globalne standardy bezpieczeństwa, wynikające z Instrukcji Bezpieczeństwa przy Produkcji Napojów, a pozostałe regulacje muszą być z nimi zgodne. Instrukcja obowiązuje we wszystkich spółkach AEI. Określa standardy dla systemów zarządczych i sprawozdawczych oraz konkretne procedury, np. dotyczące bezpiecznego stosowania substancji i mieszanin chemicznych, oceny ryzyka zawodowego, postępowania w odniesieniu do wypadków przy pracy, prowadzenia prac na wysokości czy testowania środków ochrony indywidualnej. Dokumenty obligują osoby na kierowniczych stanowiskach do stałej i regularnej kontroli warunków pracy.

Kierownictwo otrzymuje w tym zadaniu asystę wyspecjalizowanych pracowników służby bezpieczeństwa i higieny pracy, którzy są zobligowani do wspierania wszelkich działań mających na celu zapobieganie zagrożeniom życia i zdrowia pracowników oraz poprawę warunków pracy.

Wymagające procedury dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy zostały ujęte w Regulaminie Pracy oraz w Zakładowym Układzie Zbiorowym Pracy uzgodnionym ze związkami zawodowymi.

W 2023 r. rozpoczęto wdrażanie czterech nowych standardów AEI obejmujących:

1. Bezpieczeństwo podczas pracy na wysokości.
2. Bezpieczeństwo podczas pracy w obszarze magazynów.
3. Bezpieczeństwo podczas pracy przy urządzeniach wymagających izolacji energii – **LOTO (Lockout Tagout)**.
4. Zarządzanie wykonawcami zewnętrznymi wykonującymi pracę na terenie Kompanii Piwowarskiej.

W odniesieniu do wszystkich 4 standardów menedżerowie poszczególnych obszarów przeprowadzili samoocenę zgodności i zbudowali odpowiednie plany wdrożenia zasad. Każdy standard otrzymał właściciela odpowiedzialnego za jego wdrożenie. Wprowadzone zostały stosowne zapisy w naszych wewnętrznych procedurach, a osoby, które pracują w oparciu o te nowe standardy, odbyły stosowne szkolenia.



Nowe rozwiązania przyniósł nam również standard odnoszący się do zarządzania wykonawcami zewnętrznymi wykonującymi pracę na terenie Kompanii Piwowarskiej. Na zlecających pracę nałożone zostały nowe obowiązki związane z wystawianiem pozwoleń na pracę, a w szczególności:

1. Zlecający pracę zobowiązani są do odbycia, nie rzadziej niż raz na trzy lata, okresowego szkolenia z zakresu Procedury oraz zasad zlecania prac i wymogów wynikających z obowiązujących w Kompanii Piwowarskiej procedur lub instrukcji. Szkolenie kończy się testem.
2. Szkolenie jest przypisane do właściwych osób na platformie szkoleniowej.
3. Nadanie uprawnień nowym osobom do wydawania pozwoleń na pracę i tym samym uprawnień do programu CMOS (Contractor Management on Site – Zarządzanie wykonawcami zewnętrznymi).
4. Weryfikacja przeprowadzenia szkolenia, o którym mowa powyżej, zaliczenie testu oraz uzyskanie pisemnej zgody na nadanie
5. Przynajmniej jeden raz w trakcie ważności krótkoterminowego „pozwolenia na pracę”, (ale nie rzadziej niż raz na tydzień) zlecający lub osoba przez niego wyznaczona, muszą dokonać inspekcji prowadzonych prac (może to być również obserwacja BBS Bądź Bardziej Spostrzegawczy) wykonana w dedykowanej do tego zakładce w aplikacji BBS. Wyniki tej inspekcji muszą być każdorazowo przekazane pracownikom wykonawcy. Częstotliwość inspekcji, dla pozwoleń wystawianych na okres całego roku, zlecający musi dobrać indywidualnie do każdego zlecenia. Musi ona zależeć od rodzaju wykonywanych prac i występujących zagrożeń.

takich uprawnień, wydanej przez pracownika służby BHP właściwego dla danej lokalizacji.

System Lockout Tagout (LOTO) służy pracownikom naszej firmy do zabezpieczenia maszyn w trakcie prowadzonych wszelkiego rodzaju remontów i konserwacji przed przypadkowym uruchomieniem przez nieupoważnione osoby. Nad tym niezmiernie ważnym standardem, chroniącym zdrowie i życie ludzkie, pracowaliśmy w naszych browarach już drugi rok z rzędu. Wyprzedzamy w tym zakresie europejskie spółki AEI. W 2022 r. zakupiliśmy zabezpieczenia dla wszystkich maszyn, które oceniliśmy jako szczególnie niebezpieczne dla pracowników, a w roku 2023 wyposażyliśmy w sprzęt LOTO maszyny, które zakwalifikowaliśmy jako średnio niebezpieczne. Wdrożenie będzie kontynuowane w 2024 r. Ostatecznie w sprzęt z systemem LOTO wyposażymy blisko 2 tysiące maszyn. W 2024 r. systemem LOTO objęte zostaną maszyny najniższego ryzyka.

Komisja bezpieczeństwa i higieny pracy, złożona z przedstawicieli pracodawcy i pracowników, zajmuje się nadzorowaniem i monitorowaniem działań podejmowanych na rzecz poprawy bezpieczeństwa pracy w firmie. Jej członkowie spotykają się co kwartał, by omawiać bieżące kwestie, planować nowe rozwiązania oraz wysłuchać opinii pracowników na temat funkcjonowania systemu zarządzania bezpieczeństwem i higieny pracy. W stosownych przypadkach podejmowane są decyzje o działaniach naprawczych, aby zapewnić jak najwyższy poziom bezpieczeństwa w pracy.

Od 2022 r. zacieśniliśmy regularną komunikację i współpracę pomiędzy przedstawicielami służb bezpieczeństwa i higieny pracy spółek Grupy Asahi ze wszystkich krajów europejskich. Wspólnie z przedstawicielami spółek z Anglii, Słowacji, Czech, Węgier, Rumunii, Holandii i Włoch pracujemy nad rozwiązywaniem problemów, dzielimy się doświadczeniami i opracowujemy standardy dla wszystkich jednostek. W celu podnoszenia poziomu bezpieczeństwa definiujemy ryzyka i szanse dotyczące poszczególnych stanowisk, regularnie przeprowadzamy pomiary środowiska pracy, oceny ryzyka zawodowego oraz inspekcje.



W 2023 r. w efekcie przeprowadzonych ocen ryzyka zdefiniowaliśmy następujące zagrożenia oraz wprowadziliśmy środki, które mają je zminimalizować:

Zagrożenie

Podjęte działanie

Przecięcie



Dobór rękawic antyprzecięciowych stosownie do zagrożenia, przypominanie o konieczności stosowania, wymiana modelu rękawic przeznaczonych do prac remontowych na model odporny na przecięcia.

Braki w ergonomii



Zakup żurawi warsztatowych do podnoszenia ciężkich elementów maszyn, identyfikacja miejsc potencjalnie niebezpiecznych ze względu na niską ergonomię pracy, przebudowa instalacji w celu ułatwienia prowadzenia prac remontowo-naprawczych wymagających dostępu do ciężkich silników lub pomp.

Niezwykle ważne dla usprawnienia procesów są też rozmowy i spotkania z pracownikami firmy oraz eksperckie konsultacje zewnętrzne. Co roku w wybranych obszarach realizujemy audyty wewnętrzne,

a niezależni audytorzy zewnętrzni cyklicznie weryfikują zgodność Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem i Higieną Pracy z normą ISO 45001.

W 2023 r. kontynuowaliśmy realizację założeń Planu Poprawy Bezpieczeństwa, który objął każdy dział naszej firmy.

Plan Poprawy Bezpieczeństwa to lista punktów opracowana wspólnie z Kierownikiem BHP oraz szefami poszczególnych obszarów, zawierająca wskaźniki, które należy poprawić. We wszystkich funkcjach powołano Komitety Sterujące BHP, których zadaniem jest ścisła współpraca ze służbą bezpieczeństwa i higieny pracy. Komitet utworzono również na poziomie Zarządu firmy, który raz na kwartał omawia najważniejsze zagadnienia związane z bezpieczeństwem. Wypełnianie Planu Poprawy

Bezpieczeństwa jest zapisane w celach rocznych Członków Zarządu (Inicjatywa pod nazwą: Save the walk and talk). W ramach realizacji inicjatywy raz na kwartał prezentowane są efekty prac. Działanie to pozwala wypełnić normę ISO 45001. Efektem procesu jest rejestracja zdarzeń niebezpiecznych, korygowanie nieprawidłowości i mitygowanie ryzyk.

W ramach dobrej praktyki staraliśmy się o to, aby na wszystkich szczeblach organizacji miała miejsce pozytywna, szczerą i przejrzystą komunikacją z pracownikami na temat bezpiecznej pracy. Angażowaliśmy menedżerów do regularnego przeglądu stanu BHP, analizy wpisów w naszym rejestrze zdarzeń, realizowania przypisanych im zadań, a także do angażowania się w identyfikację nieprawidłowości zarówno w zakresie zachowania pracowników, jak i otoczenia. W ramach programu BBS (Bądź Bardziej Spostrzegawczy) w 2023 r. wykonaliśmy 14041 obserwacji. Zespół służby BHP wykonał 1021 inspekcji. Podczas obser-

wacji i inspekcji zidentyfikowaliśmy w naszych browarach i w obszarze logistyki 3394 nieprawidłowości w zakresie zarówno niebezpiecznego zachowania pracowników, jak i niebezpiecznego uwarunkowania otoczenia.

W obszarze logistycznym skorygowano 100% tych nieprawidłowości, a w browarach – 83%. W przypadku browarów wynika to między innymi z większej liczby nieprawidłowości oraz nakładów, jakie należy ponieść, aby zrealizować wszystkie zaplanowane działania.

W 2023 r. wdrożyliśmy również standard analizy przyczyn wypadków i zdarzeń potencjalnie wypadkowych – RCFA (Root Cause Failure Analysis). Zaangażowaliśmy w ten proces wszystkich szefów obszarów w naszej firmie. Wyniki analizy wypadków i zdarzeń potencjalnie wypadkowych są komunikowane do wszystkich obszarów i na każdy z nich nakładane są zadania mające na celu uniknięcie podobnej sytuacji wypadkowej w innych lokalizacjach firmy w przyszłości.



W ramach programu BBS (Bądź Bardziej Spostrzegawczy) w 2023 r. wykonaliśmy

14 041 obserwacji.

Dzięki aktywności naszych pracowników w 2023 r. zidentyfikowaliśmy 1524 niebezpiecznych zachowań i 2087 niebezpiecznych warunków pracy.

Dodatkowo służba BHP przeprowadziła 1021 inspekcji w podległych obszarach.



W 2023 r. przygotowywane przez służbę bezpieczeństwa i higieny pracy materiały były publikowane w firmowych czasopismach „Świat Piwa” i „Głos Browarów”. Dodatkowo, w intranecie co miesiąc udostępniane były prezentacje i materiały dotyczące działań profilaktycznych związanych z kluczowymi zagrożeniami w browarach i magazynach logistycznych, w tym: standardów stosowania środków ochrony indywidualnej, prac z substancjami i mieszaninami stwarzającymi zagrożenie, pracy w przestrzeniach zamkniętych oraz pracy na wysokości.

Tematyka bezpieczeństwa w pracy jest obecna na wszystkich spotkaniach odbywających się cyklicznie w poszczególnych zespołach.

1

W 2023 r. hasłem przewodnim Kompanii Piwowskiej było

#ZależyMi
#ICare

Pracowaliśmy w oparciu o 5 filarów bezpieczeństwa

jednakowych dla wszystkich naszych browarów, centrów logistycznych, zespołów sprzedażowych i pracowników biurowych w całej Europie.



We wszystkich browarach z Grupy Asahi zlokalizowanych w Europie, były prowadzone szkolenia dotyczące bezpieczeństwa w pracy. W Kompanii Piwowskiej uczestniczyło w nich 98% menedżerów. W 2024 r. szkolenia będą kontynuowane na stanowiskach specjalistycznych.

Nasze lokalizacje są wyposażone w apteczki, defibrylatory i torby ratunkowe. Pracownicy, jeśli nastąpi taka potrzeba, mogą zmierzyć temperaturę, ciśnienie i poziom cukru we krwi.



#ZależyMi. Dbam o siebie, dbam o innych. Pracuję bezpiecznie.

#ZależyMi na tym, aby liczba moich wyjść do pracy była taka sama, co powrotów do domu.

Zapinam pasy, bo **#ZależyMi**.
Patrzę w lusterka, bo **#ZależyMi**.
Dbam o siebie i innych, bo **#ZależyMi**.
#ZależyMi, bo chcę być bezpieczny/a w pracy.
#ZależyMi, bo ktoś czeka na mnie w domu.

W 2023 r. **98%** wszystkich pracowników na stanowiskach kierowniczych wzięło udział w szkoleniu z programu **#ICare**.

#ZależyMi na bezpiecznej pracy, nie tylko mojej, ale także moich współpracowników; na budowaniu dobrej, wspierającej atmosfery w zespole; na pracy w miejscu, gdzie przestrzegane są procedury mające na celu bezpieczną pracę.

#ZależyMi na sokolim wzroku, dokładnym słuchu, niepołamanych kończynach i zdrowiu do późnej starości. Dlatego stosuję środki ochrony indywidualnej, dbam o stanowisko pracy i przestrzegam przepisów BHP.

W 2023 r. powróciliśmy do realizacji szkoleń z pierwszej pomocy przedmedycznej.

Główne rodzaje urazów: uraz kończyn górnych, dolnych, głowy. W raportowanym okresie nie zarejestrowano wypadków przy pracy pracowników nadzorowanych przez organizację.



W 2023 r. nasi pracownicy oraz pracownicy firm zewnętrznych realizujący zadania na rzecz Kompanii Piwowarskiej ulegli łącznie 14 wypadkom przy pracy, z czego 12 skutkowało zwolnieniem lekarskim, co stanowi wzrost w stosunku do roku poprzedniego odpowiednio o 55%.

Wszystkie zdarzenia były wypadkami lekkimi, a poszkodowani nie odnieśli poważnych urazów. Były to głównie skręcenia, drobne urazy powodowane uderzeniami o instalację, przytrzaśnięcia i skaleczenia palców oraz jedno złamanie ręki. Nie odnotowaliśmy naruszeń po stronie naszej firmy odnoszących się do obowiązku zapewnienia bezpiecznych warunków pracy – zdecydowana większość wypadków miała źródło w nieprawidłowych zachowaniach osób poszkodowanych. Poszkodowani w wypadkach przy pracy w 2023 r. przebywali na zwolnieniach lekarskich łącznie przez 545 dni.

Urazy w miejscu pracy	2023	2022	Zmiana vs. 2022
Liczba wypadków śmiertelnych w miejscu pracy	0	0	-
Liczba wypadków ciężkich w miejscu pracy (bez wypadków śmiertelnych)	0	0	-
Liczba wszystkich wypadków w miejscu pracy	14	9	+ 55%
Wskaźnik wszystkich wypadków	0,64	0,35	+83%

Wskaźnik wypadków liczony jest jako stosunek liczby wypadków do liczby przepracowanych godzin pomnożony przez 200 000 h.



DOBRA PRAKTYKA

BĄDŹ BARDZIEJ SPOSTRZEGAWCZY

U podstaw realizowanego przez nas od 2016 r. programu leży koncepcja behawioralnego podejścia do bezpieczeństwa, a jego celem jest budowa kultury organizacyjnej, w której dbanie o BHP staje się nawykiem. W jego ramach tzw. obserwatorzy analizują sposób, w jaki ich koledzy wykonują swoją pracę, a następnie przekazują im informacje zwrotne oraz identyfikują i zgłaszają ryzykowne zachowania.

W 2023 r. 623 aktywnych obserwatorów przeprowadziło 14041 obserwacji. Pozwoliło nam to wskazać 1668 ryzyk, dzięki czemu mogliśmy zaplanować działania prowadzące do eliminacji lub minimalizacji zagrożeń. Do końca 2023 r. rozwiązania znalazło 1401 zgłoszeń, czyli 84% wszystkich przypadków.

ŚWIADOMY KIEROWCA KOMPANII PIWOWARSKIEJ

Uczestnicy szkoleń realizowanych w ramach programu „Świadomy kierowca Kompanii Piwowarskiej” zdobywają wiedzę i umiejętności w zakresie bezpiecznej, oszczędnej i przyjaznej dla środowiska jazdy oraz udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej. Dzięki nim kierowcy stają się bardziej wrażliwi na sytuacje stwarzające zagrożenia na drodze.

W 2023 r. w ramach programu przeprowadziliśmy szkolenia dla 65 nowych użytkowników służbowych pojazdów oraz przeszkoliliśmy 228 użytkowników samochodów służbowych z bezpiecznej jazdy na płytach poślizgowych.



Do końca 2024 r. czynni ratownicy medyczni przeszkolą **1700 osób** zatrudnionych w browarach i łańcuchu dostaw.

Dbamy o dobrostan pracowników

GRI: 403-6

Pracownicy Kompanii Piwowarskiej otrzymują liczne świadczenia pozapłacowe, które m.in. wspierają zachowanie równowagi między pracą a życiem prywatnym oraz pomagają w dbaniu o zdrowie fizyczne i psychiczne.

Wszyscy zatrudnieni mają możliwość przystąpienia do pakietów medycznych sieci Medcover dla siebie, swojej rodziny i bliskich. To im zapewnia szybki dostęp do lekarzy specjalistów oraz szeroki zakres badań i procedur. Pakiet dla pracowników jest w całości finansowany przez pracodawcę.



Wiemy, że wypoczynek, aktywność fizyczna czy korzystanie z kultury są niezbędne dla zachowania dobrego stanu zdrowia i samopoczucia. Dlatego regularnie doładujemy konta naszych pracowników na platformie benefitowej MyBenefit.

Za jej pośrednictwem można opłacić m.in.:

- karty MultiSport,
- bilety do kina, teatru, na koncerty i wydarzenia sportowe,
- wejściówki i karnety na grę w tenisa, squasha, do aquaparku itp.,
- kolonie i usługi dla dzieci (parki rozrywki, szkoły pływania itp.),
- wycieczki zagraniczne, pobyt w ośrodkach wypoczynkowych, hotelach, pensjonatach,
- kursy językowe, informatyczne, tańca, pływania itp.

Każdemu pracownikowi przysługuje ponadto miesięczny przydział określonej ilości piwa (tzw. deputat piwny) oraz dofinansowanie posiłków w stołówkach na terenie browarów.

Pracownicy mogą też spotykać się poza godzinami pracy w firmowych pubach w: Warszawie, Poznaniu, Tychach i Białymstoku i degustować ulubione piwo na koszt firmy.

W ramach stałej współpracy z dostawcą usług medycznych, otrzymujemy raport o stanie zdrowia naszych pracowników i analizujemy go wspólnie z lekarzem medycyny pracy.



DOBRA PRAKTYKA

ZDROWIE PSYCHICZNE

W ramach wspierania pracowników w zakresie zdrowia psychicznego od kilku lat zapewniamy im bezpłatny dostęp do specjalnej, anonimowej infolinii, za pośrednictwem której można uzyskać odpowiednią pomoc. W 2023 r. pracowaliśmy nad wdrożeniem nowego narzędzia, czego efektem było uruchomienie 1 stycznia 2024 r. całodobowej, bezpłatnej usługi doradztwa w zakresie psychologii, rozwoju, finansów i prawa, dostępnej również dla członków rodzin pracowników pozostających z nimi we wspólnym gospodarstwie domowym. Z systemu można korzystać anonimowo, osobiście, telefonicznie i za pośrednictwem czatu.

Dodatkowo prowadzimy regularne działania mające na celu zbudowanie większej świadomości na temat tego, jak ważny jest ogólny dobrostan w codziennym życiu. W intranecie i na stronach naszych partnerów udostępniamy materiały edukacyjne. Pracownikom oferujemy szkolenia poruszające różne aspekty zdrowia psychicznego np. „Jak radzić sobie ze stresem?” w ramach wewnętrznego programu szkoleń Moja Akademia Umiejętności.



+2 TYGODNIE

O 2 TYGODNIE WYDŁUŻONY URLOP OJCOWSKI, PŁATNY W PEŁNI PRZEZ KP



+2 DNI

2 DNI WOLNE DLA RODZICÓW, KTÓRZY DOŚWIADCZYLI UTRATY DZIECKA W WYNIKU PORONIENIA



+2 DNI

2 DNI WOLNE DLA OSÓB, KTÓRE PRZECHODZĄ TERAPIĘ LECZENIA BEZPŁODNOŚCI



DODATKOWE DNI

W PRZYPADKU ŚMIERCI BLISKIEJ OSOBY

WYDŁUŻENIE DO **5 DNI**

URLOPU W PRZYPADKU ŚMIERCI BLISKIEJ RODZINY

LUB DODATKOWY **1 DZIEŃ**

W PRZYPADKU ŚMIERCI CZŁONKA DAŁSZEJ RODZINY



WYMIENIONE WSPARCIE WYKRACZA POZA UPRAWNIENIA ZAGWARANTOWANE PRZEPISAMI PRAWA, A ICH KOSZTY CAŁKOWICIE POKRYWAĆ BĘDZIE FIRMA



ZDROWIE FIZYCZNE

W obszarze zdrowia fizycznego kontynuowaliśmy wspieranie aktywności pracowników w ramach platformy Postaw Na Ruch. Łączy ona działalność charytatywnej z dodatkową aktywnością, bardzo szeroko rozumianą – od biegania, przez jazdę na rowerze, po taniec towarzyski.

Zachęcaliśmy także do udziału w ogólnopolskim wyścigu biegowym Poland Business Run – Kompania Piwowarska sponsorowała start aż 35 pracowniczych sztafet.

W każdą środę we wszystkich naszych lokalizacjach dostępne są owoce. W 2023 r. chcieliśmy szczególnie zadbać o zdrowie i profilaktykę wśród pracowników, którzy ukończyli 50 lat. Ponad 500 osób z tej grupy otrzymało możliwość bezpłatnych badań profilaktycznych z zakresu onkologii w kierunku diagnostyki raka prostaty i nowotworów jajników.



WSPARCIE W WAŻNYCH MOMENTACH ŻYCIA

W 2023 r. wdrożone zostały dodatkowe rozwiązania w ramach nowej polityki wsparcia pracowników w szczególnych momentach życia. Zależy nam, aby pracownicy w takich chwilach

czuli się przez firmę i mogli skupić się na tym, co dla nich najważniejsze.

