

RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU 2024

MIEJSCE PRACY • ŚRODOWISKO • SPOŁECZEŃSTWO



A red, faceted paper heart, likely a decorative element or a symbol of love, positioned centrally above the text.

11 Władze firmy

24

Przygotowanie nowego systemu kaucyjnego w Polsce

34

Równe traktowanie i rozwój pracowników

47

Wolontariat i działalność charytatywna

66
Indeks treści
GRI

SŁOWO OD PREZESA

Rok 2024 pokazał, że jasno zdefiniowane cele i konsekwencja w działaniu są dziś największą siłą organizacji odpowiedzialnych społecznie i środowiskowo.

Grupa Asahi wdraża strategię klimatyczną Asahi Carbon Zero, której głównym celem jest osiągnięcie neutralności węglowej w całym łańcuchu wartości do 2050 roku. Strategia „Lepsza Przyszłość 2030”, która jest jej częścią, służy realizacji ambicji Asahi Group, wyznacza kierunki rozwoju Kompanii Piwowarskiej w sposób zrównoważony, odporny i pełen szacunku wobec ludzi, środowiska i otoczenia, w którym rozwijamy nasz biznes. Miniony rok był dla nas czasem wytrwałości i konsekwentnej pracy na rzecz realizacji naszych celów. Bogatsi o zdobyte doświadczenia, wiemy, że im bliżej roku 2030, tym większe znaczenie ma nasza pomysłowość i konsekwencja w działaniach na rzecz minimalizowania wpływu na środowisko oraz reagowania na wyzwania społeczne.

W minionym roku intensywnie pracowaliśmy nad zmniejszeniem emisji gazów cieplarnianych w Zakresie 1 i 2. Są one już o 69% niższe niż w roku bazowym 2019. Osiągnęliśmy to m.in. dzięki inwestycjom w pompy ciepła w browarach w Tychach i Poznaniu oraz dalszej poprawie efektywności energetycznej naszych zakładów.

Jednocześnie, opierając się na pogłębionej analizie emisji Zakresu 3, dalej koncentrowaliśmy się na obszarach o wysokim potencjale redukcyjnym, takich jak opakowania, logistyka i systemy chłodzenia naszych produktów. Kontynuujemy wymianę lodówek na nowe, bardziej energooszczędne. W naszym browarze w Poznaniu rozpoczęliśmy w 2024 roku budowę magazynu wysokiego składowania, który pozwoli na dalszą optymalizację procesów logistycznych, a tym samym przyczyni się do kolejnych redukcji emisji w tym obszarze. Jest to największa w historii naszej firmy inwestycja w logistykę, o wartości 200 mln złotych.

W obszarze zarządzania wodą, która jest kluczowym zasobem dla naszej działalności, odnotowaliśmy nieznaczny wzrost zużycia do 2,84 l/litra piwa. Jest to bezpośrednio związane ze zwiększoną produkcją piw bezalkoholowych, których proces warzenia charakteryzuje się większym zapotrzebowaniem na wodę. Produkcja tego typu piw od-

bywa się wyłącznie w naszym poznańskim browarze. W trosce o zasoby wodne w tym regionie nawiązaliśmy współpracę z Fundacją Wody Warta „Hydroni”. Pierwsze projekty są już za nami – wspólnie pomożemy trzem wielkopolskim gminom w adaptacji do zmian klimatycznych. Mówiąc o partnerstwach w 2024 roku, nie możemy pominąć Fundusz Żubra, kontynuującego projekty na rzecz wspierania zagrożonych gatunków oraz ochrony bioróżnorodności, szczególnie w regionach o wyjątkowej wartości przyrodniczej, takich jak Puszcza Karpacka czy Biebrzański Park Narodowy.

Nasze podejście do gospodarki obiegu zamkniętego pozostaje niezmienne – w 2024 roku 100% odpadów z browarów zostało zagospodarowanych poprzez recykling lub odzysk. Z sukcesem kontynuujemy też programy recyklingu młota i drożdży browarnianych. Wszystkie nasze opakowania można albo wykorzystywać wielokrotnie albo poddawać recyklingowi. W 2024 roku 40% naszego piwa sprzedaliśmy w opakowaniach wielokrotnego użytku. Byliśmy również aktywnym uczestnikiem prac na rzecz wdrożenia w Polsce systemu kaucyjnego, który poza szklanymi butelkami wielokrotnego użytku obejmie także puszki aluminiowe i plastikowe butelki na napoje. Wraz z innymi dużymi przedsiębiorstwami w naszej branży założyliśmy spółkę Polski System Kaucyjny, która będzie jednym z operatorów tego systemu w kraju.

Ludzie są sercem Kompanii Piwowarskiej – i to dzięki ich zaangażowaniu osiągamy nasze cele. W mijającym roku kobiety stanowiły już 39% kadry menedżerskiej wyższego szczebla. Utrzymujemy pełną równość wynagrodzeń oraz promujemy kulturę organizacyjną, w której każdy ma równe szanse na rozwój.

Szczególnie dumni jesteśmy z zaangażowania naszych zespołów w działania społeczne. W 2024 roku zrealizowaliśmy blisko 6 000 godzin wolontariatu, z czego znaczną część stanowiły inicjatywy środowiskowe – sadzenie drzew i krzewów, sprzątanie terenów zielonych czy edukacja ekologiczna. Pomogliśmy także ofiarom powodzi, która nawiedziła południową Polskę: finansowo – zarówno finansowo, jak i poprzez zaangażowanie naszych wolontariuszy, którzy niekiedy pokonywali setki kilometrów, by nieść pomoc potrzebującym.

Z myślą o dobrostanie pracowników stale wdrażamy w naszej firmie nowe rozwiązania z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy. Traktujemy ten obszar jak warzenie piwa – stale szukamy w nim doskonałości. Naszą maksymą jest w tym przypadku „Zależy Mi!”. Kompanii Piwowarskiej zależy na każdym z jej pracowników. Obchodziliśmy w naszej

firmie także Dzień Różnorodności, który stanowi ważny punkt na mapie działań w obszarze inkluzywności i równego traktowania. Nasze portfolio konsekwentnie wspiera odpowiedzialne decyzje konsumenckie. Segment piw bezalkoholowych (NAB) przekroczył już 7,7% udziału w sprzedaży – utrzymujemy pozycję lidera rynku NAB w Polsce. Produkty te wpisują się w rosnący trend NOLO (No- and Low-Alcohol), czyli wybierania napojów bezalkoholowych lub o obniżonej zawartości alkoholu, co odpowiada na potrzeby konsumentów poszukujących zdrowszych, bardziej świadomych alternatyw. To nie tylko rynkowa szansa, ale też istotny element naszej odpowiedzialności społecznej.

Wspieramy odpowiedzialność nie tylko poprzez ofertę, ale także swoją obecność tam, gdzie spotykają się ludzie. W 2024 roku byliśmy obecni na największych wydarzeniach masowych w Polsce, promując umiarkowane spożycie alkoholu, inkluzywność i troskę o planetę. Chcemy być nie tylko sponsorem tych imprez, ale również tworzyć podczas nich trwałe więzi z konsumentami naszych produktów.

Wierzmy, że zrównoważony rozwój to nie koszt, lecz inwestycja w przyszłość. Pomimo wymagającego otoczenia gospodarczego, utrzymaliśmy stabilność operacyjną i kontynuowaliśmy realizację kluczowych projektów. Nasze działania na rzecz efektywności energetycznej, logistyki i optymalizacji procesów przynoszą realne oszczędności i wzmacniają naszą odporność biznesową.

Rok 2024 był krokiem w kierunku „Lepszej przyszłości 2030”. Konsekwentnie zmniejszamy nasz wpływ na środowisko, tworzymy miejsce pracy oparte na równości i wspólnych wartościach, wspieramy odpowiedzialne wybory konsumenckie i pokazujemy, że wzrost może iść w parze z odpowiedzialnością. Nasze zaangażowanie nie jest deklaratywne – stoi za nim szereg konkretnych działań, o których opowiadamy w raporcie ESG za 2024 r. do którego lektury gorąco zachęcam. „Lepsza przyszłość” nie jest tylko ideą, ona dzieje się tu i teraz. Jestem dumny, że mogę reprezentować 2583 pracowników Kompanii Piwowarskiej, którzy swoją codzienną pracą budują lepszą przyszłość dla siebie i kolejnych pokoleń.