Główne zmiany wprowadzane przez politykę to:

- wydłużenie urlopu ojcowskiego z 2 do 4 tygodni,
- dodatkowe dni urlopu okolicznościowego w przypadku śmierci bliskiej osoby,
- 2 dni urlopu w przypadku utraty dziecka w wyniku poronienia,
- 2 dni urlopu w przypadku terapii leczenia niepłodności,
- zwiększone wynagrodzenie za urlop z tytułu siły wyższej.

Dodatkowe dni wolne są w pełni płatne, a projektując praktyczne aspekty ich implementacji zadaliśmy, aby wiązały się z jak najmniejszym stresem dla pracowników (np. nie wymagamy dokumentowania trudnych wydarzeń). Wprowadzeniu polityki towarzyszyły warsztaty dla menedżerów, przygotowujące ich do prowadzenia rozmów z pracownikami dotkniętymi kryzysem oraz materiały informacyjne.

Rozwój pracowników

GRI: 3-3 Szkolenia i edukacja 404-1

Misją Kompanii Piwowarskiej jest wspieranie pracowników poprzez zapewnienie im odpowiednich narzędzi rozwoju i inspiracji, by mogli w pełni wykorzystać swój potencjał i zdolności.

W procesie tworzenia programów szkoleniowych koncentrujemy się na fundamentalnych aspektach, które sprzyjają doskonaleniu się tj. edukacji, postawach i praktycznym doświadczeniu.

W Kompanii Piwowarskiej dokumentami wspierającymi zarządzanie rozwojem pracowników są:

- **Instrukcja IPZ/07/01** – obowiązkowe szkolenia, kwalifikacje oraz badania lekarskie – zapewnia spełnienie przez firmę wymogów prawnych oraz posiadanie przez pracowników wiedzy, kwalifikacji oraz stanu zdrowia niezbędnych do bezpiecznego oraz zgodnego z wdrożonymi systemami wykonywania swoich obowiązków. Instrukcją objęte są:
 - szkolenia z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy,
 - kwalifikacje (m.in. energetyczne i dozoru technicznego),
 - szkolenia z zakresu bezpieczeństwa żywności (np. minimum sanitarne),
 - szkolenia z ogólnej wiedzy o systemie IRMS,
 - szkolenia dotyczące odpowiedzialnego spożywania alkoholu (ABC, AIQ oraz szkolenia przypominające ABCR i AIQR),
 - obowiązkowe profilaktyczne badania lekarskie.
- **Polityka szkoleniowa** – określa zasady dostępu do szkoleń oraz ich organizacji, a także związane z tym obowiązki pracowników.
- **Polityka Performance Management** – stworzona, aby wszyscy pracownicy mieli jasność co do zadań rutynowych, celów oraz sposobu ich realizacji, a także oczekiwanych terminów i kryteriów jakościowych.
- **Polityka Talent Management** – ma na celu spójne rozumienie rozwoju w organizacji, ustalenie standardu postępowania dotyczącego zarządzania rozwojem i karierą pracowników oraz odpowiedzialności za poszczególne elementy procesu.

Promujemy model rozwoju 70/20/10, w którym czas poświęcony na rozwój to w:

- 70% codzienne obowiązki i wyzwania wynikające z poziomu ich trudności,
- 20% nauka od współpracowników,
- 10% szkolenia formalne.

Nasi pracownicy uczestniczą w szkoleniach, których tematyka i forma są uzależnione od potrzeb biznesowych firmy, przepisów prawnych oraz potrzeb zgłaszanych przez nich samych. Dodatkowo, każdy w Kompanii Piwowarskiej ma możliwość wzięcia udziału w szkoleniach, które wspierają pracę na danym stanowisku oraz wynikają z indywidualnej ścieżki rozwoju, ustalonej z przełożonym i HR Business Partnerem. Odbývają się one w różnych formach: warsztatów, webinarów, szkoleń stacjonarnych i on-line.

Oprócz szkoleń i warsztatów prowadzonych przez trenerów, pracownicy mogą korzystać z szerokiej i aktualizowanej na bieżąco bazy szkoleń, zawierającej e-learningi, materiały wideo, artykuły, tutoriale i wiele innych. Pracownicy mogą też korzystać z platformy GoodHabit.

Kładziemy duży nacisk na wzmocnienie kompetencji liderkich kadry menedżerskiej. Bazowe programy szkoleń liderkich to:

Leadership Fundamentals

adresowany do osób rozpoczynających ścieżkę kariery menedżerskiej. Program ma na celu dostarczenie fundamentalnej wiedzy i narzędzi niezbędnych do efektywnego tworzenia, rozwijania i zarządzania zespołami, a także praktyczne zastosowanie tych kompetencji.

Leading Managers

skierowany do doświadczonych menedżerów, którzy nadzorują zespoły menedżerskie. Program pomaga w zrozumieniu ewolucji roli lidera oraz w świadomym stosowaniu nowych praktyk zarządzania, które przekładają się na sukces całego zespołu i organizacji.

Akademia Mistrza

dedykowana menedżerom pierwszej linii zarządzania w magazynach i na produkcji w formie cyklicznych warsztatów, których celem jest nieustanny rozwój, podnoszenie kompetencji oraz zdobycie praktycznych umiejętności zarządzania zespołem do zastosowania w codziennej pracy. W 2023 r. tematem przewodnim Akademii Mistrza była różnorodność.



Oferujemy też dostęp do specjalistycznej platformy e-learningowej z kursem języka angielskiego. W 2023 r. regularnie korzystały z niej **244 osoby.**

36 to średnia liczba godzin szkoleniowych przypadająca na pracownika Kompanii Piwowarskiej w 2023 r.

Dodatkowo, wybrane osoby zachęcamy do udziału w regionalnych programach rozwoju kompetencji liderkich – EDGE (Executive Development Growth Experience). Poza tym pracownicy Pionu Komercyjnego, Pionu Technicznego oraz Łańcucha Dostaw mogą liczyć na szkolenia indywidualne w przypadkach, gdy proces oceny wykazał lukę kompetencyjną lub gdy są przygotowani do przyjęcia nowej roli zawodowej.

Z myślą o rozwoju młodych talentów i ich przyspieszonej ścieżce kariery, zaprojektowaliśmy specjalne programy rozwojowe nastawione na wspieranie ich w zdobywaniu cennych doświadczeń oraz w przygotowaniu do pełnienia bardziej złożonych funkcji. Te programy to:

#GOGraduate

kierowany do studentów i absolwentów uczelni wyższych, umożliwiający im zdobycie doświadczenia i możliwość poznania specyfiki pracy w wybranym dziale naszej firmy. Podczas dwuletniego programu uczestnik bierze udział w sześciomiesięcznych rotacjach, podczas których realizuje projekty pozwalające poznać specyfikę pracy w danym obszarze, również podczas wyjazdów zagranicznych w ramach grupy AEI. W 2023 r. do programu dołączyło 4 uczestników w obszarach HR-u, trade-marketingu, logistyki i produkcji.

Cross Functional Development

kierowany do pracowników, którzy mogą odbyć trzy sześciomiesięczne staże w różnych działach organizacji. Dzięki prowadzonym projektom poznają pracę w innych rolach oraz dzielą się doświadczeniem wynikającym z ich obowiązków. Docelowo program umożliwia poszerzenie perspektywy biznesowej i przygotowuje do objęcia bardziej złożonych stanowisk w przyszłości. W 2023 r. z takiej możliwości skorzystały 3 osoby.

Wszystkie nowo zatrudnione w Kompanii Piwowarskiej osoby przechodzą szkolenia onboardingowe, które mają usprawnić proces wdrażania się w pracę i poznanie organizacji. Ułatwiają to:

KP Intro

Szkolenie, którego głównym zadaniem jest wprowadzenie nowo zatrudnionych w świat historii przedsiębiorstwa, jego celów oraz kluczowych wartości, a także zaszczepienie zamiłowania do piwnego rzemiosła. Podtrzymujemy dedykowane podejście do procesu wdrożenia dla nowych pracowników produkcyjnych i magazynowych. Naszym celem jest zapewnienie każdemu nowemu członkowi zespołu kompetencji, motywacji i wiedzy niezbędnej do produkcji piwa o najwyższej jakości. W tym celu stworzyliśmy kompleksowy program szkoleniowy, który obejmuje istotne informacje o firmie, portfolio produktów, narzędziach i aplikacjach wykorzystywanych na co dzień, a także o możliwościach rozwoju, korzyściach i kulturze organizacyjnej.

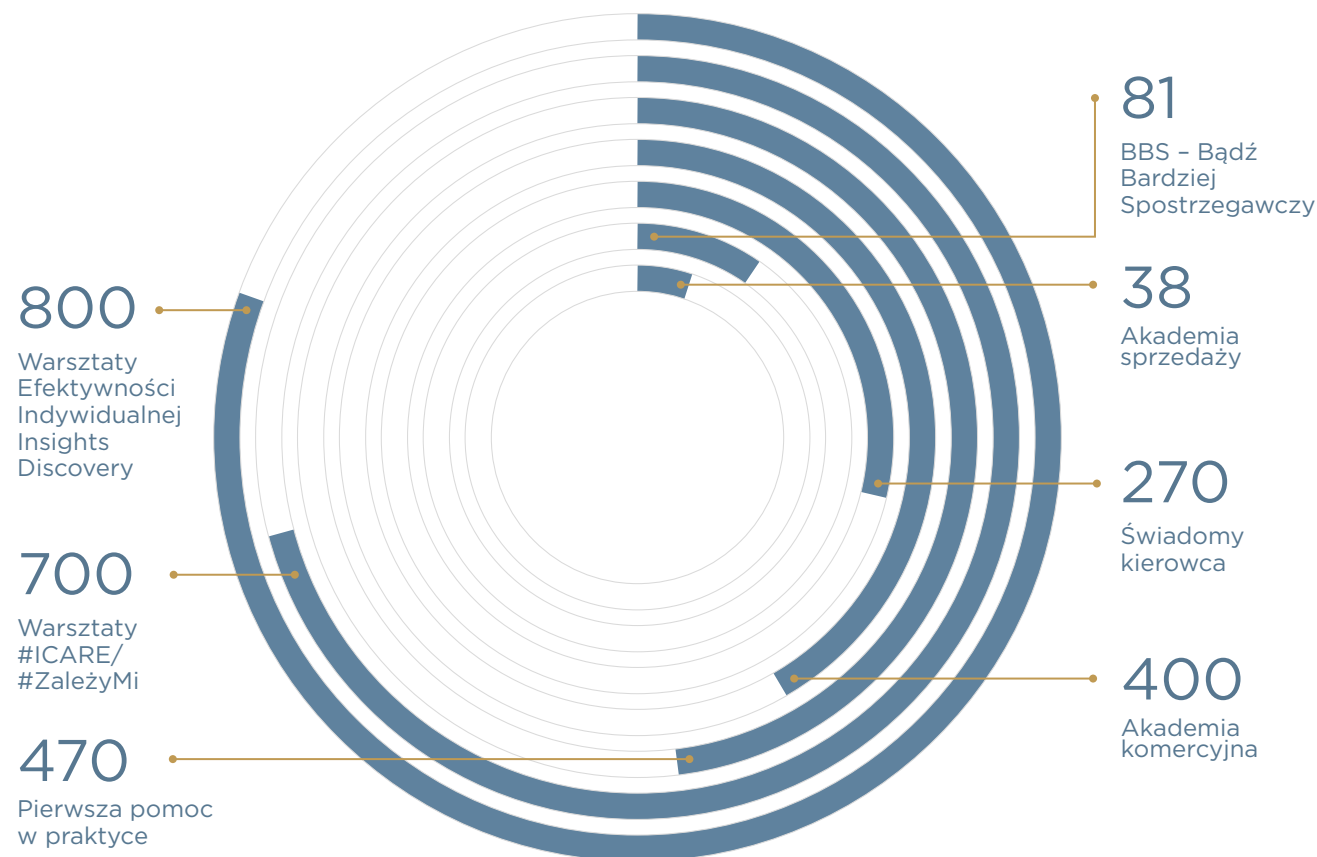
Drugi dzień wdrożenia dla pracowników Zintegrowanego Łańcucha Dostaw

Drugi dzień wdrożenia to czas, kiedy nasz trener wewnętrzny osobiście wprowadza nowego pracownika w przestrzeń pracy i przekazuje go pod opiekę bezpośredniego przełożonego. Priorytetem dla nas jest, aby każdy nowy pracownik od pierwszych chwil czuł się integralną częścią naszego zespołu i identyfikował się z wartościami organizacji. Zapewniamy im opiekę i dostarczamy wszystkie niezbędne informacje, aby mogli z pasją oddać się sztuce warzenia piwa.

Sales Intro

to dodatkowe 2 dni wdrożeniowe dla pracowników sprzedaży, którzy podczas spotkań z firmowymi ekspertami zdobywają informacje o systemach, specjalistycznych narzędziach oraz metodach efektywnej organizacji pracy.

Inne programy rozwoju umiejętności pracowników (liczba uczestników)



DOBRA PRAKTYKA

MOJA AKADEMIA UMIEJĘTNOŚCI

Oferta szkoleń kierowana do wszystkich pracowników Kompanii Piwowarskiej jest modyfikowana corocznie, aby odpowiadać na ich aktualne potrzeby rozwojowe. Przykładowe tematy:

- Cyfrowy umysł – wyzwania naszych czasów,
- VBA – jak usprawnić codzienną pracę,
- Piwo bez tajemnic,
- Wystąpienia publiczne.

Dzięki możliwości prowadzenia szkoleń, nasi specjaliści rozwijają swoje umiejętności trenerskie.

W 2023 r. w programie wzięło udział ponad 360 uczestników.

PROGRAM MENTORINGOWY

Zgodnie z ideą organizacji samouczącej się, wspieramy naszych pracowników w dzieleniu się wiedzą i doświadczeniem. W ramach programu mentoringowego młodzi stażem menedżerowie współpracują z bardziej doświadczonymi liderami w celu m.in. podniesienia umiejętności przywódczych, poszerzenia perspektywy biznesowej.

W 2023 r. rozpoczęła się 9. edycja programu, w której wzięły udział 33 pary mentoringowe. Program otrzymał nagrodę „Global ISMCP GOLD Award”, potwierdzającą wysoki standard prowadzonego procesu, przyznaną przez stowarzyszenie European Mentoring and Coaching Council (EMCC).

Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika*

W podziale na płeć	2023
Kobiety	37,1
Mężczyźni	36,1
Wszyscy pracownicy	36,0

W podziale na strukturę	2023
Wyższa kadra zarządzająca	32,2
Średnia kadra zarządzająca	55,3
Pozostali pracownicy	32,4

W podziale na funkcję	2023
Corporate Affairs	17,9
Zarząd	10,4
Finansowy	28,0
HR	37,6
IT	25,6
Pion Techniczny	40,7
Marketing	30,3
Sprzedaż	41,7
Łańcuch Dostaw	25,0

* Podane dane dotyczą tylko 2023 r., bez porównania z latami poprzednimi, ze względu na zmianę sposobu podawania danych.

Gwarantujemy równość i wspieramy różnorodność

GRI: 3-3 Różnorodność i równość szans, 3-3 Zapobieganie dyskryminacji, 405-1, 405-2, 406-1

W Kompanii Piwowarskiej nie ma miejsca na dyskryminację, a wszystkim zatrudnionym zapewniamy szacunek i jednakowy dostęp do możliwości rozwoju, awansu oraz benefitów.

Stawiamy na dialog, który jest niezbędny dla tworzenia organizacji bazującej na wartościach i zasadach określonych w kluczowych w tym aspekcie dokumentach: Kodeksie postępowania Asahi, Kodeksie Etyki Kompanii Piwowarskiej oraz Polityce antydyskryminacyjnej, przeciwdziałania przemocy, mobbingowi i molestowaniu w miejscu pracy. Jesteśmy jedną z czternastu firm, które w 2012 r. jako pierwsze w Polsce podpisały Kartę Różnorodności – dokument, który obliguje sygnatariuszy do przeciwdziałaniu dyskryminacji w miejscu pracy, a także do promowania i budowania różnorodności w organizacji.

To inicjatywa Unii Europejskiej realizowana w 26 krajach Europy. Karta jest dla nas niezależnym dokumentem regulującym kwestie związane z różnorodnością i angażuje naszych interesariuszy do podejmowania działań w tej sferze.

Polityka przeciwdziałania przemocy, mobbingowi, dyskryminacji i molestowaniu w miejscu pracy obowiązuje w Kompanii Piwowarskiej od 2013 r., a jej celem jest zagwarantowanie tego, że działania niepożądane nie będą tolerowane w organizacji. Dokument ma pomagać wszystkim pracownikom zapobiegać występowaniu zachowań niezgodnych z prawem lub budzących wątpliwości, powstrzymać je, odpowiednio na nie reagować oraz wdrażać zmiany w politykach i procedurach, by zapobiec ich ponownemu wystąpieniu. W 2023 roku Komisja Etyki analizowała 8 spraw, z czego 4 pozostały otwarte na dzień 31.12.2023 r. 2 z zamkniętych spraw dotyczyły dyskryminacji wobec pracownika (w procesie postępowań wyjaśniających żadne z nich nie zostało potwierdzone), 1 nieetycznego zachowania i 1 złamania wewnętrznych procedur.

Zarówno strategia Grupy, jak i strategia Kompanii Piwowarskiej zawierają cele związane z różnorodnością. Odpowiedzialność za ich realizację spoczywa bezpośrednio na Zarządzie i powołanym w 2022 r. komitecie składającym się z przedstawicieli wszystkich funkcji. Prawie każdy z naszych pracowników przeszedł szkolenie z zakresu zarządzania różnorodnością.



Cele Kompanii Piwowarskiej w sferze różnorodności


1. Zwiększenie reprezentacji kobiet na stanowiskach kierowniczych.
2. Zapewnienie równej płacy za taką samą pracę na wszystkich poziomach.
3. Wspieranie rozwoju kobiet.
4. Konkurencyjna polityka globalna AEI i najlepsze praktyki HR.
5. Rewizja wyników rekrutacji, awansów i zarządzania wynikami na każdym etapie cyklu życia pracownika.




Na poziomie Asahi Europe & International stworzono stanowisko **menedżera ds. różnorodności, równości i włączania** (diversity, equity and inclusion, DEI), który tworzy i egzekwuje plany działań w tym zakresie. W Kompanii Piwowarskiej działa natomiast **Zespół DEI** (Zespół ds. różnorodności, równości i włączania), dzięki któremu m.in. zrealizowaliśmy szkolenie dla menedżerów poświęcone przeciwdziałaniu uprzedzeniom podczas rekrutacji, które w 2023 r. ukończyli wszyscy z nich. Ponadto, z inicjatywy zespołu wdrożyliśmy nowe standardy raportowania oraz budowaliśmy świadomość pracowników poprzez organizację Dnia Różnorodności i akcji "#breakthebias" w Dniu Kobiet.

Jesteśmy przekonani, że różnorodność odgrywa kluczową rolę w budowaniu sukcesu naszej firmy. Dlatego aktywnie dążymy do formowania zespołów zróżnicowanych pod względem m.in. płci, wieku, stopnia sprawności, wykształcenia czy pochodzenia.

Daje to szansę na bardziej efektywną współpracę i pozwala na wzajemne poznawanie, uczenie się i wymianę wiedzy. Ze stereotypami, często nieświadomymi, walczymy za pomocą edukacji i praktyk rekrutacyjnych. W naszych ogłoszeniach o pracę nie zawieramy sugestii dotyczących wieku kandydatów, jesteśmy otwarci na zatrudnienie obcokrajowców (w zespołach pracują osoby z Polski, Ukrainy, Belgii i Rosji) oraz osób z orzeczoną niepełnosprawnością (na koniec 2023 r. było ich w naszej firmie dwanaście).



DOBRA PRAKTYKA



DZIEŃ RÓŻNORODNOŚCI

W 2023 r., czwarty roku z rzędu, świętowaliśmy Dzień Różnorodności, podkreślając zalety, które przynoszą zróżnicowanie wieku, sposobu pracy, wykonywania zadań i komunikacji w miejscu pracy. Wydarzenie to odbyło się pod hasłem „Kobieca strona browaru”, podczas którego w naszych browarach – Lech Browary Wielkopolski, Tyskie Browary Książęce oraz Browar Dojlidy w Białymstoku, mieliśmy przyjemność gościć ponad 120 studentów i studentek kierunków technicznych renomowanych uczelni jak: Politechnika Poznańska, Uniwersytet Przyrodniczy w Poznaniu, Wyższa Szkoła Logistyki w Poznaniu, Uniwersytet Śląski, Politechnika Śląska, Politechnika Białostocka, Uniwersytet Białostocki, Krakowska Szkoła Browarnicza i Uniwersytet Rolniczy w Krakowie.

Studenci, zwiedzając nasze browary, byli zaskoczeni skalą biznesu i jego złożonością. Podziwiali pasję naszych pracowników prowadzących panel dyskusyjny i odpowiadających na pytania oraz bogactwo wiedzy na temat piwa, którą mogli bliżej poznać podczas warsztatów sensorycznych. Działanie to miało na celu zachęcenie studentów kierunków technicznych do zaangażowania się w przyszłości w pracę w naszej branży.

Analizy przeprowadzone przez nas z wykorzystaniem aplikacji przygotowanej na zamówienie Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej pokazują, że wynagrodzenie naszych pracowników nie jest zależne od płci.

W latach 2019-2022 na poszczególnych poziomach organizacyjnych różnice w płacach kobiet i mężczyzn zawierały się w naszej firmie w granicach od +1% do -4%. W 2023 r. zakres ten wynosił 0% do -4%.

Stosunek wynagrodzenia zasadniczego i wynagrodzenia wypłacanego kobiet do mężczyzn

Dyrektorzy i Zarząd
Kierownicy
Specjaliści
Pozostali pracownicy

W analizie wzięliśmy pod uwagę czynniki takie jak czas pracy, staż, wiek i wykształcenie. Badanie realizujemy przy okazji każdego przeglądu wynagrodzeń.

Dokładamy starań, aby w rekrutacjach na wyższe stanowiska kierownicze brały udział również kobiety.

	2023		Zmiana vs. 2022	
	Wynagrodzenie zasadnicze	Wynagrodzenie wypłacane	Wynagrodzenie zasadnicze	Wynagrodzenie wypłacane
Dyrektorzy i Zarząd	110,6%	82,7%	+13,4 p.p.	-4,8 p.p.
Kierownicy	99,8%	90,2%	-3,1 p.p.	-3,9 p.p.
Specjaliści	100,4%	101,6%	-4,6 p.p.	-9,3 p.p.
Pozostali pracownicy	102,8%	84,1%	+2,2 p.p.	-14 p.p.



Kolejny rok z rzędu prowadzimy także działania wewnętrzne na rzecz budowania różnorodnego, włączającego i tolerancyjnego środowiska pracy, koordynowane przez Zespół DEI. W tym celu kontynuujemy współpracę z organizacją LEAD Network – przedstawiciele firmy aktywnie działają w polskim oddziale tej organizacji.

W 2023 r. w ramach tej współpracy m.in. zapraszamy pracowników do udziału w szkoleniach związanych z rozwojem kariery Career Angels, a także w programie mentorskim Lead Polish Chapter & Kingmakers, pozwalającym na wymianę doświadczeń pomiędzy przedstawicielami różnych firm, członków polskiego oddziału LEAD.

W ramach zobowiązania The LEAD Network Pledge podejmujemy się realizacji inicjatyw na rzecz budowania różnorodnego i włączającego środowiska pracy, wspierania równowagi pomiędzy życiem prywatnym i kariery oraz wyrównywania możliwości rozwoju zawodowego kobiet i mężczyzn.

Kładziemy nacisk na edukację przybliżającą pracownikom tematy różnorodności i inkluzji. W 2023 r. 100% menedżerów przeszło przez szkolenie e-learningowe „Rekrutacje bez uprzedzeń”, pokazujące, jak unikać uprzedzeń na etapie rozmów rekrutacyjnych.

Podczas Konferencji Menedżerów Kompanii Piwowarskiej uczestnicy wysłuchali wykładu na temat mikroagresji. Kontynuujemy też przygotowany na bazie materiałów LEAD Network program „Przywództwo oparte na różnorodności i włączaniu”, w którym w 2023 r. uczestniczyło 35 osób.

Ok. 800 osób z pionu komercyjnego wzięło udział w warsztatach efektywności indywidualnej, przygotowanych w oparciu o metodę Insights Discovery, które miały ułatwić zrozumienie i docenienie różnic osobowościowych w grupie. W wybranych pionach w 2023 r. członkowie zarządu przeprowadzili szkolenie „Daj się poznać. Jak zarządzać karierą w praktyce?”. Wzięło w nich udział 28 osób ze średniej kadry kierowniczej.

W działach technicznych (produkcja i logistyka), tradycyjnie uważanych za męskie, prowadzimy szereg inicjatyw pokazujących perspektywy zawodowe dla pań – prezentujemy kobiety na stanowiskach kierowniczych i ich kariery, wspieramy aspiracje zawodowe za pomocą szkoleń i indywidualnych planów rozwoju.

Liczba pracowników z niepełnosprawnością w podziale na stopień niepełnosprawności (stan na 31 grudnia 2023 r.)

	2023	2022	Zmiana vs. 2022
Znaczny	0	0	-
Umiarkowany	7	7	-
Lekki	5	7	-2 (-28,6%)

Ok. 800 osób z pionu komercyjnego wzięło udział w warsztatach efektywności indywidualnej.

W 2023 r. w programie „Przywództwo oparte na różnorodności i włączaniu” uczestniczyło 35 osób.





ŚRODOWISKO

Jednym z najważniejszych długoterminowych zobowiązań Grupy Asahi jest osiągnięcie neutralności węglowej w całym łańcuchu wartości.

Klimat i środowisko

GRI: 3-3 Emisje, 3-3 Energia

Grupa Asahi realizuje związaną z Wizją Środowiskową 2040 strategię klimatyczną Asahi Carbon Zero. Ze strategii bezpośrednio wynika cel osiągnięcia przez Grupę neutralności węglowej w całym łańcuchu wartości, co ma służyć wyeliminowaniu negatywnego wpływu na klimat.



Kluczowe wskaźniki efektywności Kompanii Piwowskiej w 2023 r.

19%

mniejsze emisje gazów cieplarnianych w Zakresie 3 w stosunku do 2019 r.

67%

spadku emisji CO₂ w Zakresie 1 i 2 w przeliczeniu na wyprodukowany hl piwa w stosunku do 2019 r.

0

nałożonych kar za nieprzestrzeganie regulacji środowiskowych

Jako część Grupy, poprzez realizację strategii, odpowiadamy na zalecenia Międzyrządowego Zespołu ds. Zmian Klimatu (IPCC), który jednoznacznie stwierdził, że kryzys klimatyczny można powstrzymać jedynie poprzez osiągnięcie zerowej emisji gazów cieplarnianych netto na świecie do 2050 r. Punktem odniesienia jest dla nas także porozumienie paryskie wyznaczające społeczności międzynarodowej zadanie ograniczenia wzrostu średniej globalnej temperatury tak, by wyniósł on nie więcej niż 1,5°C względem poziomu z czasów przedprzemysłowych.

Warzenie piwa, podobnie jak wytwarzanie innych dóbr, jest powiązane z emisją gazów cieplarnianych, w szczególności dwutlenku węgla. Występuje ona praktycznie na każdym z etapów produkcji i sprzedaży: od pozyskiwania surowców, przez warzenie w browarach, dystrybucję, aż po użytkowanie lodówek w sklepach. Dodatkowo towarzyszy pracy naszych biur i podróżom służbowym pracowników. Kierunki działań strategicznych Grupy Asahi na rzecz neutralności węglowej wyznacza Globalny Komitet ds. Równoważonego Rozwoju, zaś ich realizację koordynuje i nadzoruje Zgromadzenie ds. Równoważonego Rozwoju, które odpowiada bezpośrednio przed Zarządem oraz Komitetem. Grupa opracowała konkretne strategie, które uwzględniają zarówno zagrożenia biznesowe, jak i szanse, które w średniej i długiej perspektywie czasowej wynikają ze zmian klimatu. Dokumenty strategiczne obejmują różne aspekty tych zmian i pozwalają odpowiednio na nie reagować.

Drogowskazem dla podejmowanych przez Grupę działań na rzecz klimatu są przyjęte cele i wskaźniki. Zostały one wyznaczone w oparciu o wiedzę naukową, tj. zgodnie z metodologią Science Based Targets Initiative (SBTi). Potwierdzają to certyfikaty SBT 1,5°C, przyznane przez tę międzynarodową inicjatywę celom redukcyjnym Grupy z Zakresu 1 i 2 na 2030 r. Aby zwiększyć skuteczność osiągania tych celów, na poziomie poszczególnych rynków przyjęto mapy drogowe zmniejszania emisji CO₂ oraz wskaźniki efektywności (KPI) działań w tym zakresie, a postępy są monitorowane na poziomie Grupy przez Zespół ds. Równoważonego Rozwoju. Na poziomie Kompanii Piwowskiej ograniczanie emisji gazów cieplarnianych koordynują Liderzy Zespołów Funkcyjnych, podlegający nadzorowi Komitetu ds. Równoważonego Rozwoju.

Ryzykami biznesowymi związanymi ze zmianami klimatu Grupa zarządza zgodnie z ogólnymi zasadami postępowania z ryzykiem. Oznacza to m.in., że w ramach systemu zarządzania ryzykiem (ERM) dla tej kategorii, w porozumieniu z dyrektorem ds. równoważonego rozwoju jako właścicielem ryzyka, ustalono adekwatny cykl PDCA (Plan-Do-Check-Act, Zaplanuj-Wykonaj-Sprawdź-Popraw).

Redukcja śladu węglowego Kompanii Piwowskiej odbywa się przede wszystkim na drodze:

- zwiększania udziału energii elektrycznej i ciepłej ze źródeł odnawialnych w całości zużywanej przez nas energii,
- zmiany naszych opakowań,
- optymalizacji systemu dystrybucji naszych produktów oraz minimalizacji energochłonności ich chłodzenia w punktach sprzedaży,
- redukcji zużycia energii w naszych browarach i magazynach.



Zeroemisyjność naszych browarów zamierzamy osiągnąć do 2030 r. Harmonogram dojścia do tego punktu został określony dla całej Grupy Asahi Europe & International, której członkiem jest Kompania Piwowarska oraz indywidualnie dla każdego z browarów. Co roku oceniamy nasze postępy na tej drodze, planujemy kolejne zadania i wprowadzamy je do planu inwestycyjnego na kolejne trzy lata.

Istotnym wsparciem w transformacji są dla nas:

- **System Zarządzania Środowiskowego** zgodny z normą ISO 14001:2015, będący elementem Zintegrowanego Systemu Zarządzania Ryzykiem. Identyfikuje on i ocenia wszystkie istotne aspekty środowiskowe związane z funkcjonowaniem naszych browarów i magazynów;
- **System Zarządzania Energią** zgodny z normą ISO 50001:2018.

Prawidłowe funkcjonowanie obu systemów jest co roku potwierdzane przez zewnętrzną firmę certyfikującą – Bureau Veritas Polska.

Kompania Piwowarska podejmuje również działania na rzecz środowiska naturalnego w sąsiedztwie swoich browarów. Przykładem jest działalność związana z okolicą Puszczy Białowieskiej, na której skraju narodziło się piwo Żubr. Od 2021 r. **Fundusz Żubra**, we współpracy z parkami narodowymi i organizacjami pozarządowymi, realizuje liczne projekty, w tym wspiera Biebrzański Park Narodowy w wykupieniu kolejnych działek z rąk prywatnych. W 2023 r. wsparcie udzielone Fundacji Dziedzictwo Przyrodnicze przyczyniło się do zgłoszenia kolejnych 50 stref ochrony (mikrorezerwatów zagrożonych gatunków roślin i zwierząt) oraz zabezpieczenia 18 ha Wiecznych Lasów. W tym regionie łącznie lasy planowane do wykupu to 2240,86 ha.

Najważniejszą misją funduszu jest wsparcie ochrony zagrożonych gatunków zwierząt. Dlatego Fundusz Żubra i Fundacja Dziedzictwo Przyrodnicze połączyły siły w projekcie poświęconym wilkom i niedźwiedziami, którego celem jest zwrócenie szczególnej uwagi na ich potrzeby. Naszym priorytetem jest pomoc prawna w sytuacjach kryzysowych zwierząt, które najczęściej wiążą się z wycinkami drzew i odstrzałem. Zespół Fundacji dąży do wzmocnienia ochrony wilka w Puszczy Karpackiej i ochrony miejsc gawrowania niedźwiedzi w Bieszczadach. W prace nad projektem zaangażowany jest zespół biologów, prawników, dziennikarzy.

Kolejną inicjatywą funduszu w 2023 r. była realizowana razem z Instytutem Biologii Ssaków PAN mapa drogowa, która ma pokazać ryzyko kolizji z dzikimi zwierzętami w różnych rejonach Polski.

Mapa dostępna online pomaga w planowaniu bezpiecznej podróży, zarządzcom dróg wskazuje miejsca pod nowe znaki ostrzegawcze i przyczynia się do poprawy bezpieczeństwa zwierząt i ludzi. W pierwszym etapie projektu powstała baza danych o miejscach, w których dochodzi do kolizji. Badacze pozyskali informacje od zarządców dróg, policji, firm ubezpieczeniowych, mediów oraz – dzięki Funduszowi Żubra – od użytkowników dróg. W obliczeniach koniecznych do przygotowania mapy pomaga superkomputer Instytutu Biologii Ssaków PAN – także dar od Funduszu Żubra.

Więcej informacji na stronie:
<https://funduszzubra.pl>



Od sierpnia 2023 r. poprzez kod QR na opakowaniach Żubra i stronę internetową można było zgłosić wypadek albo miejsce wejścia na drogę dzikich zwierząt.

Zebrana i wciąż aktualizowana baza danych zostanie wykorzystana do stworzenia kolejnych narzędzi i rozwiązań, które będą aktywnie

informowały kierowców o miejscach szczególnie niebezpiecznych, na których możliwa jest kolizja ze zwierzęciem.

W cztery miesiące pozyskano 2395 zgłoszeń wypadków zwierząt.

4 





DOBRA PRAKTYKA

NASADZENIA I SPRZĄTANIE ŚWIATA Z FUNDACJĄ NASZA ZIEMIA

W 2023 r. w ramach współpracy z Fundacją Nasza Ziemia zorganizowaliśmy wolontariat wpisujący się w akcję „Sprzątanie świata”. W efekcie przeprowadzonych działań 178 wolontariuszy posprzątało znaczne tereny oraz przyczyniło się do zakrzewienia i zadrzewienia terenów w różnych częściach Polski. Dodatkowo nawiązano współpracę z nowymi lokalnymi partnerami, m.in. Biebrzańskim Parkiem Narodowym, Tyskim Zakładem Usług Komunalnych, Zarządem Zieleni miasta stołecznego Warszawy.

SPRZĄTANIE MIASTA

Z okazji Światowego Dnia Ziemi zespoły wolontariuszy z naszych browarów zdecydowały się swoimi działaniami zadbać o środowisko naturalne. Zespoły z Poznania i Białegostoku zebrały ponad 4 tony śmieci.

W Poznaniu ponad 40 osób włączyło się w akcję Wiosenne Porządki, organizowaną we współpracy z Urzędem Miasta w Poznaniu.

Browar Dojlidy dołączył do inicjatywy Urzędu Miejskiego w Białymstoku pod nazwą Czysty Białystok. Pracownicy wspólnie sprząkali okolice browaru.

W Tychach wolontariusze zaopiekowali się parkiem, gdzie posadzili 20 dużych drzew, w tym brzozy, klony oraz krzewy.



Cele Strategiczne Asahi Europe & International (AEI) 2030

2025

- 50% redukcji emisji CO₂ w naszych browarach w **Zakresie 1 i 2** w stosunku do 2015 r.
- 100% udziału energii ze źródeł odnawialnych w całości energii elektrycznej zużywanej przez nasze browary

2030

- neutralność węglowa naszych browarów
- 30% redukcji emisji CO₂ w **Zakresie 3** w stosunku do 2020 r.

2040

- neutralność węglowa w całym łańcuchu wartości



Emisje gazów cieplarnianych

GRI: 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5

Miarą efektywności naszych wysiłków na rzecz klimatu jest stały spadek poziomu wskaźnika intensywności emisji gazów cieplarnianych, czyli ilości tzw. ekwiwalentu CO₂ wyemitowanego przez nas w Zakresie 1, 2 i 3, jaki przypada na każdy wyprodukowany hektolitr piwa.



Dane dotyczące Zakresu 1 i 2 zostały obliczone na podstawie naszej własnej procedury według której do obliczenia emisji wykorzystujemy ilość jednostek nośnika energii pomnożoną przez kaloryczność każdego z rodzajów energii. Kaloryczność nośnika energii potwierdzana jest przez zewnętrzne laboratorium. Wskaźnik kaloryczności dla poszczególnych rodzajów energii pochodzi z KOBIZE. Dane dotyczące Zakresu 3 podane w raporcie w 2022 r. różnią się od tych podanych powyżej. W 2023 r. poprawiliśmy dokładność obliczeń dotyczących emisji, szcze-

gólnie w przypadku procesów pakowania i warzenia. Ulepszenia te wprowadzono, biorąc pod uwagę zaktualizowane dane dotyczące zawartości materiałów pochodzących z recyklingu w kluczowych materiałach opakowaniowych oraz udoskonalenie emisji na początkowym etapie łańcucha dostaw ze źródeł energii cieplnej. Naszym celem jest ciągła poprawa śladu GHG w oparciu o poprawę jakości danych w bieżących i poprzednich latach.



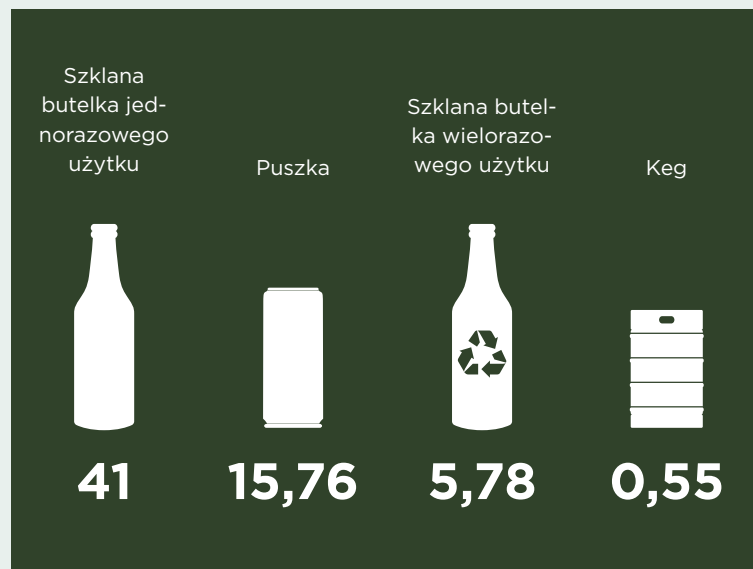
Od 2019 r. (roku bazowego) do końca 2023 r. zredukowaliśmy nasze emisje:

Zakresu 1 o **6,4%**,
Zakresu 2 o **96,1%**,
Zakresu 3 o **19%**.



Intensywność emisji	2023	2022	2021	2020	2019	Zmiana vs. 2022
Zakres 1 i 2 [kg CO ₂ /hl]	2,4	2,4	2,5	5,6	7,3	0%
Zakres 3 [kg CO ₂ /hl]	39,6	41,2	39,6	43,4	42,1	-3,80%

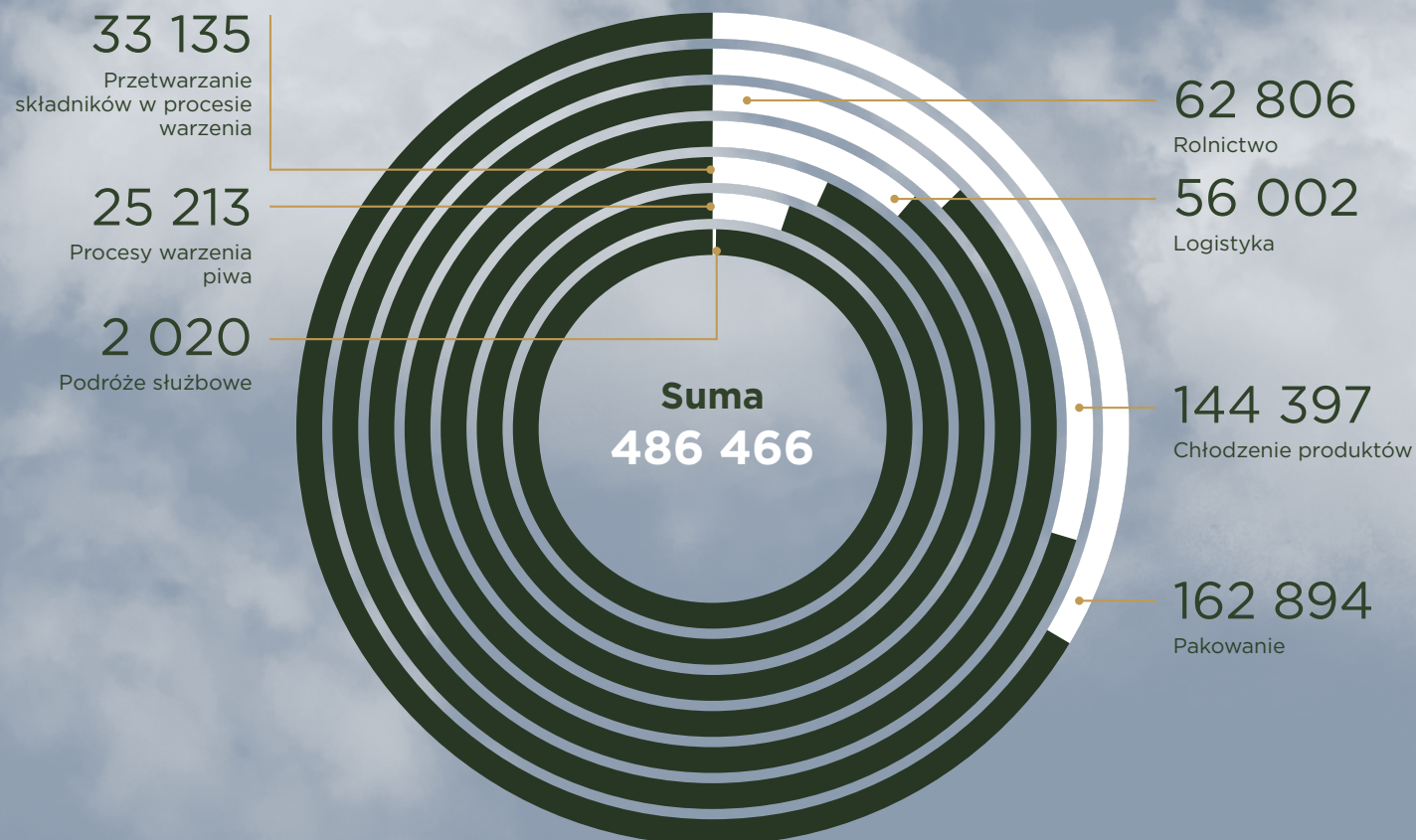
Intensywność emisji dwutlenku węgla dla poszczególnych typów opakowań podana w kg CO₂/hl:



Największy udział w naszych emisjach stanowią te z Zakresu 3, a w szczególności przypadające na opakowania oraz chłodzenie produktów. Naszą ambicją jest, aby do 2030 r. zredukować je o 30% w stosunku do roku bazowego.

W 2023 r. zmniejszyliśmy emisję CO₂ przy rozszerzeniu stosowania technologii pasteryzacji tunelowej w Poznaniu. Pasteryzacja to sposób konserwacji napojów i produktów spożywczych poprzez podgrzanie ich do odpowiedniej temperatury. To technologia, która wymaga większego zapotrzebowania na energię niż pasteryzacja w przepływie. Obydwie metody pasteryzacji są wykorzystywane do zachowania czystości mikrobiologicznej produktów z niską zawartością alkoholu. Zwiększone zużycie energii przy pasteryzacji tunelowej naszego piwa zniwelowaliśmy uruchomieniem pompy ciepła w browarze w Tychach.

Podział emisji **Zakresu 3** na kategorie w Kompanii Piwowarskiej (tCO₂e)



Specyfiką polskiego rynku piwa jest wprowadzanie do punktów sprzedaży lodówek należących do poszczególnych producentów. Posiadamy ok. 65 tys. chłodziarek do sprzedaży naszych wyrobów, a związane z nimi zużycie energii należy do największych w całym naszym łańcuchu wartości.