Igor Tikhonov

**Prezes Zarządu
Kompanii Piwowarskiej**



01 **O FIRMIE**



Jesteśmy czołowym **producentem piwa** na polskim rynku z bogatym portfolio produktów

KIM JESTEŚMY

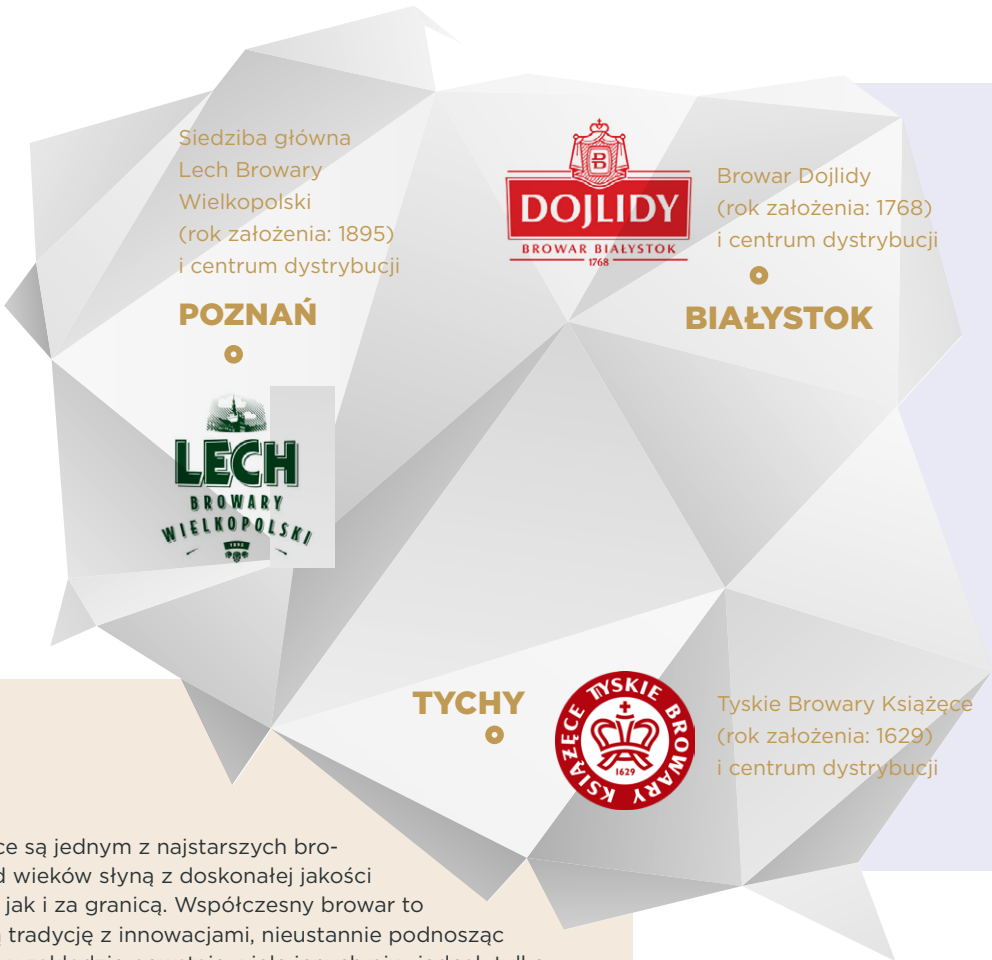
GRI: 2-22

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

Kompania Piwowarska jest spółką akcyjną z siedzibą w Poznaniu, biuro Zarządu spółki jest zlokalizowane w Warszawie. Jesteśmy częścią grupy Asahi Europe & International (AEI), która obejmuje 20 browarów w 9 krajach oraz działa na 90 rynkach eksportowych na całym świecie, zatrudniając ponad 10 tys. pracowników.