Mamy świadomość skali emisji CO₂, która jest tego następstwem, dlatego prowadzimy działania w czterech kierunkach:

- Nowoczesne lodówki zużywają nawet 50% mniej energii niż starsze modele, dlatego sukcesywnie je wymieniamy. W 2023 r. w porównaniu do 2019 r. dało to efekt w postaci **11% redukcji emisji z procesu chłodzenia**.
- Tzw. lodówki otwarte bywają nawet trzykrotnie bardziej energochłonne niż urządzenia zamykane, dlatego zdecydowaliśmy się już więcej nie kupować i nie instalować ich w sklepach. Natomiast sprzęt, który wraca do nas z punktów sprzedaży, nie jest ponownie wprowadzany na rynek. Pozwoliło to w latach 2019-2023 zredukować **emisję z procesu chłodzenia o dalsze 5%**.
- Domyślna temperatura utrzymywana wewnątrz naszych chłodziarek to jeszcze do niedawna 2°C, jednak z przeprowadzonych przez nas badań wynika, że piwo przechowywane w temperaturze 5°C również spełnia wymagania konsumentów. Zmniejszenie intensywności chłodzenia oznacza nawet kilkunastoprocentową oszczędność energii. Dlatego podczas rutynowych wizyt serwisowych nasi technicy dokonują zmiany ustawień sprzętu, dzięki czemu oczekujemy, że w 2025 r. będzie on w całości pracował w optymalnym trybie. Spadek emisji CO₂ związanej z chłodzeniem piwa w sklepach, wynikający **ze zmiany temperatury wewnątrz naszych lodówek, wynosi obecnie 6%** (w porównaniu do stanu z 2019 r.), a celowo wyniesie ok. 10%.
- Zdarzało się, że w jednym punkcie sprzedaży znajdowało się kilka różnego typu chłodziarek naszej firmy. Aby jak najbardziej efektywnie wykorzystywać posiadany sprzęt, dla poszczególnych wielkości sklepów określiliśmy maksymalną liczbę i adekwatne wymiary lodówek.

Piwo zanim trafi do konsumentów wymaga magazynowania. Nieustannie dążymy do znalezienia usprawnień, które pomogą nam zredukować emisje związane z tym procesem.

Działania, które w 2023 r. przyczyniły się do zmniejszenia emisji dwutlenku węgla w naszych magazynach o 7% to:

- Aktualizacja systemu zarządzania wózkami widłowymi (Forklift Cost Analyzer), która pozwala na odpowiednie zarządzania flotą wózków widłowych oraz ogranicza ich zbędny ruch;

- Systemy magazynowe:

System AURA – pozwala na alokowanie samochodów ciężarowych w odpowiednie strefy magazynu, zmniejszając drogę, jaką muszą pokonywać wózki widłowe;

System OEC – analizuje zużycie gazu w poszczególnych wózkach widłowych, co pozwala monitorować wózki widłowe, które zużywają więcej gazu w stosunku do pozostałych i wskazuje na konieczność ich regeneracji;

Oprócz tego minimalizacji kosztów ekonomicznych i środowiskowych służą:

- program wymiany wózków widłowych z gazowych na elektryczne,
- wymiana wentylacji na taką, która ogranicza zużywanie energii elektrycznej.

W latach 2019-2023 ograniczyliśmy emisję CO₂ związaną z transportem o 2%.

Nasza sieć dystrybucji i alokacja zapasów są stale optymalizowane, m.in. poprzez dostarczanie produktów bezpośrednio z browarów, dzięki czemu minimalizujemy ilość zużytego paliwa, a więc także emisję dwutlenku węgla. Dbamy o to, aby nasze pojazdy były niemal w pełni

załadowane, monitorujemy trasy oraz współdzielimy transport z naszymi klientami oraz z innymi kontrahentami. Dodatkowo regularnie organizujemy szkolenia z oszczędnej jazdy dla kierowców firm transportowych, z którymi współpracujemy. Z większością naszych głównych klientów (m.in. Eurocash, Biedronka oraz Żabka) wspólnie pracujemy nad projektami zwiększającymi efektywność procesów logistycznych, a więc przynoszącymi korzyści zarówno zaangażowanym stronom, jak i planecie.

W 2023 r. zakończyliśmy proces modernizacji floty samochodów dostawczych Kompanii Piwowarskiej i obecnie wszystkie samochody spełniają wymagania normy Euro 6, tj. charakteryzują się średnią emisją dwutlenku węgla na poziomie nie wyższym niż 95 g/km.

Wykorzystujemy specjalistyczną flotę (tzw. lekkie naczepy), dzięki której zwiększamy wagę ładunku i minimalizując liczbę kilometrów koniecznych do dostarczenia naszego piwa do klientów.



Energia

GRI: 3-3 Energia, 302-1, 302-3, 302-4

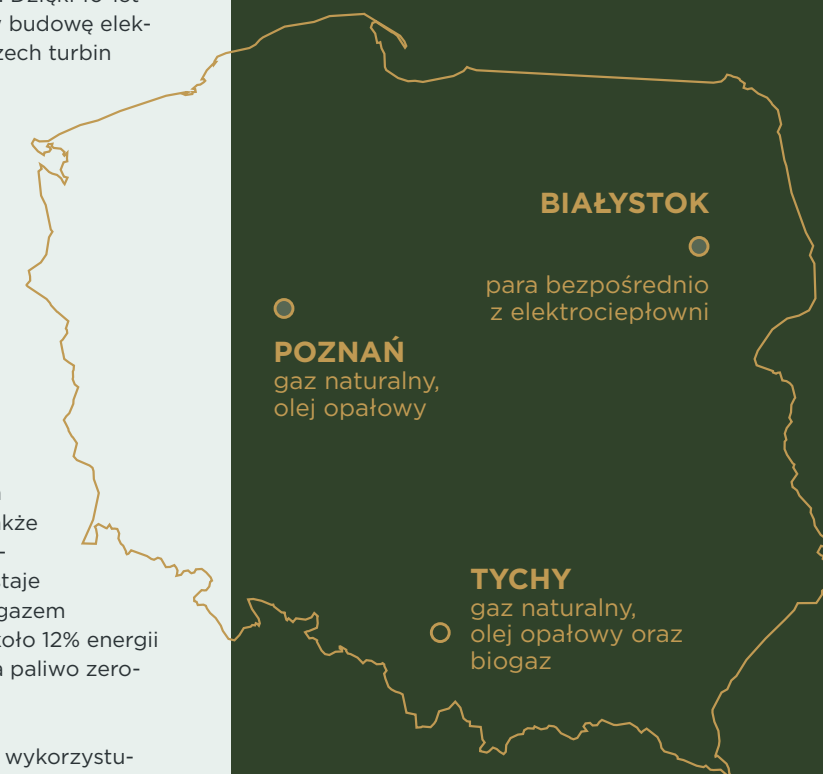
W praktyce udowadniamy, że walka z przyczynami i skutkami zmian klimatu nie musi wykluczać rozwijania produkcji przemysłowej. W 2019 r. nawiązaliśmy przełomową współpracę z RWE Renewables, jednym z największych koncernów energetycznych w Europie, która umożliwia nam całkowite pokrywanie ze źródeł odnawialnych zapotrzebowania naszych browarów i magazynów na energię elektryczną. Dzięki 10-letniemu kontraktowi z RWE, firma mogła zainwestować w budowę elektrowni wiatrowej w Nowym Stawie, która składa się z trzech turbin o łącznej mocy 12 MW.

Warzenie piwa to proces wymagający dużych ilości energii cieplnej (gotowanie brzezki, mycie opakowań, itd.). Dominującym źródłem energii cieplnej w Kompanii Piwowarskiej jest spalanie gazu ziemnego. Ograniczenie emisji związanych z pozyskiwaniem tego rodzaju energii jest dużym wyzwaniem dla naszej firmy. W tej sferze działaniom optymalizacyjnym towarzyszy stopniowe przechodzenie na samodzielne wytwarzanie ciepła ze źródeł odnawialnych.

Browar w Tychach część zużywanego ciepła produkuje spalając biogaz, powstający podczas fermentacji metabolicznej w zakładowej podczyszczalni ścieków. Proces ten nie tylko ogranicza emisje netto dwutlenku węgla, ale także generuje znacznie mniej zanieczyszczeń. W Tyskich Browarach Książących energia cieplna w postaci pary powstaje w kotłowni poprzez spalanie gazu ziemnego wraz z biogazem pochodzącym z zakładowej podczyszczalni ścieków. Około 12% energii uzyskuje się ze spalania biogazu, który jest uznawany za paliwo zero-emisyjne; pozostałe 88% – ze spalania gazu ziemnego.

Dodatkowo w Tychach planujemy instalację biogazowni wykorzystującej biomasa oraz zmianę technologii gotowania brzezki na mniej energochłonną. Przygotowywanie brzezki z wykorzystaniem nowej technologii oraz budowę biogazowni rozważamy także w odniesieniu do browaru w Poznaniu.

W 2023 r. w naszych zakładach wykorzystywaliśmy do uzyskania energii cieplnej następujące rodzaje paliw:



Jesteśmy na bieżąco z nowymi technologiami, takimi jak produkcja biogazu, kotły zasilane energią elektryczną czy paliwem wodorowym.

Dokładamy starań, żeby w 2029 r. w pełni przejść na źródła odnawialne w obszarze energii cieplnej, co będzie oznaczało pełną realizację celu zapisanego w strategii „Lepsza Przyszłość 2030”, czyli neutralność węglową naszych browarów.

Ze wspomnianych technologii najbardziej prawdopodobna jest instalacja biogazowni wykorzystujących pozostające z produkcji piwa wystodżniny browarniane.

Od października 2020 r. Grupa Asahi współtworzy międzynarodową inicjatywę RE100, w ramach której dąży do pełnego przejścia na energię ze źródeł odnawialnych do 2050 r. 100% energii elektrycznej, która zasila nasze browary i ich magazyny, pochodzi już teraz ze źródeł odnawialnych.

Redukcji zużycia energii dokonujemy poprzez:

- ulepszanie technologii;
- wymianę urządzeń;
- instalację pomp ciepła;
- komputerowy monitoring zużycia ciepła, prądu i chłodu;
- uwzględnianie w umowach z podwykonawcami klauzul dotyczących zużycia mediów.

W 2023 r. najważniejszym realizowanym projektem z zakresu ograniczenia zużycia energii cieplnej była instalacja pompy ciepła w browarze w Tychach. Realizacja projektu przyniosła redukcję intensywności zużycia energii w browarze o 4 MJ/hl. Dzięki temu rozwiązaniu zużyjemy o 15% mniej gazu ziemnego, a co za tym idzie zmniejszymy emisję browaru w Tychach o 15%. Jednym z największych wyzwań podczas realizacji procesu było poprowadzenie rurociągów z gorącą wodą w celu dostarczenia energii do wybranych punktów odbioru. Do stworzenia instalacji zużyto ponad 2 kilometry rur, wykonano dwie estakady między budynkami oraz zamontowano wiele podpór pod rurociągi. Naszym nadrzędnym celem jest bezpieczeństwo, dlatego do zabezpieczenia prac w przestrzeniach zamkniętych zatrudniliśmy profesjonalnych ratowników.

W Lech Browary Wielkopolski z kolei energią cieplną w postaci pary wodnej uzyskuje się w kotłowni poprzez spalanie gazu ziemnego, a uruchomienie pomp ciepła odbyło się w styczniu 2024 r. Te dwa projekty przełożą się na redukcję emisji o 15% (4835 ton CO₂) w skali roku dla wszystkich browarów firmy. Łączny koszt inwestycji w dwóch lokalizacjach wyniósł 25 mln złotych.



Browary Kompanii Piwowskiej

zajmują pierwsze miejsce wśród europejskich browarów Grupy Asahi pod względem najmniejszej całkowitej konsumpcji energii na hl wyprodukowanego piwa.

W 2023 r. zużyliśmy
1 620 909,4 GJ
energii elektrycznej, czyli
o 4,2% mniej
niż rok wcześniej.

66,01 MJ* energii
w tym około 34,5% ze źródeł odnawialnych
zużywaliśmy w 2023 r., aby wyprodukować
1 hl piwa

* Odliczono energię sprzedaną innym podmiotom.



Woda

GRI: 3-3 Woda i ścieki, 303-1, 303-3, 303-4, 303-5

Mamy świadomość, że wraz ze wzrostem produkcji naszych piw oraz nasilaniem się zmian klimatu, rośnie nasza odpowiedzialność za zabezpieczenie zasobów dobrej jakości wody dla społeczności, w których działamy. Dlatego stale ograniczamy zapotrzebowanie naszych browarów na wodę. Stosujemy nowe technologie i doskonalimy procesy, w tym takie, które umożliwiają wielokrotne użycie wody z procesów produkcyjnych do celów technicznych, takich jak mycie urządzeń, czyszczenie pomieszczeń czy chłodzenie maszyn. Wykorzystujemy również systemy monitoringu zużycia tego surowca oparte na technologii komputerowej. Wykorzystywane przez nas rozwiązania techniczne i organizacyjne stanowią punkt odniesienia dla pozostałych europejskich zakładów Grupy Asahi.

Odpowiedzialne zarządzanie zużyciem wody w naszych zakładach zapewniają następujące rozwiązania:

- **Procedura identyfikacji znaczących aspektów środowiskowych** – pozwala ująć główne aspekty środowiskowe funkcjonowania naszych browarów, w tym gospodarowanie wodą;
- **Środowiskowy System Zarządzania** – ustala wszystkie procesy i procedury w zakresie zarządzania środowiskowego;
- **Water KPI management** – procedura obowiązująca na poziomie AEI, dzięki której zużycie wody we wszystkich krajach jest obliczane według tej samej metodologii.

W 2023 r. ponownie szczegółowo zbadaliśmy ryzyko niedoboru odpowiedniej jakości wody do produkcji piwa w regionach, w których są zlokalizowane nasze browary. Wyniki wykluczają możliwość urzeczywistnienia się takiego scenariusza w przewidywalnej przyszłości w browarach w Białymstoku i Tychach. Analiza wykazała, że zmiany klimatu nie mają istotnego negatywnego wpływu na poziom jej zasobów w tych regionach. Natomiast w rejonie, w którym działa browar w Poznaniu, istnieje ryzyko niedoboru wody w najbliższych dziesięcioleciach. W związku z tym podjęliśmy szereg działań zmierzających do uzyskania pogłębionych analiz geologicznych wskazujących na przyszłe zasoby wody w tym rejonie.

Z zasady nie pobieramy wody z obszarów, na których występuje potwierdzone ryzyko jej niedoboru. Do naszych browarów w Poznaniu i Białymstoku trafia ona z miejskich sieci wodociągowych, a w Tychach dodatkowo z własnych ujęć głębinowych.

W 2023 r. całkowity pobór wody na potrzeby naszych zakładów wyniósł

3 387 857 m³

zaś jej całkowite zużycie z ujęć własnych to

994 211 m³.



Kluczowe wskaźniki efektywności Kompanii Piwowarskiej w 2023 r.

2,76 l wody

zużywaliśmy do wyprodukowania litra piwa

0

zasobów wodnych, na które działalność naszych zakładów miała istotny negatywny wpływ



Cele Strategiczne Asahi Europe & International (AEI) 2030

średnie zużycie wynoszące

2,75 litra wody

na litr piwa

zużywanie poniżej **3 l** wody na litr piwa

zrównoważone wykorzystywanie wody we wszystkich browarach



	2023 [m ³]				Zmiana vs. 2022
	Browar Białystok	Browar Poznań*	Browar Tychy	Razem	Razem
Pobór wody					
Wody gruntowe	-	-	994 211	994 211	-4,9%
Zakład sieci wodociągowej	309 148,7	1 657 907,3	426 590	2 393 646	-4,5%
Razem	309 148,7	1 657 907,3	1 420 801	3 387 857	-4,6%

*Browar w Poznaniu jest położony na obszarze dotkniętym stresem wodnym.

Dzięki naszej niezmiennie konsekwentnej strategii, nie tylko utrzymujemy pozycję w czołówce światowych liderów w przemyśle piwowarskim pod kątem efektywnej gospodarki wodnej, lecz również nieustannie ulepszamy nasze osiągnięcia w tym obszarze.

Podczas gdy typowy nowoczesny browar zużywa 3-6 l wody do uwarzenia litra piwa, nam wystarczy 2,76 l wody.

Nieznaczne obniżenie efektywności wykorzystania wody w 2023 r. jest rezultatem istotnego wzrostu produkcji piw bezalkoholowych i smakowych, które zwiększają potrzebę intensywnego czyszczenia sprzętu produkcyjnego.

W 2023 r.
Kompania Piwowarska zużyła
1 340 137 m³ wody,
czyli o 4,2% mniej niż w roku
poprzedzającym.

W 2023 r. do miejskich oczyszczalni skierowaliśmy łącznie
2 105 643 m³ ścieków.



DOBRA PRAKTYKA

WODA Z BROWARU DLA MIESZKAŃCÓW TYCHÓW

W 2013 r. podpisaliśmy porozumienie z Rejonowym Przedsiębiorstwem Wodociągów i Kanalizacji w Tychach, które w szczególnych okolicznościach, takich jak wojna lub klęska żywiołowa, pozwala na udostępnienie mieszkańcom wody ze źródeł Tyskich Browarów Książęcych. Szacujemy, że jesteśmy w stanie przekazywać do sieci wodociągowej RPWiK ok. 4800 m³ wody pitnej na dobę.

Ponadto w razie potrzeby udostępniemy punkty czerpalne znajdujące się na terenie browaru, aby umożliwić napełnianie beczkowozów i zbiorników na wodę.



Materiały i surowce

GRI: 3-3 Materiały i surowce, 301-1, 301-3

Naszym celem jest wywieranie pozytywnego wpływu na środowisko, aby chronić zasoby naszej planety poprzez promowanie odpowiedzialnych upraw. Dlatego w 2021 r. opracowaliśmy plan działania dotyczący zrównoważonych upraw. Zobowiązujemy się do pozyskiwania wszystkich surowców w sposób zrównoważony poprzez nawiązywanie partnerskich relacji z dostawcami i plantatorami, a także wprowadzenie powszechnego systemu certyfikacji i standardów dla produkcji rolniczej.

Nie zajmujemy się bezpośrednią kontrolą rolników – przeprowadzają ją zakłady przetwórcze, z którymi współpracujemy. Dodatkowo, Grupa AEI dysponuje systemem, który umożliwia poznanie historii surowca od momentu jego wytworzenia.



W 2023 r. do produkcji piwa zakupiliśmy

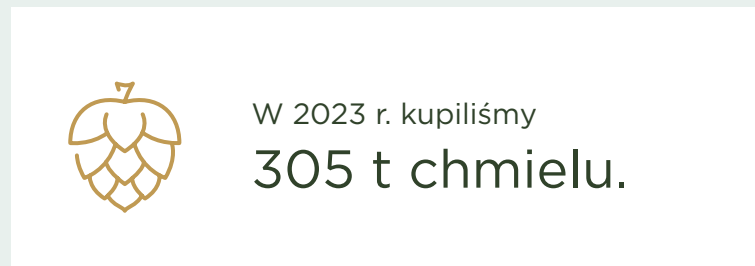
160 927 t słodu
nadaje on produktowi kolor i posmak.

**Niezbędne dla procesu warzenia są
słód, chmiel, drożdże i woda.**



Browary Kompanii Piwowarskiej wykorzystują wiele różnych odmian chmielu w procesie warzenia swoich piw.

Odmiany chmielu różnią się pochodzeniem, zawartością związków goryczkowych i aromatycznych. Stosujemy polskie odmiany chmielu (Marynka i Lubelski), czeski (Saaz), który jest znany z Pilsner Urquell, jak również szereg tzw. nowofalowych odmian.



W zależności od regionu upraw chmiel posiada różne cechy sensoryczne:



Opakowania



Materiały wykorzystane do produkcji opakowań

	2023* [t]
Szkło	28200,2
Papier	7043,4
Plastik	2602
Aluminium	23050,7
Stal	2032,8
Drewno	376,4
Razem	63305,5

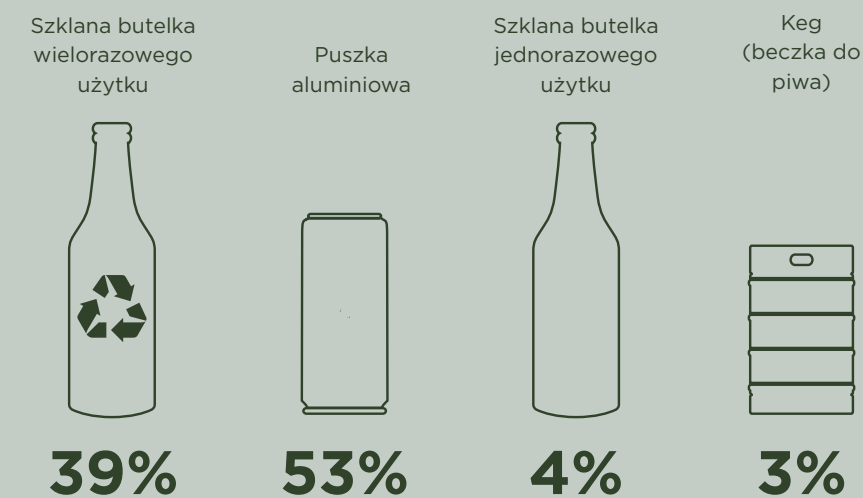
W naszej strukturze sprzedaży dominują opakowania o wyraźnie mniejszym wpływie na środowisko – puszki aluminiowe oraz szklane butelki wielokrotnego użytku. Łącznie stanowią one 92% naszej sprzedaży. W 2023 r. 61% materiałów wykorzystanych do produkcji opakowań pochodziło z recyklingu (o 3% mniej niż w 2022 r.).

* Dane dotyczą tylko 2023 r., bez porównania z latami poprzednimi ze względu na zmianę sposobu podawania danych.

Struktura opakowań Kompanii Piwowarskiej w 2023 r.

Puszki, w których sprzedajemy nasze piwo, są w ponad 50% zrobione z aluminium pochodzącego z recyklingu, a butelki w 64% ze stłuczki szklanej.

Dane dotyczące butelek i puszek podane są na podstawie informacji otrzymanych od dostawców opakowań. Dane mogą nie sumować się do 100%, co wynika z ich zaokrąglenia.



System sprzedaży w opakowaniach wielokrotnego użytku, który stworzyliśmy i utrzymujemy, wykazuje się niezwykle wysoką efektywnością na poziomie 90%.