Asahi Europe & International jest częścią Asahi Group Holdings (AGH), globalnego producenta alkoholu, napojów i żywności z ponad 135-letnią historią. W 2024 roku Grupa Asahi składała się ze 199 spółek zależnych i 68 zakładów produkcyjnych na całym świecie. Grupa zatrudnia łącznie ponad 28 tys. osób.



ASAHI EUROPE & INTERNATIONAL

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 2024 roku 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

Rys historyczny

Powstanie i rozwój Kompanii Piwowarskiej

Kompania Piwowarska powstała w 1999 roku, kiedy to połączono trzy duże polskie browary: Tyskie Browary Książęce, Lech Browary Wielkopolski oraz Browar Dojlidy. Dziś firma jest największym producentem piwa w Polsce. Kompania Piwowarska stała się częścią międzynarodowej Grupy Asahi w 2017 roku, co pozwoliło na dalszy rozwój i ekspansję na rynkach międzynarodowych.

Firma od lat angażuje się w zrównoważony rozwój, realizując cele środowiskowe i społeczne. Jesteśmy obecnie jednym z liderów zrównoważonego rozwoju w Polsce. Przez cały czas działamy na rzecz minimalizowania naszego wpływu na środowisko oraz rozwijamy naszą firmę z myślą o pozytywnym wpływie społecznym. **Do 2030 roku planujemy zrealizować ambitne cele, które wyznaczyliśmy w naszej strategii „Lepsza Przyszłość 2030”.** Odzwierciedlają one naszą odpowiedzialność za wpływ naszej działalności na środowisko, społeczeństwo i gospodarkę Polski.

Nasze browary

Tyskie Browary Książęce

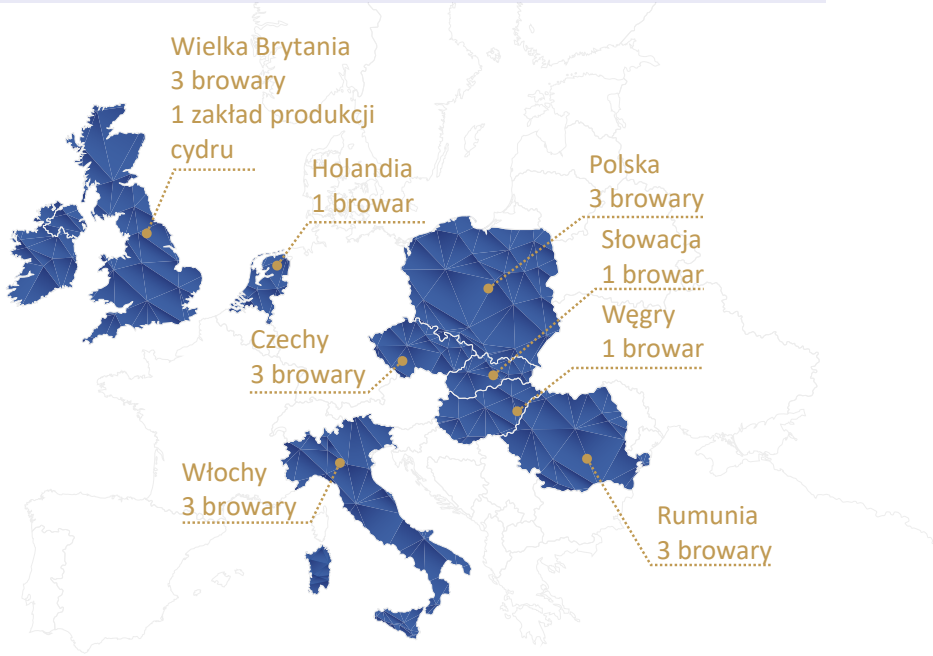
Założone w 1629 roku, Tyskie Browary Książęce są jednym z najstarszych browarów w Polsce. Znajdujące się w Tychach, od wieków słyną z doskonałej jakości piwa, które zdobyło uznanie zarówno w kraju, jak i za granicą. Współczesny browar to nowoczesne zakłady produkcyjne, które łączą tradycję z innowacjami, nieustannie podnosząc jakość swoich wyrobów. Poza piwem „Tyskie” w zakładzie powstaje wiele innych piw, jednak tylko w Tychach warzona jest cała kolekcja piw „Książęce”.