Kompania Piwowarska samodzielnie nabywa butelki, skrzynki i beczki na piwo, a następnie współpracuje ze swoimi partnerami w celu zorganizowania zwrotnego transportu tych opakowań. Po otrzymaniu, myje je, ponownie napełnia i wprowadza na rynek.

Odsetek odzyskanych opakowań wielokrotnego użytku wykorzystanych do sprzedaży piwa Kompanii Piwowarskiej

	2023	Zmiana vs. 2022
Butelka szklana wielokrotnego użytku	90%	+2 p.p.
Skrzynka	99%	-1 p.p.
Keg (20 litrów, 30 litrów, 50 litrów)	99%	-1 p.p.

Od 2023 r. do pakowania wielopaków puszkowych i butelkowych naszych piw stosujemy wyłącznie folię termokurczliwą produkowaną w 100% z recyklatu (zastąpi LDPE virgin), **charakteryzującą się ok. 20% niższym śladem węglowym.**

Od 2020 r. we współpracy z naszymi dostawcami Reborn oraz Bogucki rozwijaliśmy i testowaliśmy folię pochodzącą w całości z recyklatu. W 2022 r. folia ta trafiła do masowej produkcji dla wybranych wielopaków marki Lech Premium – ten projekt nazwaliśmy R100. Po pozytywnych wynikach testów, podjęliśmy decyzję o wdrożeniu tego rozwiązania dla wielopaków wszystkich naszych marek.

Zarządzanie odpadami

GRI: 3-3 Odpady, 306-1, 306-2, 306-3

Produkcja towarów nierozzerwalnie wiąże się z powstawaniem odpadów, co nie jest wyjątkiem w branży piwowarskiej. Naszym priorytetem jest ponowne wykorzystanie i recykling tych odpadów, aby minimalizować ich ilość trafiającą na składowiska. Wszystkie odpady i produkty uboczne generowane przez nasze browary poddajemy procesowi odzysku. Dzięki odpowiedzialnej gospodarce odpadami, nie tylko zdołaliśmy ograniczyć zużycie surowców i związane z tym koszty, ale również redukujemy nasz ślad węglowy.

Cele Strategiczne Asahi Europe & International (AEI) 2030

100%

naszych opakowań będzie zwrotnych lub będzie można poddać je recyklingowi

nasze opakowania będą wytworzone średnio w

50%

z surowców z recyklingu

100%

opakowań do wielokrotnego wykorzystania lub nadających się do recyklingu



Kluczowe wskaźniki efektywności Kompanii Piwowarskiej w 2023 r.

99,9%

odpadów i produktów ubocznych powstałych w procesie produkcji poddaliśmy odzyskowi

43%

naszych produktów sprzedaliśmy w opakowaniach wielokrotnego użytku

90%

wyniosła efektywność naszego systemu kaucyjnego dla butelek zwrotnych

100%

wprowadzonych przez nas opakowań nadaje się do recyklingu

nasze puszk średnio w

53%

zrobione są z aluminium pochodzącego z recyklingu



Gospodarowanie odpadami w naszych browarach reguluje instrukcja IRMS.

Instrukcja ta nakazuje, aby na pierwszym miejscu stawiać zapobieganie powstawaniu odpadów przez optymalizację procesów produkcyjnych i logistycznych. W dalszej kolejności należy podjąć działania umożliwiające ponowne użycie lub przedłużenie okresu użytkowania danego produktu, materiału lub substancji. W niej precyzyjnie określono sposób postępowania z każdym typem odpadu, monitorowanie pojemników, działania podejmowane w przypadku zmiany procesów technologicznych oraz osoby odpowiedzialne za egzekwowanie obowiązujących zasad.

Zgodnie z przepisami prawnymi, informacje dotyczące ilości wygenerowanych odpadów są rejestrowane w ogólnopolskiej Bazie Danych o Odpadach. Z firmami zajmującymi się odbiorem odpadów podpisujemy umowy, które precyzyjnie definiują sposób ich utylizacji. Co roku obliczamy procent odpadów poddanych procesowi odzysku oraz procent odpadów skierowanych na składowiska.

W celu zaspokojenia wymogów prawnych związanych z odzyskiem odpadów opakowaniowych, w 2023 r. nawiązaliśmy współpracę z firmami Rekopol oraz Biosystem.



W 2023 r. w Kompanii Piwowskiej
wytworzono
126 118,7 t odpadów.



74 276,3 t
odpadów poddano
recyklingowi.



502,8 t odpadów
skierowano do unieszkodliwienia.



DOBRA PRAKTYKA

WYKORZYSTANIE PRODUKTÓW UBOCZNYCH

Wszystkie produkty uboczne powstające podczas warzenia naszych piw są wykorzystywane w rolnictwie – młoto, czyli zużyty, wygotowany sład, jest używane do bezpośredniego skarmiania zwierząt lub jako składniki mieszanek paszowych.

KORZYSTANIE Z SUROWCÓW Z RECYKLINGU

W 2023 r. zakończyliśmy proces przejścia na folie termokurczliwe produkowane w 100% z recyklatu, które charakteryzują się o ok. 20% niższym śladem węglowym. Dla naszej marki Lech Easy wprowadziliśmy etykiety papierowe produkowane w 100% z recyklatu przy zachowaniu najwyższej jakości i pełnej funkcjonalności.

STREFY EKO BASKET CHALLENGE NA FESTIWALACH MUZYCZNYCH

Na imprezach masowych organizowanych we współpracy z naszymi markami prowadzimy strefy zbiórki odpadów nadających się do recyklingu: puszek i kubków jednorazowych z recyklingu. Poprzez zabawę i wyzwania sportowe prowadzimy w strefach również edukację związaną z opakowaniami zwrotnymi. W 2023 r. działania miały miejsce na trzech dużych festiwalach – Pol'and'Rock, Lech Polish Hip-Hop Festival Płock oraz Żagle w Szczecinie. Zebraliśmy na nich ponad 3 tys. odpadów opakowaniowych.

ZWRACAJ – NIE WYRZUCAJ!

W 2023 r. kontynuowaliśmy współpracę z największym detalistą w Polsce, siecią Biedronka, w zakresie sprzedaży piwa w opakowaniach zwrotnych.



Biedronka nie wymaga żadnych dokumentów potwierdzających zakup piwa w takim opakowaniu. Sklepy sieci przyjmują butelki wszystkich marek, których dystrybucję prowadzą. Przygotowaliśmy dodatkowe materiały promujące zwrot butelek, a konsumenci otrzymali dodatkowe zniżki.

Zwrotność butelek w tej akcji wyniosła 56,2%, co przełożyło się na 12 313 240 zwróconych butelek.



W 2023 r. osiągnęliśmy następujący poziom recyklingu odpadów opakowaniowych zbieranych z rynku:

aluminium

51%

tworzywa sztuczne

40%

palety drewniane

21%

szkło

64%

RECYKLING

papier i karton

70%

stal opakowaniowa, w tym blacha stalowa

60%



SPOŁECZEŃSTWO

Budzenie w społeczeństwie świadomości i decyzyjności w kwestiach związanych z odpowiedzialnym i umiarkowanym podejściem do alkoholu jest dla nas priorytetowe.

Etyczne produkty, marketing i sprzedaż

Zarządzanie jakością i bezpieczeństwem produktów

GRI: 3-3 Rzetelna komunikacja marketingowa, etyczny marketing i sprzedaż, 3-3 Stosowanie w komunikacji i sprzedaży samoregulacji zapobiegającej spożywaniu alkoholu w sposób nieodpowiedzialny, 417-1, 417-2, 417-3, wskaźnik własny 1

Mamy pełną świadomość, że konsumpcja produkowanych przez nas wyrobów alkoholowych – w nadmiarze, w określonych sytuacjach lub przez pewne grupy osób – może nieść ze sobą ryzyko niepożądanych konsekwencji zdrowotnych i społecznych, a nawet stanowić zagrożenie dla zdrowia i życia. Uważamy, że powinniśmy podejmować działania prowadzące do bardziej świadomych decyzji konsumentów oraz odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu, przez co rozumiemy powstrzymanie się od jego spożywania w pewnych sytuacjach lub przez określone



Kluczowe wskaźniki efektywności Kompanii Piwowarskiej w 2023 r.

3219

pobrań aplikacji Sprawdź promile i kalorie

9

uzasadnionych skarg na nasze działania reklamowe do Komisji Etyki Reklamy

grupy. Aby być skutecznym w tym zakresie, stosujemy odpowiedzialną komunikację i samoregulację (na poziomie firmowym i branżowym), edukujemy pracowników i konsumentów, a także systematycznie poszerzamy naszą ofertę piw bezalkoholowych.

Z własnej inicjatywy zaimplementowaliśmy wiele ograniczeń w zakresie komunikacji marketingowej, które znacznie przekraczają prawne wymogi dla branży piwowarskiej. Przestrzegamy zasad samoregulacji ustalonych na poziomie naszej firmy oraz całej branży, w ramach Związku Stowarzyszeń Rady Reklamy. Ta organizacja pilnuje przestrzegania Kodeksu Etyki Reklamy, który zawiera zasady reklamowania piwa. Na stronach internetowych naszych produktów umieszczamy link do strony Rady Reklamy, na której można zgłosić problem z naszymi reklamami, jeśli łamią one zasady Kodeksu. Te zgłoszenia są następnie rozpatrywane przez Komisję Etyki Reklamy. Decyzje Komisji są przez nas niezwykle szanowane i bezwzględnie wdrażane.

W 2023 r. Komisja Etyki Reklamy otrzymała 20 skarg dotyczących naszych działań reklamowych. W 9 przypadkach stwierdzono, że doszło do naruszenia Kodeksu.

W Kompanii Piwowarskiej, kwestię odpowiedzialności w kontekście alkoholu dodatkowo regulują:

- Polityka Komunikacji Marketingowej, która wyznacza spójne standardy marketingowe dla wszystkich naszych marek na świecie;
- Polityka Badań Rynkowych, która reguluje kwestie badań rynkowych prowadzonych dla napojów alkoholowych i bezalkoholowych, dostępu do wyników tych badań oraz ich rozpowszechniania;
- Polityka Portfela Produktów, która reguluje kwestie wytwarzania lub nabywania nowych marek, jak również zasady oceniania adekwatności produktów znajdujących się obecnie w portfelu marek.

Wszystkie materiały reklamowe, po weryfikacji ich zgodności z wymogami powyższych dokumentów, zatwierdza wewnętrzna Komisja Odpowiedzialnego Marketingu i Sprzedaży, złożona z pracowników różnych działów naszej firmy.

Stosujemy te same standardy samoregulacji do reklam naszych piw bezalkoholowych, jak w przypadku produktów zawierających alkohol. Oznacza to między innymi, że ich adresatami absolutnie nie mogą być osoby nieletnie, aktorzy w nich występujący muszą mieć ukończone 25 lat oraz mogą być emitowane w kanałach, których odbiorcy to przynajmniej w 75% osoby dorosłe.

Wyraźnie komunikujemy naszym partnerom handlowym, że piwo bezalkoholowe jest produktem przeznaczonym tylko dla osób dorosłych i nie powinno być sprzedawane osobom niepełnoletnim. W skierowanym do nich stanowisku stwierdzamy, że:

Kompania Piwowarska w żaden sposób nie informuje ani też nie sugeruje w swoich działaniach reklamowych i sprzedażowych, aby piwo bezalkoholowe mogło być kupowane i spożywane przez osoby niepełnoletnie.

Jako firma stosująca i promująca najwyższe standardy etyczne w zakresie sprzedaży i promocji piwa, Kompania Piwowarska uważa, że cała kategoria piwna, w tym także piwo bezalkoholowe, przeznaczona jest wyłącznie dla osób dorosłych, dlatego nie rekomenduje sprzedaży piw bezalkoholowych osobom poniżej 18. roku życia.

Na butelkach i puszkach naszych piw, w materiałach sprzedażowych oraz w reklamach dobrowolnie umieszczamy znaki przestrzegające przed spożywaniem alkoholu przez osoby niepełnoletnie, kobiety w ciąży i kierowców.

Zostały one wypracowane na podstawie porozumienia w sprawie stosowania dobrowolnych oznaczeń odpowiedzialnościowych oraz dostosowane do wymogów globalnego zobowiązania podpisane przez Grupę Asahi, którego celem jest ograniczenie spożywania alkoholu przez osoby niepełnoletnie.

Znaki przestrzegające przed spożywaniem alkoholu przez osoby niepełnoletnie, kobiety w ciąży i kierowców.

18+ www.abcalkoholu.pl

TYSK

TYSKIE

GRONIE

1619

CZTERY WIEKI WARENIA W TYCHACH

MADE IN POLAND

www.abcalkoholu.pl

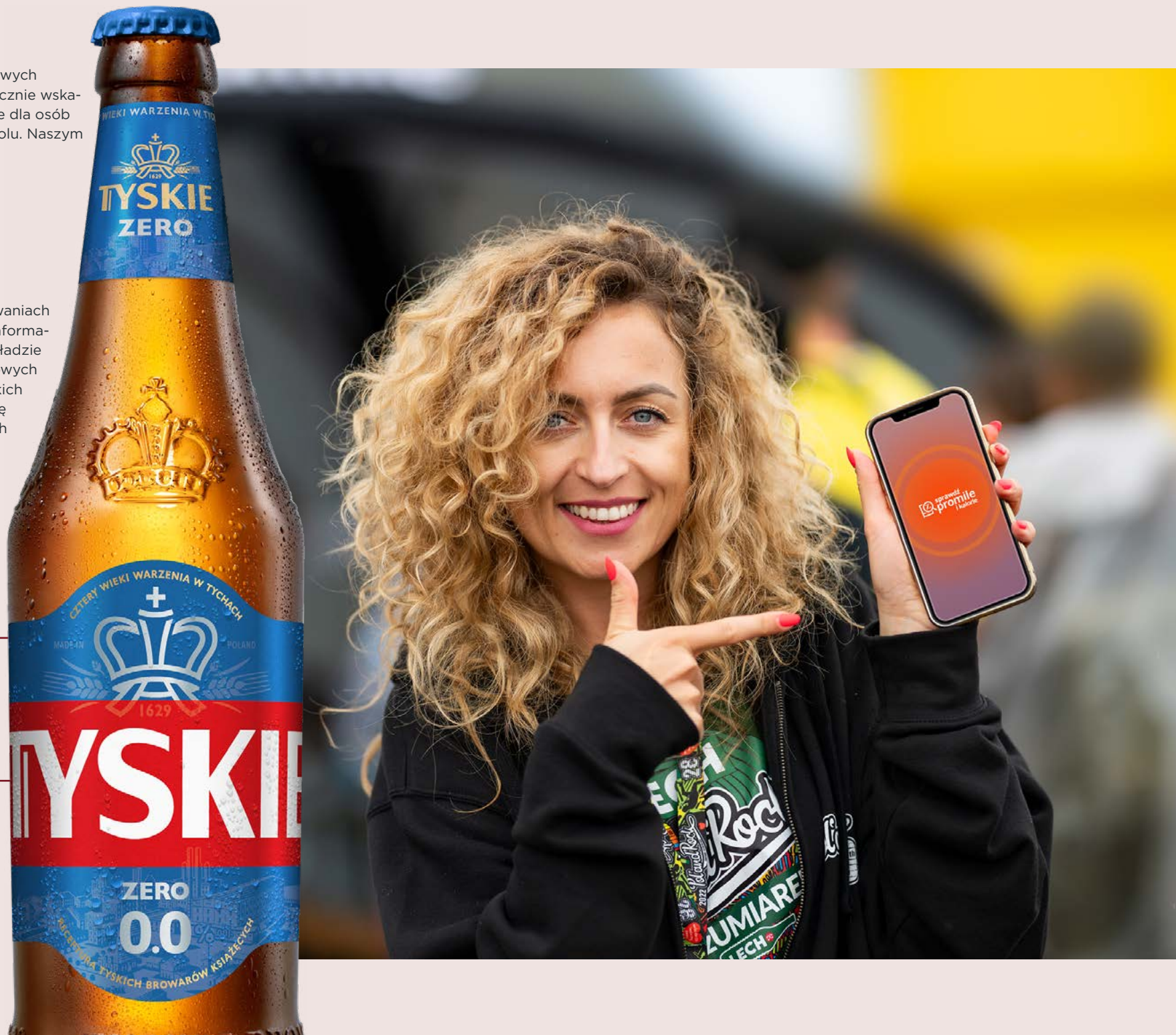
Dodatkowo na opakowaniach piw bezalkoholowych wprowadziliśmy oznaczenie 18+, aby jednoznacznie wskazać, że to produkty są przeznaczone wyłącznie dla osób dorosłych, pomimo że nie zawierają one alkoholu. Naszym zdaniem świat piwa to świat ludzi dorosłych.



Zgodnie z wymaganiami prawnymi, na opakowaniach naszych piw bezalkoholowych umieszczamy informacje o wartościach odżywczych oraz pełnym składzie surowcowym. Choć dla produktów alkoholowych nie ma prawnego wymogu podawania wszystkich tych informacji, zdecydowaliśmy zastosować tę zasadę również dla tej grupy produktów. Na ich opakowaniach podajemy też adres do strony internetowej, na której zamieszczone są pełne informacje o wartościach odżywczych, czyli zawartości tłuszczów, tłuszczów nasyconych, węglowodanów, cukrów, białka i soli. To wyraz dążenia naszej firmy do wspomaganie konsumentów w podejmowaniu świadomych wyborów.

Na stronie www.abcalkoholu.pl i w aplikacji „Sprawdź promile i kalorie” można dodatkowo znaleźć informacje o kaloryczności piwa (alkoholowego i bezalkoholowego) oraz innych napojów i drinków alkoholowych.

W 2023 r. nie stwierdzono przypadków niezgodności z prawem w zakresie informowania o produktach oraz ich znakowania.



Odpowiedzialna i umiarkowana konsumpcja alkoholu

GRI: 3-3 Działania firmy na rzecz zapobiegania nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu/umiarkowanej konsumpcji alkoholu, wskaźnik własny 6

W 2023 r. rozpoczęliśmy działania promujące umiarkowaną konsumpcję alkoholu, czyli ograniczanie jej. Dążymy do tego, aby klarowny komunikat, który kierujemy do konsumentów naszych produktów, zwiększał ich świadomość na temat korzyści wynikających z umiarkowanego spożycia napojów alkoholowych. Takie podejście ogranicza ryzyko negatywnych sytuacji czy strat w różnych obszarach, jednocześnie może być elementem normalnego stylu życia.



Kluczowe wskaźniki efektywności Kompanii Piwowskiej w 2023 r.

288 288

wejść na platformę
abcalkoholu.pl

3219

pobrań aplikacji Sprawdz
promile i kalorie

3

mln zaangażowanych odbiorców
kampanii „Pij z umiarem”

W naszych działaniach prewencyjnych, obejmujących produkcję piwa, jego reklamę i sprzedaż, skupiamy się przede wszystkim na czterech obszarach:

- promowaniu umiarkowanej konsumpcji alkoholu,
- przeciwdziałaniu konsumpcji alkoholu przez niepełnoletnich,
- przeciwdziałaniu spożywaniu alkoholu przez kobiety w ciąży,
- przeciwdziałaniu prowadzeniu pojazdów pod wpływem alkoholu.

Naszym priorytetem jest budowanie świadomości społecznej i promowanie świadomego podejmowania decyzji w kwestiach związanych z odpowiedzialnym i umiarkowanym spożyciem alkoholu. Dlatego dokładamy wszelkich starań, aby nasza komunikacja i działania edukacyjne były skierowane do jak najszerszego i określonego grona odbiorców.

Robimy to w szczególności za pośrednictwem:

- opakowań naszych produktów oraz prowadzonej przez nas od 15 lat strony abcalkoholu.pl,
- odpowiednio zaprojektowanych działań marketingowych,
- punktów sprzedaży,
- wydarzeń organizowanych we współpracy z naszymi markami,
- celowych kampanii edukacyjnych.

Odpowiedzialność naszej firmy w sferze upowszechniania odpowiedzialnej i umiarkowanej konsumpcji alkoholu jest ważnym elementem edukacji pracowników – temu zagadnieniu poświęcony jest program Grupy Asahi „**Ambasadorzy Odpowiedzialnego Spożywania Alkoholu**” i cykliczne szkolenie „**ABC Alkoholu**”.

Dodatkowo, pracownicy przechodzą proces edukacji w obszarze odpowiedzialnej konsumpcji, realizowany za pomocą wewnętrznego programu „**Odpowiedzialność – podaj dalej!**”. Program ten wykorzystuje różne metody edukacyjne, takie jak motywujące posty, podcasty, konkursy i quizy.



DOBRA PRAKTYKA



ABC ALKOHOLU

www.abcalkoholu.pl to prowadzony przez nas od 2009 r. serwis internetowy pełen wiedzy z zakresu wpływu alkoholu na zdrowie i życie społeczne oraz korzyści płynących z jego odpowiedzialnej konsumpcji. Dostępne, kompleksowe materiały są opracowane przez niezależnych ekspertów. Również na popularnych serwisach streamingowych publikujemy stworzone przez nas podcasty.

W 2023 r. na naszej stronie abcalkoholu.pl zanotowaliśmy 228 288 odwiedzin. Adres tej strony jest umieszczony również na opakowaniach wszystkich piw, które produkujemy.

PIJ Z UMIAREM

W 2023 r. podczas Pol'and'Rock w strefie „Sprawdź Promile”, wprowadzono dodatkowe elementy związane z hasłem „Pij z Umiarem”. Ich celem było propagowanie umiarkowanego spożycia alkoholu. Zostały one zaimplementowane z myślą o zachęcaniu do umiarkowanego spożycia alkoholu.

Oprócz przeprowadzania testów na trzeźwość i prezentowania animacji z użyciem algogogli, w strefie oferowano również różne atrakcje: co godzinę, pierwsze 50 osób, które poddało się testowi alkomatem, otrzymywało kupony na darmowe piwo bezalkoholowe; festiwalowe wachlarze z komunikatem przypominającym o umiarkowanym spożyciu alkoholu; a także specjalna ramka na zdjęcia do selfie z hasłem promującym umiar, przeznaczona do udostępniania w mediach społecznościowych.

Strefa została uzupełniona o dodatkowe banery i flagi, które podkreślały promowane przesłanie, zwiększając jego widoczność. Udzielano również porad związanych z odpowiedzialnym i umiarkowanym spożyciem alkoholu, takich jak zalecenie picia na przemian napojów alkoholowych i bezalkoholowych, zachowanie odpowiedniego nawodnienia oraz spożywanie posiłków.





DOBRA PRAKTYKA

PIJ Z UMIAREM – TO SIĘ RYMUJE

Rap to jeden z najpopularniejszych w Polsce gatunków muzycznych, a jednocześnie inspiracja dla kampanii edukacyjnej „Pij z Umialem – to się rymuje”. Głównym celem tej inicjatywy było przekonanie odbiorców, że prawdziwa radość i zabawa nie muszą być związane z nadmiernym spożyciem alkoholu. Partnerem akcji zostało Wodne Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe.

W działania zaangażowali się: Adam Piechocki – raper znany jako Pih oraz Andrzej Grabowski – aktor. Panowie wykonali finałowy utwór kampanii „Pij feat. Umialem – to się rymuje”. W tworzenie tekstu włączyli się internauci, a za warstwę muzyczną odpowiadał Magiera, czyli Tomasz Janiszewski.

Nasza kampania była przede wszystkim realizowana za pośrednictwem mediów społecznościowych. Jej wynik znacznie przekroczył nasze początkowe cele – zasięg naszej akcji wyniósł 10 milionów, a zaangażowanie 3 miliony.

do prowadzenia samochodu, kiedy ma choćby najmniejsze wątpliwości lub nie ma dostępu do profesjonalnego alkomatu. Daje dodatkowo możliwość szacowania ilości kalorii, które zostały spożyte poprzez picie piwa bezalkoholowego, alkoholowego i innych napojów alkoholowych. W 2023 r. została pobrana przez 3219 osób.

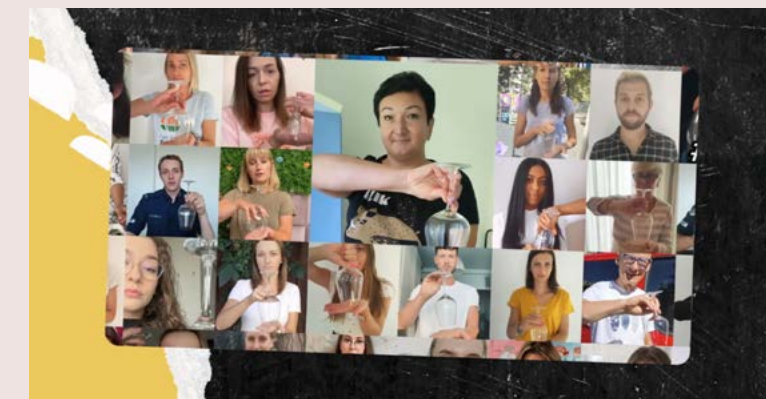
Realizujemy także tematyczne akcje edukacyjne, m.in. podczas festiwalu organizowanych we współpracy z naszymi markami piw. Część osób przyjeżdża na imprezy masowe samochodami, dlatego, by mogły one bezpiecznie wrócić do domu, na siedmiu największych imprezach utworzyliśmy strefy „**Sprawdź promile**”, w których można było skorzystać z profesjonalnych alkomatów. Prowadzimy w nich także działania edukacyjne uświadamiające wpływ alkoholu na postrzeganie rzeczywistości.



W 2023 r. dzięki nam
49 630 osoby
przebadaly się alkomatami,
a 7817 skorzystało
z animacji z alkogoglami.

W 2023 r. Kompania Piwowarska po raz piąty wsparła kampanię społeczną **FASOFF** zainicjowaną przez Fundację „Dom w Łodzi”. Celem tej inicjatywy jest edukacja na temat zespołu alkoholowego płodowego (FAS, z ang. Fetal Alcohol Syndrome), który jest jednym z najpoważniejszych zaburzeń neurorozwojowych wpływających na dzieci, których matki nie powstrzymały się od spożywania alkoholu w czasie ciąży.

Chociaż powszechnie zrozumiałe jest, że dla dobra dziecka powinno się unikać spożycia alkoholu w czasie ciąży, często brakuje wiedzy o skutkach braku abstynencji. W Polsce każdego roku rodzi się około 9000 dzieci z FAS. Nasze wytrwałe działania, skoncentrowane na szerokim zasięgu, mają potencjał wpłynąć na zmianę tej sytuacji.



Z przekazem dotyczącym bezpieczeństwa na drodze w kontekście konsumpcji alkoholu staramy się docierać do możliwie wielu potencjalnych kierowców, zwłaszcza w sytuacjach, w których mają dostęp do napojów alkoholowych. By to osiągnąć, od lat konsekwentnie podejmujemy szereg zróżnicowanych działań.

Stale rozwijamy bezpłatną, dostępną na stronie abcalkoholu.pl aplikację „Sprawdź promile i kalorie”, która pozwala kierowcom m.in. oszczędzić czas niezbędny do całkowitego wytrzeźwienia. Choć aplikacja nie służy jako zamiennik alkomatu, jej zadaniem jest zniechęcić kierowcę


**DOBRA
PRAKTYKA**

„BĘDĘ TATA! NIE PIJĘ RAZEM Z NIĄ”

Hasło piątej edycji FASOFF, „Będę TATA! Nie piję razem z nią”, miało na celu zmotywowanie przyszłych ojców do utrzymania abstynencji podczas ciąży partnerki. Dając w ten sposób wsparcie kobietom w całkowitym wyeliminowaniu alkoholu w okresie ciąży i karmienia piersią.

Kampania nawiązuje do emocji związanych ze sportem i dopingowaniem, stąd jej trwanie podczas eliminacji do Mistrzostw Europy – Euro 2024. W roku 2023, do symbolicznego kieliszka reprezentującego zaangażowanie matki, dodano drugi – należący do mężczyzny. W ten sposób powstała drużyna #FASOFF.

W ramach działań przygotowaliśmy 216 publikacji, a przekazy kampanii dotarły do 7,5 mln osób. Materiał wideo był nieodpłatnie emitowany w TVP.

W kwietniu 2024 r. kampania została doceniona w konkursie ECU Sustainability Awards, otrzymując nagrodę w kategorii COMMERCIAL.


#FASOFF
**BĘDĘ
TATA!
NIE PIJĘ
RAZEM Z NIĄ**
**NIE PIJĘ
RAZEM Z NIĄ**

Jako członek Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce – Browary Polskie angażujemy się w działania edukacyjne skierowane do rodziców i sprzedawców, które mają zapobiec zbyt wczesnemu kontaktowi z alkoholem osób nieletnich.

Odpowiedzialnysprzedawca.pl to platforma, dzięki której sprzedawcy mają możliwość uczestnictwa w kursie, który pomaga im poprawić umiejętność odmawiania sprzedaży alkoholu osobom

nieuprawnionym. Kurs zakończony jest przyznaniem certyfikatu Odpowiedzialnego Sprzedawcy.

Browary Polskie są partnerem kampanii W RODZINIE SIŁA, zainicjowanej przez NSZZ „Solidarność”. Kampania adresowana do dorosłych ma motywować do odpowiedzialnego podejścia do alkoholu w obecności dzieci.

Rozwijamy segment piw bezalkoholowych

GRI: 3-3 Produkty firmy wspierające zdrowy styl życia i podejmowanie odpowiedzialnych wyborów, wskaźnik własny 7

Zachęcamy do wyboru piw bezalkoholowych jako alternatywy dla kierowców oraz dla tych, którzy chcą unikać konsumpcji alkoholu. W 2023 r. zwiększyliśmy udział piw bezalkoholowych w portfolio Kompanii Piwowarskiej do 5,5% poprzez wprowadzenie na rynek trzech napojów tego typu. Planujemy dalszy rozwój kategorii i dążymy do tego, by do 2030 r. stanowiła ona 20% naszej oferty. Obecnie oferujemy 20 rodzajów piw bezalkoholowych w naszym portfolio. Taki kierunek jest naszą odpowiedzią na zmiany w sposobie konsumpcji oraz wyrazem świadomości i odpowiedzialności za zdrowie i bezpieczeństwo konsumentów.

26,3%
udział wolumenowy
Lecha Free w rynku piw
bezalkoholowych
w 2023 r.

Jednocześnie przy każdej okazji podkreślamy, że nawet bezalkoholowe piwo jest napojem wyłącznie dla dorosłych. Żadne nasze działania reklamowe tego produktu nie są adresowane do osób poniżej 18. roku życia.

Co więcej, wyraźnie rekomendujemy współpracującym z nami sprzedawcom, aby sprzedawali je tylko konsumentom pełnoletnim.



Kluczowe wskaźniki efektywności Kompanii Piwowarskiej w 2023 r.

1. miejsce

na polskim rynku piwa bezalkoholowego z 34,3% udziałem w wolumenie sprzedaży piw bezalkoholowych (Nielsen, 2023)

3

nowe piwa bezalkoholowe wprowadzone na rynek

34,7%

udział wartościowy w rynku piw bezalkoholowych

34,3%

udział wolumenowy w rynku piw bezalkoholowych



Działania dla społeczności, czyli jak współpracujemy z otoczeniem

GRI: 3-3, Działalność społeczna firmy, wskaźnik własny 4

Choć w kontaktach z naszym otoczeniem kładziemy największy nacisk na edukację dotyczącą odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu, niezwykle ważne są dla nas też inne projekty, korzystnie wpływające na społeczeństwo.

Dobro społeczności, do których należymy oraz pomoc potrzebującym, są dla nas kluczowe. Udzielamy wsparcia finansowego nie tylko lokalnym, ale również ogólnopolskim celom społecznym. Motywujemy naszych pracowników do aktywności w tym obszarze i często wspieramy ich w tych działaniach.

Służymy wsparciem organizacjom pozarządowym, które angażują się w działania na rzecz dobra społecznego. Szczególny nacisk kładziemy na projekty i inicjatywy, które pomagają osobom przeżywającym trudności życiowe.

Wspieramy aktywność społeczną naszych pracowników

GRI: 3-3 Inicjatywy pracownicze, wskaźnik własny 5

W Kompanii Piwowarskiej dbamy o to, by ułatwić naszym pracownikom drogę do społecznego zaangażowania.

To jest główny cel programu „Kompania Wolontariuszy”, który działa w naszej firmie od ponad dekady. W ramach tego programu, osoby angażujące się w wolontariat mogą liczyć na wsparcie finansowe i organizacyjne. Projekty są inicjowane przez samych pracowników, którzy są najlepiej zorientowani w potrzebach lokalnych społeczności.



DOBRA PRAKTYKA

WSPARCIE FUNDUSZU POMOCOWEGO DLA KOBIEC

Fundacja Centrum Praw Kobiet oferuje między innymi doradztwo prawne, psychologiczne i socjalne, asystę sądową, bezpieczne schronienie, a także szeroki zakres szkoleń i warsztatów. Dzięki funduszom przekazanych przez Kompanię Piwowarską w 2023 r., organizacja ponownie uruchomiła Fundusz Pomocowy, który zapewnił wsparcie materialne kobietom lub ich rodzinom w szczególnie trudnej sytuacji życiowej.

WYZWANIA CHARYTATYWNE

Pracownicy biorący udział w programie „Postaw na ruch” mają możliwość uczestniczenia w wyzwaniach charytatywnych za pośrednictwem aplikacji mobilnej. Ich osiągnięty cel, czyli przebycie określonej liczby kilometrów, przekłada się na darowiznę, którą Kompania Piwowarska przekazuje na rzecz osoby z niepełnosprawnością ruchową pod opieką Fundacji Poland Business Run.

W 2023 r. pracownicy pokonali łącznie dystans 400 tys. kilometrów, co umożliwiło wsparcie kolejnych podopiecznych fundacji, w tym pani Teresy, która otrzymała środki na zakup protez. Pracownicy wzięli również udział w biegach charytatywnych Policz się z Cukrzycą (100 osób) oraz Poland Business Run, co dodatkowo wsparło działania Fundacji WOŚP oraz Fundacji Poland Business Run.



Dbaj o zdrowie, zdobywaj nagrody i pomagaj!



Kluczowe wskaźniki efektywności Kompanii Piwowarskiej w 2023 r.

43%

naszych pracowników zaangażowało się w wolontariat

Ponad 4980

godzin wolontariusze poświęcili na prace społeczne

Każdy pracownik ma prawo do skorzystania z dwóch pełnopłatnych dni wolnych, które może poświęcić na działalność wolontariacką. Te dni mogą być wykorzystane na:

- wsparcie inicjatyw mających na celu poprawę sytuacji grup szczególnie narażonych na wykluczenie społeczne i w trudnej sytuacji materialnej,
- działania przyczyniające się do poprawy czystości i kondycji środowiska naturalnego oraz zamykania obiegu surowców i materiałów,
- pomoc ofiarom sytuacji nadzwyczajnych, jak katastrofy, klęski żywiołowe, kryzysy humanitarne, działania wojenne.

Płatne dni na wolontariat mogą być wykorzystane przez pracowników indywidualnie, jak również zespołowo.

W drugim przypadku, zespół składający się co najmniej z siedmiu osób może liczyć na sfinansowanie swojego projektu przez firmę: wolontariusze oferują swoją pracę, umiejętności i czas, a Kompania Piwowarska pokrywa koszty materiałów. Wielką wagę przykładamy nie tylko do tworzenia możliwości samorealizacji dla pracowników, ale także do integracji oraz rozwijania umiejętności pracy zespołowej.

W 2023 r. wolontariusze Kompanii Piwowarskiej:



W Poznaniu pomagali i wykonywali prace na rzecz Domu Pomocy Społecznej oraz Jadłodajni.

Dystrykt Wrocław zorganizował akcję we współpracy z Zamkiem Książ i Miastem Wałbrzych.

W Tychach ochotnicy pracowali na rzecz Hospicjum św. Kaliksta, Ośrodka Interwencji Kryzysowej i Ośrodka Rehabilitacyjno-Edukacyjno-Wychowawczego OREW.



W ramach projektu **Szlachetna Paczka**, 60 zespołów z Kompanii Piwowarskiej z różnych części Polski przygotowało paczki dla 60 rodzin.

Z okazji Dnia Ziemi, w Białymstoku i Poznaniu, wolontariusze wzięli udział w akcji sprzątania, zbierając ponad 4 tony śmieci.



Z okazji Dnia Ziemi w Tychach i Warszawie nasi wolontariusze posadzili nowe drzewa i krzewy.



DOBRA PRAKTYKA

SZLACHETNA PACZKA

Szlachetna Paczka, projekt na skalę ogólnopolską realizowany przez Stowarzyszenie WIOSNA, jest jednocześnie największą inicjatywą wolontariacką w Kompanii Piwowarskiej, angażującą naszych pracowników od 2016 r.

W 2023 r. w program zaangażowały się 804 osoby, pomagając 60 rodzinom. Organizację przedsięwzięcia koordynowało 60 liderów, z których każdy był odpowiedzialny za zarządzanie pracami na rzecz konkretnej rodziny.

Wolontariusze poświęcili niemal 2800 godzin na zakup, pakowanie i dostarczenie blisko 1000 paczek. W przygotowanych paczkach znalazły się głównie: odzież, sprzęt AGD, środki czystości, żywność i zabawki. Dodatkowo, wolontariusze pokryli koszty innych potrzeb, takich jak na przykład montaż drzwi wejściowych.

Całkowita wartość udzielonego wsparcia przekroczyła ćwierć miliona złotych, z czego 180 tys. zł pochodziło z dofinansowania od Kompanii Piwowarskiej. Dodatkowo, firma przekazała potrzebującym 35 komputerów.



Partnerstwa i relacje z interesariuszami

GRI: 2-28, 2-29

Jesteśmy przekonani, że tylko te firmy, które potrafią słuchać swoich interesariuszy, prowadzić z nimi dialog i wykorzystywać potencjał płynący ze współpracy, mogą osiągać ambitne cele biznesowe, ekologiczne i społeczne. Aby móc kształtować rzeczywistość i rozwijać się, nawiązujemy wartościowe partnerstwa.

Od 2008 r. jesteśmy partnerem strategicznym Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Status ten traktujemy jako zobowiązanie do upowszechniania idei zrównoważonego rozwoju, m.in. poprzez dzielenie się naszą wiedzą i doświadczeniami.

Jesteśmy także współzałożycielem Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie i od początku istnienia tej organizacji, czyli od 1998 r., wspieramy jej inicjatywy na rzecz rozwoju naszej branży oraz programy społeczne. Szczególnie ważne dla nas są inicjatywy przeciwdziałające spożyciu alkoholu przez osoby nieletnie, kobiety w ciąży oraz kierowców.

Kompania Piwowarska jest także członkiem założycielem EKO-PAK. W ramach tej organizacji, powstałej w 2015 r., uczestniczymy w pracach nad rozwiązaniami z zakresu gospodarowania odpadami opakowaniowymi. Bierzymy udział m.in. w pracach nad wdrożeniem w Polsce zgodnych z wymogami Unii Europejskiej zasad rozszerzonej odpowiedzialności producentów.

Aktywnie uczestniczymy w dialogu dotyczącym społecznych, gospodarczych i środowiskowych aspektów naszej działalności. Nasze podejście jest elastyczne i otwarte, a sposób komunikacji oraz narzędzia dostosowujemy do potrzeb i preferencji naszych rozmówców, aby osiągnąć optymalne rezultaty.

Interesariusze mogą skontaktować się z nami szybko i wygodnie poprzez e-mail: poczta@asahibeer.pl lub infolini: 801 133 133.

Ewentualne reklamacje są przekierowywane do Działu Reklamacji, który kontaktuje się z osobą zgłaszającą.

Wśród narzędzi komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, z których korzystamy, znajdują się m.in.:

- intranet, mailing, materiały wideo z udziałem kadry zarządzającej, comiesięczne spotkania Prezesa Zarządu z kadrami kierowniczą, spotkania Zarządu z pracownikami,
- webinary, spotkania online (w tym spotkania Zarządu z pracownikami),
- zewnętrzne grupy robocze,
- konferencje i szkolenia, również online,
- programy wolontariatu pracowniczego,
- badania (w tym badania satysfakcji pracowników, kwestionariusze dla dostawców),
- publikacje elektroniczne (w tym magazyn firmowy „Świat Piwa”, magazyn „Supply Chain dowozi” oraz raporty zrównoważonego rozwoju),
- panele dialogu z interesariuszami,
- spotkania dwustronne,
- strony internetowe adresowane do konsumentów i klientów (strona firmowa kp.pl, abcalkoholu.pl, portalgastro.pl, browarytyskie.pl i strony naszych marek),
- profile w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube),
- infolinie,
- dedykowane skrzynki e-mail.



Nasi partnerzy to m.in:



- Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie
- Związek Pracodawców Przemysłu Opakowań i Produktów w Opakowaniach EKO-PAK
- Polska Federacja Producentów Żywności Związek Pracodawców
- Forum Odpowiedzialnego Biznesu
- Związek Pracodawców SHOKOKAI
- British Polish Chamber of Commerce
- Fundacja Dom w Łodzi
- Stowarzyszenie Kobiety w Centrum
- Stowarzyszenie Wiosna
- partnerzy Funduszu Żubra
- Wodne Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe

Uwzględniając wpływ naszej firmy na różne grupy oraz wpływ tych grup na naszą firmę, możemy wskazać kilka najważniejszych grup interesariuszy:



- konsumenci,
- pracownicy,
- odbiorcy (klienci),
- organizacje ekologiczne,
- dostawcy,
- administracja publiczna,
- media,
- samorządy lokalne,
- społeczności lokalne,
- organizacje branżowe,
- potencjalni pracownicy,
- organizacje społeczne,
- instytucje naukowe/uczelnie, eksperci.



○ RAPORCIE

O raporcie

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

Niniejsza publikacja obejmuje okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2023 r. i dotyczy wszystkich jednostek firmy: jej centrali w Poznaniu, biura Zarządu w Warszawie, browarów w Tychach, Białymstoku i Poznaniu, 3 centrów dystrybucji zlokalizowanych w sąsiedztwie browarów i 12 dystryktów sprzedaży. Dane dotyczące wody, energii i emisji odnoszą się do zakładów produkcyjnych.

W raportowanym okresie nie miały miejsca znaczące zmiany dotyczące rozmiaru, struktury, formy własności lub łańcucha wartości. Nie wskazano korekt informacji zawartych w poprzednich raportach, ukazujących się corocznie, począwszy od 2009 roku.

Raport został opracowany zgodnie z GRI Standards 2021 i po raz pierwszy został poddany niezależnej ocenie zewnętrznej. Wszystkie przedstawione dane, zarówno liczbowe, jak i opisowe, zostały skonsultowane z pracownikami odpowiedzialnymi za poszczególne obszary naszej działalności i przez nich zweryfikowane, tak by były rzetelne i aktualne.

Zakres tematyczny raportu wyznaczono w oparciu o:

- strategiczne priorytety Kompanii Piwowarskiej i Grupy Asahi,
- analizę istotności,
- przegląd trendów i zagadnień ważnych dla branży piwowarskiej i FMCG w Polsce oraz na świecie,
- zadania wyznaczone przez Organizację Narodów Zjednoczonych w ramach globalnych Celów Zrównoważonego Rozwoju.

Zgodnie z wytycznymi Standardów GRI, prace nad publikacją rozpoczęły się badaniem istotności w kontekście raportowania ESG. Opierało się ono na aspektach zidentyfikowanych w poprzednich raportach, kwestiach raportowanych przez globalne koncerny z branży alkoholowej oraz rekomendacjach niezależnej zewnętrznej agencji doradczej. Potencjalne aspekty raportowania poddano ewaluacji przez pracowników Kompanii Piwowarskiej oraz przedstawicieli grup interesariuszy zewnętrznych poprzez internetowe ankiety zrealizowane na przełomie lutego i marca 2024 r.

W toku analizy istotności wskazano następujące tematy do uwzględnienia w tegorocznym raporcie zrównoważonego rozwoju:

Temat	Aspekty	Istotność
Strategia i zarządzanie kwestiami zrównoważonego rozwoju w firmie	Aspekty biznesowe	Istotne
Warunki zatrudnienia (benefity, urlopy rodzicielskie)	Aspekty pracownicze	Istotne
Wynagrodzenie pracowników	Aspekty pracownicze	Istotne
Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników	Aspekty pracownicze	Istotne
Szkolenia i wspieranie rozwoju pracowników	Aspekty pracownicze	Istotne
Różnorodność i równość szans w dostępie do stanowisk (równe wynagrodzenia kobiet i mężczyzn, poszanowanie różnorodności)	Aspekty pracownicze	Istotne
Ograniczanie potencjalnych przypadków dyskryminacji	Aspekty pracownicze	Istotne
Emisje gazów cieplarnianych oraz sposoby ich redukcji	Aspekty środowiskowe	Istotne
Zużycie i sposoby redukcji zużycia energii	Aspekty środowiskowe	Istotne
Zużycie i sposoby redukcji zużycia wody	Aspekty środowiskowe	Istotne
Wykorzystywane przez firmę surowce i materiały	Aspekty środowiskowe	Istotne
Minimalizacja ilości produkowanych odpadów i recykling	Aspekty środowiskowe	Istotne
Rzetelna komunikacja marketingowa, etyczny marketing i sprzedaż	Aspekty biznesowe	Istotne
Produkty firmy wspierające zdrowy styl życia i podejmowanie odpowiedzialnych wyborów (piwa bezalkoholowe, piwa niskoalkoholowe)	Aspekty społeczne	Istotne
System zachowania jakości oraz reformulacja produktów (m.in. niska zawartość cukru)	Aspekty biznesowe	Istotne
Zdrowie i bezpieczeństwo klientów użytkujących produkty lub korzystających z usług	Aspekty społeczne	Istotne
Działania firmy na rzecz zapobiegania nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu/umiarkowanej konsumpcji alkoholu	Aspekty społeczne	Istotne
Inicjatywy pracownicze i wolontariat	Aspekty społeczne	Istotne

Kontakt:

Grzegorz Adamski

kierownik ds. public affairs i zrównoważonego rozwoju

grzegorz.adamski@asahibeer.pl

Tabele ze wskaźnikami liczbowymi GRI

GRI: 2-7, 2-8

Całkowita liczba pracowników w podziale na formę zatrudnienia							Zmiana vs. 2022
	2023	2022	2021	2020	2019	2018	
Umowa o pracę	2610	2672	2644	2716	2721	2726	-2,3%
w tym niepełny wymiar pracy	5	1	4	3	10	6	+400%
Inne formy zatrudnienia	0	0	0	0	0	0	-
Pracownicy agencji pracy tymczasowej	0	1	1	12	11	5	-100%
Umowa zlecenie	23	30	19	24	32	29	-23,3%

Całkowita liczba pracowników w podziale na płeć i rodzaj umowy	2023			2022			Zmiana vs. 2022		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem
Umowa na czas określony	54	134	188	81	201	282	-33,3%	-33,3%	-33,3%
Umowa na czas nieokreślony	642	1756	2398	616	1753	2369	+4,2%	+0,17%	+1,2%
Zastępstwo - czas określony	10	8	18	10	8	18	0%	0%	0%
Zastępstwo - czas nieokreślony	4	2	6	3	0	+100%	+33,3	-	0%
Razem	710	1900	2610	710	1962	2672	0%	-3,2%	-2,3%

Całkowita liczba pracowników w podziale na płeć i wiek	2023			2022			Zmiana vs. 2022		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem
	Liczba (udział procentowy)			Liczba (udział procentowy)					
<30	130 (38,1%)	211 (61,9%)	341 (100,0%)	145 (35,9%)	259 (64,1%)	404 (100,0%)	-10,3%	-18,5%	-15,6%
30-50	445 (27,1%)	1199 (72,9%)	1644 (100,0%)	445 (26,4%)	1242 (73,6%)	1687 (100,0%)	0%	-3,5%	-2,5%
>50	135 (21,6%)	490 (78,4%)	625 (100,0%)	120 (20,7%)	461 (79,3%)	581 (100,0%)	+12,5%	+6,2%	+7,6%
Razem	710 (27,2%)	1900 (72,8%)	2610 (100,0%)	710 (26,6%)	1962 (73,4%)	2672 (100,0%)	0%	-3,2%	-2,3%

Całkowita liczba pracowników w podziale na płeć i rodzaj etatu	2023			2022			Zmiana vs. 2022		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem
Pełny etat	706	1899	2605	709	1962	2671	-0,4%	-3,2%	-2,5%
Niepełny etat	4	1	5	1	0	1	+300%	-	+400%
Razem	710	1900	2610	710	1962	2672	0%	-3,2%	-2,3%

Liczba zatrudnionych na podstawie umowy o pracę w podziale na regiony	2023							2022						
	Technika i Administracja Produkcji	Browar Białystok	Browar Poznań	Browar Tychy	Działy centralne i Marketing	Sprzedaż i Dystrybucja	Razem	Technika i Administracja Produkcji	Browar Białystok	Browar Poznań	Browar Tychy	Działy centralne i Marketing	Sprzedaż i Dystrybucja	Razem
Liczba zatrudnionych na czas określony	1	11	67	36	19	54	188	3	10	79	62	26	102	282
Liczba zatrudnionych na czas nieokreślony	37	128	381	327	301	1224	2398	44	127	388	334	295	1181	2369
Zastępstwo - czas określony	0	0	4	2	4	8	18	0	0	7	1	2	8	18
Zastępstwo - czas nieokreślony	0	2	0	0	1	3	6	0	0	0	0	1	2	3
Razem	38	141	452	365	325	1289	2610	47	137	474	397	324	1293	2672

GRI: 302-1* **Zużycie energii**

Całkowite zużycie paliw pochodzących ze źródeł nieodnawialnych	2023 [GJ]	Całkowite zużycie paliw pochodzących ze źródeł odnawialnych	2023 [GJ]	Całkowite zużycie energii zakupionej na zewnątrz organizacji	2023 [GJ]	Łączna wielkość sprzedaży energii	2023 [GJ]
Gaz z ropy naftowej	-	Biopaliwa	-	Energia elektryczna	262 688,4	Energia elektryczna	216,8
Gaz ziemny i koksowniczy	453 549,8	Biomasa	-	w tym ze źródeł odnawialnych	253 640,5	Razem	216,8
Gazy hutnicze	-	Energia elektryczna z wiatraków	262 688,4	w tym ze źródeł nieodnawialnych	-	Podane dane dotyczą tylko 2023 r., bez porównania z latami poprzednimi ze względu na zmianę sposobu podawania danych.	
Miał	-	Biogaz	24901,2	Ciepło	479 959,7		
Olej opałowy	214,4	Razem	287 589,6	w tym ze źródeł odnawialnych	-		
Paliwa ciekłe (LPG+diesel)	26 195,5			w tym ze źródeł nieodnawialnych	479 959,7		
Węgiel kamienny	-			Para wodna	55 464,4		
Para z elektrociepłowni w Białymstoku	55 464,40			Razem	798112,5		
Razem	535 424,1						

Podane dane pochodzą z liczników zużycia. Odczyty w cyklu miesięcznym. Dane bazują na rzeczywistym zużyciu.

GRI: 303-4

Całkowity zrzut wody	2023 [m ³]				Zmiana vs. 2022
	Browar Białystok	Browar Poznań	Browar Tychy	Razem	Razem
Całkowity zrzut wody	207 643	1 001 324	896 676	2 105 643	-2,1%

Browar w Poznaniu jest położony na obszarze dotkniętym stresem wodnym. Wszystkie ścieki odprowadzane są do miejskich oczyszczalni ścieków.

Stopień oczyszczenia ścieków przed odprowadzeniem	2023	2022	2021	Zmiana vs. 2022
	[m ³]			
Brak oczyszczania	1 208 967	1 223 097	1 365 916	-1,2%
Stopień oczyszczenia	896 676	927 041	842 224	-3,3%

W browarach w Białymstoku i Poznaniu całość ścieków bez podczyszczania kierowana jest do miejskich oczyszczalni ścieków. W browarze w Tychach ścieki kierowane są do oczyszczalni miejskiej po wcześniejszym podczyszczeniu na browarowej podczyszczalni beztlenowej.

GRI: 303-5

Całkowite zużycie wody	2023 [m ³]				Zmiana vs. 2022
	Browar Białystok	Browar Poznań	Browar Tychy	Razem	Razem
Całkowite zużycie wody	131 602	684 410	524 125	1 340 137	-4,3%

Browar w Poznaniu jest położony na obszarze dotkniętym stresem wodnym. Między 2022 i 2023 rokiem nie odnotowano zmiany w ilości zmagazynowanej wody.

GRI: 305-3*

Emisje gazów cieplarnianych w zakresie 3	Kategoria GHG Protocol	Całkowite emisje (t CO ₂ e)	Intensywność emisji dwutlenku węgla (kg CO ₂ e/hl)	Opis
Razem		162 894	13,27	
Pakowanie	1. Zakupione surowce i usługi**	162 894	13,27	Pakowanie obejmuje wszystkie zakupione materiały do produkcji opakowań jednostkowych, zbiorczych i transportowych stosowanych do pakowania produktów końcowych. W 2023 r. 83% emisji z Pakowania w Polsce zostało obliczone przy wykorzystaniu danych z Zakresów 1 i 2 dotyczących konkretnych dostawców. Emisje w Zakresie 3 Upstream dla dostawców produkcyjnych obliczane są na podstawie danych ze źródeł wtórnych.
Razem		56 002	4,56	
Logistyka	4. Upstream – transport i dystrybucja	4441	0,36	Logistyka Upstream obejmuje emisje z dystrybucji jęczmienia z farm do dostawców słodu należących do AEI, emisje z dystrybucji słodu i innych składników do warzenia oraz emisje z dystrybucji materiałów opakowaniowych do browarów. Emisje obliczane są na podstawie szacowanego dystansu między dostawcą a miejscem warzenia piwa.
	9. Downstream – transport i dystrybucja	51 561	4,20	Logistyka Downstream obejmuje wszystkie działania logistyczne związane z dystrybucją produktów końcowych do punktów sprzedaży, w tym dostawy na poziomie 1 i 2. Obejmuje to Logistykę Downstream zarówno w zakresie wewnętrznym, jak i eksportowym. W 2023 r. 52% emisji z Logistyki Downstream w Polsce zostało obliczone na podstawie danych dotyczących rzeczywistego zużycia paliwa lub pokonanego dystansu. Pozostałe emisje zostały obliczone na podstawie średniego dystansu oraz zakładanego rodzaju pojazdu.

Emisje gazów cieplarnianych w zakresie 3	Kategoria GHG Protocol	Całkowite emisje (t CO ₂ e)	Intensywność emisji dwutlenku węgla (kg CO ₂ e/hl)	Opis
Segment				
Chłodzenie produktów	Razem	144 397	11,76	
	13. Downstream – wynajęte aktywa	141 025	11,49	Chłodzenie produktów obejmuje energię elektryczną zużytą przez urządzenia chłodzące w punktach sprzedaży (lodówki w sektorach On i Off Trade, systemy piwa lanego). Produkty chłodzone w lodówkach należących do Asahi zaliczają się do kategorii Downstream – wynajęte aktywa.
	9. Downstream – transport i dystrybucja	3372	0,27	Chłodzenie produktów obejmuje energię elektryczną zużytą przez urządzenia chłodzące w punktach sprzedaży (lodówki w sektorach On i Off Trade, systemy piwa lanego). Produkty chłodzone w lodówkach należących do podmiotów trzecich zaliczają się do kategorii Downstream – transport i dystrybucja.
Rolnictwo	Razem	62 806	5,12	
	1. Zakupione surowce i usługi	62 806	5,12	Rolnictwo obejmuje wbudowane emisje ze wszystkich pozyskanych towarów: jęczmienia, kukurydzy, płynnych dodatków i chmielu.
Przetwarzanie składników w procesie warzenia	Razem	33 135	2,70	
	1. Zakupione surowce i usługi	33 135	2,70	Kategoria Przetwarzanie składników w procesie warzenia obejmuje emisje z przetwarzania słodu, syropów i cukru. 80% emisji gazów cieplarnianych z Przetwarzania składników w procesie warzenia w Polsce wynika z emisji dostawców słodu w Zakresie 1 i 2.

Emisje gazów cieplarnianych w zakresie 3	Kategoria GHG Protocol	Całkowite emisje (t CO ₂ e)	Intensywność emisji dwutlenku węgla (kg CO ₂ e/hl)	Opis
Segment				
Procesy warzenia piwa	Razem	25 213	2,05	
	1. Zakupione surowce i usługi	6544	0,53	Procesy warzenia piwa sklasyfikowane jako Zakupione surowce i usługi obejmują emisje z zakupionego CO ₂ , emisje ze zużycia wody w browarach oraz wbudowane emisje z zakupionych chemikaliów luzem.
	3. Emisje związane z energią i paliwami	18 668	1,52	Procesy warzenia piwa sklasyfikowane jako Zakupione surowce i usługi obejmują emisje ze zużycia paliwa w browarach i zakupionej energii cieplnej (w tym WTT) oraz emisje ze zużycia energii elektrycznej w browarach, w tym WTT, T&D i T&D WTT.
Podróże biznesowe	Razem	2020	0,16	
	1. Zakupione surowce i usługi	2020	0,16	Emisje z różnych form podróży biznesowych: transport lotniczy, kolejowy, morski i drogowy (WTT).
	RAZEM	486 466	39,63	

* Dane dotyczące Zakresu 3 są wyliczane na poziomie AEI.

** Dla Kategorii 1 AEI uwzględnia jedynie emisje gazów cieplarnianych (GHG) w Zakresie 3 związane z zakupem materiałów do produkcji.

GRI: 306-3, 306-4

Wytworzone odpady oraz odpady nieskierowane do unieszkodliwienia		2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	Zmiana vs. 2022
Aluminium	wprowadzone [kg]	18 711 714	20 163 925	19 395 646	18 995 885	18 607 899	19 873 426	18 616 761	17 242 311	-7,2%
	poddane recyklingowi [kg]*	9 542 974	10 283 602	11 443 431	9 687 901	9 490 029	10 135 447	9 494 548	8 793 579	-7,2%
	% odzyskany	51	51	59	51	51	51	51	51	0 p.p.
Stal opakowaniowa (w tym blacha stalowa oraz pozostałe metale)	wprowadzone [kg]	2 168 616	2 071 419	2 238 348	2 849 752	2 601 883	3 190 834	2 829 020	3 425 011	+4,7%
	poddane recyklingowi [kg]*	1 301 170	1 139 280	1 231 091	1 453 374	1 326 960	1 627 325	1 442 800	1 746 755	+14,2%
	% odzyskany	60	55	55	51	51	51	51	51	+5 p.p.
Palety drewniane	wprowadzone [kg]	1 450 156	6 081 319	3 387 017	5 137 810	7 281 147	6 489 209	8 759 690	9 161 070	-76,2%
	poddane recyklingowi [kg]*	304 533	1 155 451	643 533	822 050	1 164 984	1 038 273	1 401 550	1 465 771	-73,6%
	% odzyskany	21	19	19	16	16	16	16	16	+2 p.p.
Papier i karton	wprowadzone [kg]	6 696 788	7 795 142	7 329 662	7 245 013	8 021 356	7 447 419	7 189 474	7 596 499	-14,1%
	poddane recyklingowi [kg]*	4 687 752	5 144 794	4 837 577	4 419 458	4 893 027	4 542 926	4 385 579	4 633 864	-8,9%
	% odzyskany	70	66	66	61	61	61	61	61	+4 p.p.
Szkło	wprowadzone [kg]	76 132 252	86 779 926	90 825 688	94 965 547	109 115 543	76 880 252	80 769 739	70 200 999	-12,3%
	poddane recyklingowi [kg]*	48 724 641	53 803 554	56 311 927	57 928 984	66 560 482	46 896 954	49 269 541	42 822 610	-9,4%
	% odzyskany	64	62	62	61	61	61	61	61	+2 p.p.
Tworzywa sztuczne	wprowadzone [kg]	2 969 467	5 086 101	3 326 215	4 438 686	4 332 654	3 432 773	3 487 066	3 678 390	-41,6%
	poddane recyklingowi [kg]*	1 187 787	1 525 830	997 864	1 043 091	1 018 174	806 702	819 460	864 422	-22,2%
	% odzyskany	40	30	30	23,5	23,5	23,5	23,5	23,5	+10 p.p.

* Ilości poddane recyklingowi zgodne z rozporządzeniem ministra.

Produkty uboczne i odpady wytworzone w procesie produkcyjnym	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	Zmiana vs. 2022
	[Mg]								
Produkty uboczne (młóto, pyły słodowe, drożdże uboczne)	223 408	241 523	247 282	277 584	271 146	283 339	262 350	277 729	-7,5%
Odpady inne (w tym stłuczka szklana, papier i karton, aluminium, blacha, tworzywa sztuczne, drewno, ziemia krzemkowa, zużyte etykiety), z wyłączeniem odpadów komunalnych	19127	21784	22670	21755	19055	20218	22221	23507	-12,2%
Odpady niebezpieczne	36,5	37,5	48,1	42	46,1	28,4	28	30	-0,3

GRI: 306-5 Odpady skierowane do unieszkodliwienia

Całkowita masa odpadów skierowanych do unieszkodliwienia z podziałem na ich skład [t]	2023	2022
161002 Uwodnione odpady ciekłe inne niż wymienione w 161001	464,8	539,0
16 05 06* Zużyte chemikalia analityczne i laboratoryjne	1,5	1,3
190801 skratki	14,1	7,3
170604 materiały izolacyjne	1,3	0,3
160509 chemikalia	0,3	-
200301 komunalne 89%	20,7	-
150111* Opakowania zawierające substancje niebezpieczne, pojemniki ciśnieniowe	0,1	0,1
020304 Piwo odpadowe	-	856,4
080317 Odpadowy toner drukarski zawierający substancje niebezpieczne	-	0,026
200301 komunalne 89%	20,7	-

Całkowita masa odpadów niebezpiecznych skierowanych do unieszkodliwienia z podziałem na metodę unieszkodliwienia	2023 [t]	2022 [t]	Zmiana vs. 2022
Spalanie (z odzyskiem energii)	-	-	-
Spalanie (bez odzysku energii)	-	-	-
Składowanie	-	-	-
Inne metody unieszkodliwiania	1,6	1,5	+6,7%
Razem	1,6	1,5	+6,7%

Całkowita masa odpadów innych niż niebezpieczne skierowanych do unieszkodliwienia z podziałem na metodę unieszkodliwienia	2023 [t]	2022 [t]	Zmiana vs. 2022
Spalanie (z odzyskiem energii)	0,3	863,7	-99,97%
Spalanie (bez odzysku energii)	-	-	-
Składowanie	20,7	-	-
Inne metody unieszkodliwiania	480,2	539,3	-11,0%
Razem	501,2	1403,1	-64,3%

Znacząca zmiana w danych w porównaniu z 2022 r. wynika ze zmiany w sposobie zagospodarowania piwa odpadowego. Było ono odprowadzane do oczyszczalni i przerabiane na biogaz w kotłowni. W 2023 r. było utylizowane.

Masa odpadów niebezpiecznych i innych niż niebezpieczne skierowanych do unieszkodliwienia z podziałem na metodę i miejsce unieszkodliwienia	2023	2022	2023	2022	Zmiana vs. 2022	
	Masa odpadów niebezpiecznych		Masa odpadów innych niż niebezpieczne		Masa odpadów niebezpiecznych	Masa odpadów innych niż niebezpieczne
	[t]					
Spalanie (z odzyskiem energii)	-	-	0,3	7,3	-	-95,9%
Spalanie (bez odzysku energii)	-	-	-	-	-	-
Składowanie	-	-	20,7	-	-	-
Inne metody unieszkodliwiania	1,6	1,5	480,2	539,3	+6,7%	-11,0%

W 2023 r. żadne odpady nie były unieszkodliwiane na miejscu. Wszystkie poddano procesom poza siedzibą. W 2022 r. 856,4 t odpadów innych niż niebezpieczne poddano procesowi spalania z odzyskiem energii na miejscu.

GRI: 401-1

Zatrudnieni pracownicy w podziale na płeć i wiek	2023			Odejścia pracowników w podziale na płeć i wiek	2023		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem		Kobiety	Mężczyźni	Razem
Poniżej 30 lat	44	73	117	Poniżej 30 lat	32	72	104
Od 30 do 50 lat	17	49	66	Od 30 do 50 lat	23	90	113
Powyżej 50 lat	2	2	4	Powyżej 50 lat	8	33	41
Razem	63	124	187	Razem	63	195	258
Wskaźnik zatrudnienia	8,87%	6,53%	7,16%	Wskaźnik rotacji	8,87%	10,26%	9,89%

Tabela po poziomie zaszerogowania i wieku

	Kobieta				Mężczyzna				RAZEM
	< 30	30-50	>50	RAZEM	< 30	30-50	>50	RAZEM	
Pozostali pracownicy	57 25,79%	99 44,80%	65 29,41%	221 20,85%	122 14,54%	469 55,90%	248 29,56%	839 79,15%	1060 40,61%
Specjaliści	63 20,00%	211 66,98%	41 13,02%	315 30,26%	79 10,88%	481 66,25%	166 22,87%	726 69,74%	1041 39,89%
Kierownicy	10 6,29%	127 79,87%	22 13,84%	159 35,41%	10 3,45%	216 74,48%	64 22,07%	290 64,59%	449 17,20%
Dyrektorzy i Zarząd	0 0,00%	8 53,33%	7 46,67%	15 25,00%	0 0,00%	33 73,33%	12 26,67%	45 75,00%	60 2,30%
Razem	130 18,31%	445 62,68%	135 19,01%	710 27,20%	211 11,11%	1199 63,11%	490 25,79%	1900 72,80%	2610 100,00%

GRI: 405-1

Całkowita liczba pracowników w podziale na poziom zaszerogowania i wiek	2023			2022			Zmiana vs. 2022		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem
	Liczba (udział procentowy)								
Pozostali pracownicy	221 (20,85%)	839 (79,15%)	1060 (100%)	240 (21,07%)	899 (78,93%)	1139 (100%)	-19	-60	-79
Specjaliści	315 (30,29%)	90,2% 725 (69,71%)	1040 (100%)	303 (29,25%)	733 (70,75%)	1036 (100%)	12	-8	4
Kierownicy	159 (35,41%)	290 (64,59%)	449 (100%)	158 (35,59%)	286 (64,41%)	444 (100%)	1	4	5
Dyrektorzy i Zarząd	15 (24,59%)	46 (75,41%)	61 (100%)	9 (19,98%)	44 (83,02%)	53 (100%)	6	2	8
Razem	710 (27,2%)	1900 (72,8%)	2610 (100%)	710 (26,6%)	1962 (73,4%)	2672 (100%)	0	-62	-62

GRI: 405-2

Stosunek wynagrodzenia zasadniczego i wynagrodzenia wypłacanego kobiet do mężczyzn (stan na 31 grudnia)	Wynagrodzenie zasadnicze	Wynagrodzenie wypłacane	Wynagrodzenie zasadnicze	Wynagrodzenie wypłacane	Wynagrodzenie zasadnicze	Wynagrodzenie wypłacane
	2023		2022		Zmiana vs. 2022	
Dyrektorzy i Zarząd	110,6%	82,7%	97,2%	87,5%	+13,4 p.p.	-4,8 p.p.
Kierownicy	99,8%	90,2%	102,9%	94,1%	-3,1 p.p.	-3,9 p.p.
Specjaliści	100,4%	101,6%	105,0%	92,3%	-4,6 p.p.	-9,3 p.p.
Pozostali pracownicy	102,8%	84,1%	100,6%	98,1%	+2,2 p.p.	-14 p.p.

Indeks treści GRI

Wskaźniki GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Lokalizacja	Pominięcie		
				Pominięte wymagania	Powód	Wyjaśnienie
OGÓLNE UJAWNIECIA						
GRI 2: ogólne ujawnienia 2021	Organizacja i jej praktyki raportowania					
	2-1	Dane na temat organizacji	Str. 5			
	2-2	Podmioty objęte raportowaniem zrównoważonego rozwoju w organizacji	Str. 59			
	2-3	Okres objęty raportem, częstotliwość raportowania i dane kontaktowe	Str. 59			
	2-4	Korekty informacji	Str. 59			
	2-5	Weryfikacja zewnętrzna	Str. 59			
	Działalność i pracownicy					
	2-6	Rodzaje działalności, łańcuch wartości i inne relacje biznesowe	Str. 5, 16, 20			
	2-7	Pracownicy	Str. 23, 60			
	2-8	Osoby świadczące pracę niebędące pracownikami	Str. 23, 60			
	Zarządzanie					
	2-9	Struktura i skład organów zarządzających	Str. 6			
	2-10	Powoływanie i wybór najwyższych organów zarządzających	Str. 6			
	2-11	Przewodniczący najwyższych organów zarządzających	Str. 6			
	2-12	Rola najwyższych organów zarządzających w nadzorowaniu zarządzania wpływem	Str. 15			
	2-13	Delegowanie odpowiedzialności za zarządzanie wpływem	Str. 15			
	2-14	Rola najwyższych organów zarządzających w raportowaniu zrównoważonego rozwoju	Str. 15			
	2-15	Konflikty interesów	Str. 6			
	2-16	Komunikacja kwestii krytycznych	Str. 12, 23			
	2-17	Zbiorowa wiedza najwyższych organów zarządzających	Str. 15			
	2-18	Ocena działań najwyższych organów zarządzających	Str. 15			
2-19	Polityki wynagrodzeń	Str. 6, 23				
2-20	Proces ustalania wynagrodzeń	Str. 23				
2-21	Roczny wskaźnik całkowitego wynagrodzenia			Ujawnienie pominięte przez firmę	Poufność informacji	



Wskaźniki GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Lokalizacja	Pominięcie		
				Pominięte wymagania	Powód	Wyjaśnienie
GRI 2: ogólne ujawnienia 2021	Strategie, polityki i procedury					
	2-22	Oświadczenie w sprawie strategii zrównoważonego rozwoju	Str. 2			
	2-23	Zobowiązania w ramach polityk	Str. 7, 9, 11			
	2-24	Realizacja zobowiązań w ramach polityk	Str. 11			
	2-25	Procesy łagodzenia negatywnego wpływu	Str. 14			
	2-26	Mechanizmy zasięgania porad i sygnalizowania potencjalnych nieprawidłowości	Str. 14			
	2-27	Zgodność z prawem i regulacjami	Str. 14			
	2-28	Członkostwo w organizacjach	Str. 57			
	Angażowanie interesariuszy					
	2-29	Podjęcie do angażowania interesariuszy	Str. 57			
2-30	Układy zbiorowe	Str. 23				
ISTOTNE ZAGADNIENIA						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	Istotne zagadnienia					
	3-1	Proces określania istotnych zagadnień	Str. 59			
	3-2	Lista istotnych zagadnień	Str. 59			
OBECNOŚĆ NA RYNKU						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 23			
GRI 202: Obecność na rynku 2016	202-1	Stosunek wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla do płacy minimalnej na danym rynku, z podziałem na płeć	Str. 23			
MATERIAŁY I SUROWCE						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 44			
GRI 301: Materiały i surowce 2016	301-1	Wykorzystane materiały i surowce wg masy lub objętości	Str. 44			
	301-3	Odzyskane produkty i materiały opakowaniowe	Str. 44			
ENERGIA						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 36, 41			
GRI 302: Energia 2016	302-1	Zużycie energii w organizacji	Str. 41, 61			

Wskaźniki GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Lokalizacja	Pominięcie		
				Pominięte wymagania	Powód	Wyjaśnienie
	302-3	Intensywność zużycia energii	Str. 41			
	302-4	Redukcja zużycia energii	Str. 41			
WODA I ŚCIEKI						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 43			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	303-1	Interakcje z wodą jako zasobem wspólnym	Str. 43			
	303-3	Pobór wody	Str. 43			
	303-4	Odprowadzanie wody	Str. 43			
	303-5	Zużycie wody	Str. 43, 62			
EMISJE						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 36			
GRI 305: Emisje 2016	305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1)	Str. 39			
	305-2	Pośrednie energetyczne emisje gazów cieplarnianych (Zakres 2)	Str. 39			
	305-3	Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 3)	Str. 39, 62			
	305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych	Str. 39			
	305-5	Redukcja emisji gazów cieplarnianych	Str. 39			
ODPADY						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 46			
GRI 306: Odpady 2020	306-1	Wytwarzanie odpadów i znaczące skutki związane z odpadami	Str. 46			
	306-2	Zarządzanie znaczącymi skutkami związanymi z odpadami	Str. 46			
	306-3	Wytworzone odpady	Str. 46, 64			
	306-4	Odpady nieskierowane do unieszkodliwienia	Str. 64			
	306-5	Odpady skierowane do unieszkodliwienia	Str. 65			
ZATRUDNIENIE						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 23			
GRI 401: Zatrudnienie 2016	401-1	Nowi pracownicy i rotacja pracowników	Str. 23, 66			

Wskaźniki GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Lokalizacja	Pominięcie		
				Pominięte wymagania	Powód	Wyjaśnienie
BHP						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 24			
GRI 403: BHP 2018	403-1	System zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy	Str. 24			
	403-2	Identyfikacja zagrożeń, ocena ryzyka i badanie wypadków	Str. 24			
	403-3	Służby bezpieczeństwa i higieny pracy	Str. 24			
	403-4	Wpływ pracowników na decyzje, konsultacje i komunikacja w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	Str. 24			
	403-5	Szkolenia dla pracowników w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	Str. 24			
	403-6	Programy promocji zdrowia dla pracowników	Str. 29			
	403-7	Zapobieganie i łagodzenie wpływu na zdrowie i bezpieczeństwo związane z relacjami biznesowymi organizacji	Str. 24			
	403-9	Urazy związane z pracą	Str. 24			
SZKOLENIA I EDUKACJA						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 30			
GRI 404: Szkolenia i edukacja 2016	404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika	Str. 30			
RÓŻNORODNOŚĆ I RÓWNOŚĆ SZANS						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 32			
GRI 405: Różnorodność i równość szans 2016	405-1	Różnorodność organów zarządzających i pracowników	Str. 32, 66			
	405-2	Stosunek pensji podstawowej i wynagrodzenia całkowitego kobiet do mężczyzn	Str. 32, 66			
ZAPOBIEGANIE DYSKRYMINACJI						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 32			
GRI 406: Zapobieganie dyskryminacji 2016	406-1	Przypadki dyskryminacji i podjęte działania naprawcze	Str. 32			

Wskaźniki GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Lokalizacja	Pominięcie		
				Pominięte wymagania	Powód	Wyjaśnienie
ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO KLIENTÓW						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 19			
GRI 416: Zdrowie i bezpieczeństwo klientów 2016	416-1	Ocena wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo	Str. 19			
	416-2	Przypadki nieprzestrzegania przepisów dotyczących wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo	Str. 19			
RZETELNA KOMUNIKACJA MARKETINGOWA, ETYCZNY MARKETING I SPRZEDAŻ						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 49			
GRI 417: Marketing oraz znakowanie produktów i usług 2016	417-1	Wymagania dotyczące informowania o produktach i usługach oraz ich znakowania	Str. 49			
	417-2	Przypadki niezgodności z zasadami dotyczącymi informowania o produktach i usługach oraz ich znakowania	Str. 49			
	417-3	Przypadki niezgodności z zasadami dotyczącymi komunikacji marketingowej	Str. 49			
STOSOWANIE W KOMUNIKACJI I SPRZEDAŻY SAMOREGULACJI ZAPOBIEGAJĄCEJ SPOŻYWANIU ALKOHOLU W SPOSÓB NIEODPOWIEDZIALNY						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 49			
	wskaźnik własny 1	Opis sposobów samoregulacji zapobiegającej spożywaniu alkoholu w sposób nieodpowiedzialny (zapobieganie spożywaniu alkoholu przez nieletnich, kierowców i kobiety w ciąży)	Str. 49			
ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 15			
	wskaźnik własny 2	Lista istotnych zagadnień wziętych pod uwagę przez Zespół ds. Zrównoważonego Rozwoju	Str. 15			
SYSTEM ZACHOWANIA JAKOŚCI ORAZ REFORMULACJA PRODUKTÓW (M.IN. NISKA ZAWARTOŚĆ CUKRU)						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 19			
	wskaźnik własny 3	Opis produktów o obniżonej zawartości cukru	Str. 19			
DZIAŁALNOŚĆ SPOŁECZNA FIRMY						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 55			
	wskaźnik własny 4	Opis działań charytatywnych	Str. 55			

Wskaźniki GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Lokalizacja	Pominięcie		
				Pominięte wymagania	Powód	Wyjaśnienie
INICJATYWY PRACOWNICZE						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 55			
	wskaźnik własny 5	Lista inicjatyw pracowniczych i liczba godzin przeznaczonych na wolontariat	Str. 55			
DZIAŁANIA FIRMY NA RZECZ ZAPOBIEGANIA NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU/UMIARKOWANEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 50			
	wskaźnik własny 6	Opis działań podjętych na rzecz zapobiegania nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu/umiarkowanej konsumpcji alkoholu	Str. 50			
PRODUKTY FIRMY WSPIERAJĄCE ZDROWY STYL ŻYCIA I PODEJMOWANIE ODPOWIEDZIALNYCH WYBORÓW						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	Str. 54			
	wskaźnik własny 7	Lista produktów wspierających odpowiedzialne wybory wprowadzonych na rynek	Str. 54			



Raport niezależnego biegłego rewidenta z wykonania usługi atestacyjnej dającej ograniczoną pewność dotyczącej wybranych wskaźników przedstawionych w raporcie zrównoważonego rozwoju Kompanii Piwowarskiej S.A. według stanu na dzień 31 grudnia 2023 roku

Mazars Audyt Sp. z o.o.
ul. Piękna 18
00-549 Warszawa

RAPORT NIEZALEŻNEGO BIEGŁEGO REWIDENTA Z WYKONANIA USŁUGI ATESTACYJNEJ DAJĄCEJ OGRANICZONĄ PEWNOŚĆ

Dla Zarządu Kompanii Piwowarskiej S.A.

Zakres prac

Przeprowadziliśmy niezależną usługę atestacyjną dającą ograniczoną pewność w zakresie wybranych informacji niefinansowych zaprezentowanych przez Kompanię Piwowarską S.A. (dalej „Spółka”) w raporcie zrównoważonego rozwoju za okres od dnia 1 stycznia 2023 roku do dnia 31 grudnia 2023 roku (dalej „Raport zrównoważonego rozwoju”).

Spółka sporządziła Raport zrównoważonego rozwoju, zawierający ilościowe i jakościowe informacje niefinansowe, zgodnie ze standardami wydanymi przez Global Reporting Initiative (dalej „Standardy GRI”).

Zakres naszych prac obejmował weryfikację wskaźników wymienionych w tabeli poniżej (dalej łącznie „Wybrane Informacje”).

Lista wskaźników podlegających weryfikacji:

Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika
2-7	Pracownicy
2-14	Rola najwyższych organów zarządzających w raportowaniu zrównoważonego rozwoju
2-19	Polityki wynagrodzeń
2-26	Mechanizmy zasięgnięcia porad i sygnalizowania potencjalnych nieprawidłowości
2-27	Zgodność z prawem i regulacjami
2-29	Podjęcie do angażowania interesariuszy
2-30	Układy zbiorowe
301-1	Wykorzystywane materiały/surowce wg masy lub objętości
302-1	Zużycie energii wewnątrz organizacji
302-4	Redukcja zużycia energii
303-3	Pobór wody
303-5	Zużycie wody
305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1)
305-2	Pośrednie energetyczne emisje gazów cieplarnianych (Zakres 2)
305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych

Mazars Audyt Sp. z o.o.
Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy KRS nr 0000086577, kapitał zakładowy: 1 268 000,00 PLN,
NIP: 5260215409, REGON: 011110970

306-3	Wytworzone odpady
306-5	Odpady skierowane do unieszkodliwienia
401-1	Nowi pracownicy i rotacja pracowników
403-1	System zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy
403-6	Programy promocji zdrowia dla pracowników
404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika
405-1	Różnorodność ciał zarządzających i pracowników
406-1	Przypadki dyskryminacji i podjęte działania naprawcze
416-2	Przypadki nieprzestrzegania przepisów dotyczących wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo
417-2	Przypadki niezgodności z zasadami dotyczącymi informowania o produktach i usługach oraz ich znakowania
417-3	Przypadki niezgodności z zasadami dotyczącymi komunikacji marketingowej
wskaźnik własny 1	Opis sposobów samoregulacji zapobiegającej spożywaniu alkoholu w sposób nieodpowiedzialny (zapobieganie spożywaniu alkoholu przez nieletnich, kierowców i kobiety w ciąży)
wskaźnik własny 6	Opis działań podjętych na rzecz zapobiegania nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu/umiarkowanej konsumpcji alkoholu
wskaźnik własny 7	Lista produktów wpierających odpowiedzialne wybory wprowadzona na rynek

Kryteria oceny

Wybrane Informacje zawarte w „Indeksie treści GRI” Raportu zrównoważonego rozwoju przygotowanym przez Spółkę zostały zaraportowane w sposób określony wytycznymi Standardów GRI. Wskaźniki własne zostały opracowane przez Spółkę zgodnie ze Standardem GRI nr 3 w celu zaraportowania zidentyfikowanych istotnych zagadnień, które nie są objęte standardami tematycznymi (GRI Topic Standards).

Odpowiedzialność Zarządu

Zarząd Spółki jest odpowiedzialny za przygotowanie i zaprezentowanie Wybranych Informacji przedstawionych w raporcie zrównoważonego rozwoju zgodnie ze Standardami GRI.

Odpowiedzialność ta obejmuje również ustanowienie odpowiednich metodyk i wytycznych, pozwalających na przygotowanie Wybranych Informacji zgodnie ze Standardami GRI, a także zaprojektowanie, wdrożenie i utrzymanie systemu kontroli wewnętrznej umożliwiającego zaprezentowanie Wybranych Informacji wolnych od istotnych zniekształceń spowodowanych oszustwem lub błędem.

Zarząd Spółki ponosi również odpowiedzialność za wiarygodność, prawidłowość i rzetelność Wybranych Informacji.

Odpowiedzialność biegłego rewidenta

Naszym zadaniem jest wykonanie usługi atestacyjnej dającej ograniczoną pewność oraz wyrażenie wniosku, w oparciu o przeprowadzone prace, na temat Wybranych Informacji.

Przy sporządzeniu niniejszego raportu z wykonania usługi atestacyjnej przyjęliśmy założenie, że wszystkie udostępnione nam i omawiane z nami dokumenty są rzetelne i kompletne. Wskazujemy również, że nie przyjmujemy jakiegokolwiek odpowiedzialności za ewentualną inną niezależną weryfikację tych informacji, jak i ewentualną szkodę powstałą wskutek ich nieprawidłowości lub niekompletności. Nasze prace nie mają na celu analizy ani przeglądu sprawozdania finansowego Spółki.

Prace związane z wydaniem niniejszego raportu przeprowadziliśmy stosownie do postanowień Krajowego Standardu Usług Atestacyjnych Innych niż Badanie i Przegląd 3000 (Z) w brzmieniu Międzynarodowego Standardu Usług Atestacyjnych 3000 (zmienionego) *Usługi atestacyjne inne niż badania lub przeglądy historycznych informacji finansowych*, przyjętego uchwałą nr 3436/52e/2019 Krajowej Rady Biegłych Rewidentów z dnia 8 kwietnia 2019 roku, z późn. zm. Standard ten wymaga, aby w przypadku usługi atestacyjnej dającej ograniczoną pewność, wyrazić wniosek w formie, która przekazuje, czy na podstawie przeprowadzonych procedur i uzyskanych dowodów, uwagę biegłego rewidenta zwróciły jakiegokolwiek kwestie powodujące przekonanie biegłego rewidenta, że informacje o przedmiocie zagadnienia są istotnie zniekształcone.

Wykonane procedury

Wybór procedur zależy od naszego osądu oraz zrozumienia zagadnienia będącego przedmiotem usługi oraz innych okoliczności zlecenia, a także od naszej oceny ryzyka wystąpienia istotnego zniekształcenia Wybranych Informacji podlegających weryfikacji. Przeprowadzając ocenę tego ryzyka, bierzemy pod uwagę kontrolę wewnętrzną związaną z przedstawieniem wskaźników, w celu zaplanowania stosownych procedur, nie zaś w celu wyrażenia opinii na temat skuteczności jej działania.

Procedury, które wykonaliśmy, opierały się na naszym zawodowym osądzie i na naszej ocenie ryzyka wystąpienia istotnych zniekształceń wskaźników wskutek celowych działań lub błędów.

W celu sformułowania naszego wniosku na temat Wybranych Informacji przedstawionych w Raporcie zrównoważonego rozwoju przeprowadziliśmy następujące procedury:

- Przeprowadziliśmy wywiady z pracownikami odpowiedzialnymi za przygotowanie Wybranych Informacji w celu uzyskania wiedzy na temat środowiska kontroli i systemów informacyjnych istotnych dla zaraportowania wskaźników będących przedmiotem usługi atestacyjnej, lecz nie dokonaliśmy oceny sposobu zaprojektowania poszczególnych czynności kontrolnych, nie uzyskaliśmy dowodów ich wdrożenia ani nie przeprowadziliśmy testów ich skuteczności.
- Porównaliśmy „Wybrane informacje” do wewnętrznej dokumentacji Spółki. W uzasadnionych przypadkach wykonaliśmy procedury analityczne.
- Dla wskaźników o charakterze ilościowym dokonaliśmy weryfikacji pod kątem poprawności kalkulacji.

- Sprawdziliśmy „Wybrane informacje” pod kątem ich kompletności i adekwatności z wytycznymi Standardów GRI, a dla wskaźników własnych zweryfikowaliśmy ich kompletność i adekwatność z procedurami wewnętrznymi Spółki.

Zwracamy uwagę, że przedmiotowym zakresem naszego zlecenia jest wyrażenie wniosku tylko na temat Wybranych informacji za rok zakończony 31 grudnia 2023 roku i nie przeprowadzaliśmy żadnych prac w stosunku do pozostałych informacji niefinansowych zawartych w Raporcie zrównoważonego rozwoju, a zatem nie wyrażamy wniosku o tym raporcie jako całości.

Procedury przeprowadzone podczas wykonywania usługi atestacyjnej dającej ograniczoną pewność różnią się rodzajem i rozłożeniem w czasie oraz mają mniejszy zakres niż podczas wykonywania usługi atestacyjnej dającej racjonalną pewność. Wynikający z powyższego poziom zapewnienia uzyskany podczas usługi atestacyjnej dającej ograniczoną pewność jest znacząco niższy niż zapewnienie, które zostałoby uzyskane, gdyby została wykonana usługa dająca racjonalną pewność.

Wyrażamy przekonanie, że uzyskane przez nas dowody stanowią wystarczającą i odpowiednią podstawę do wyrażenia przez nas wniosku.

Wymogi kontroli jakości

Firma audytorska stosuje krajowe standardy kontroli jakości wprowadzone uchwałą Rady Polskiej Agencji Nadzoru Audytowego nr 38/II/2022 z dnia 15 listopada 2022 roku. Krajowy Standard Kontroli Jakości 1 w brzmieniu Międzynarodowego Standardu Zarządzania Jakością (PL) 1 wymaga, aby firma audytorska zaprojektowała, wdrożyła i stosowała system zarządzania jakością, w tym polityki lub procedury odnośnie zgodności z wymogami etycznymi, standardami zawodowymi oraz mającymi zastosowanie wymogami prawnymi i regulacyjnymi.

Wymogi etyczne, w tym niezależność

Przeprowadzając usługę biegły rewident i firma audytorska przestrzegali wymogów niezależności i innych wymogów etycznych określonych w Międzynarodowym kodeksie etyki zawodowych księgowych (w tym w Międzynarodowych standardach niezależności) Rady Międzynarodowych Standardów Etyki dla Księgowych, przyjętym uchwałą Krajowej Rady Biegłych Rewidentów nr 3431/52a/2019 z dnia 25 marca 2019 roku w sprawie zasad etyki zawodowej biegłych rewidentów, z późn. zm. (dalej „kodeks IESBA”). Kodeks IESBA oparty jest na podstawowych zasadach dotyczących uczciwości, obiektywizmu, zawodowych kompetencji i należytej staranności, zachowania poufności oraz profesjonalnego postępowania. Przestrzegaliśmy również innych wymogów niezależności i etyki, które mają zastosowanie dla niniejszej usługi atestacyjnej w Polsce.

Wniosek

Podstawę sformułowania wniosku biegłego rewidenta stanowią kwestie opisane powyżej, dlatego wniosek powinien być czytany z uwzględnieniem tych kwestii.

Na podstawie przeprowadzonej usługi atestacyjnej, nic nie zwróciło naszej uwagi, co kazałoby nam sądzić, że Wybrane Informacje zawarte w Raporcie zrównoważonego rozwoju za 2023 rok, we wszystkich istotnych aspektach, nie zostały sporządzone zgodnie z kryteriami raportowania określonymi w Standardach GRI, a wskaźniki własne - zgodnie z założeniami określonymi przez Spółkę na podstawie Standardu GRI nr 3.

Działający w imieniu Mazars Audyt Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Piękna 18, wpisanej na listę firm audytorskich pod numerem 186, w imieniu której kluczowy biegły rewident przeprowadził usługę atestacyjną.

Piotr Mortas

Podpis jest prawidłowy

Dokument podpisany przez
Piotr Mortas
Data: 2024.08.01 10:21:31
CEST

Kluczowy Biegły Rewident

Nr 13909

**forw/s
mazars**

Warszawa, dnia 1 sierpnia 2024 roku



www.kp.pl