Browar Dojlidy

Browar Dojlidy w Białymstoku został założony w 1768 roku i ma bogatą historię sięgającą XVIII wieku. Browar zachowuje swoje tradycje piwowarskie, jednocześnie wdrażając nowoczesne rozwiązania technologiczne. Browar jest także ważnym centrum dystrybucji w regionie. Z naszego białostockiego browaru pochodzi „Żubr” – największa marka piwna w Polsce.

Lech Browary Wielkopolski

Założone w 1895 roku w Poznaniu, Lech Browary Wielkopolski to symbol piwowarstwa w zachodniej Polsce. Ten browar to miejsce, gdzie tradycja spotyka się z nowoczesnymi technologiami. Poza klasycznym lagerem warzymy tu piwa smakowe i bezalkoholowe, a pochodząca z Poznania marka Lech stała się jednym z najpopularniejszych piw w Polsce.



ROK 2024 W LICZBACH

Najważniejsze wyniki
i osiągnięcia

1. MIEJSCE
NA POLSKIM RYNKU PIWA
Z **31,7%** UDZIAŁU
W WOLUMENIE SPRZEDAŻY
(WG NIELSEN, 2024),
30,9% (WG GUS, 2024)



2,84 l

wody zużywane
do uwarzenia
jednego litra piwa

1. MIEJSCE

NA POLSKIM RYNKU PIWA
BEZALKOHOLOWEGO
Z **35,8%** UDZIAŁU W WO-
LUMENIE SPRZEDAŻY PIW
BEZALKOHOLOWYCH
(WG NIELSEN, 2024)

100%

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

100%

opakowań foliowych z folii
pochodzącej z recyklingu

7 mln

zasięgu i 3,3 mln
zaangażowania w mediach
społecznościowych kampanii
edukacyjnej „Imprezuj
w stylu umiarkowanym”

2583

pracowników

111 374

dostawców
i partnerów biznesowych

Ponad
779 tys. hl

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



NASZA STRATEGIA

GRI: 2-23

W Kompanii Piwowarskiej tworzymy coś więcej niż tylko piwo – budujemy więzi, które mają znaczenie. Nasza działalność wiąże się z bliską współpracą z ponad 111 tysiącami podmiotów w łańcuchu wartości. Jesteśmy także istotnym pracodawcą i pośrednio podmiotem, którego działalność generuje tysiące miejsc pracy w wielu sektorach gospodarki powiązanych z branżą piwowarską w Polsce. Każdego dnia mamy okazję do wzmacniania więzi – z naszymi partnerami, społecznościami lokalnymi i pracownikami. Chcemy, aby każdy w naszej firmie pamiętał, że jego decyzje mogą mieć realny wpływ na ludzi, środowisko i gospodarkę. Właśnie dlatego zachęcamy do podejmowania wyborów, które przynoszą korzyści wszystkim stronom – zgodnie z naszym celem firmowym „Tworzymy więzi, które mają znaczenie” (patrz dalej w raporcie).

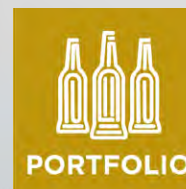
W naszej codziennej działalności kierujemy się założeniami i celami strategii „Lepsza Przyszłość 2030”. Została ona wdrożona w 2020 roku i obowiązuje wszystkie spółki Grupy Asahi w Europie. Łączy ona cele biznesowe z celami zrównoważonego rozwoju, nadając im równą wagę.

To właśnie ta strategia przekłada filozofię naszej Grupy, wyrażoną między innymi w Wizji Środowiskowej 2040, na konkretne zadania, których realizacja wpisuje się w globalne Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Głęboko wierzymy, że nasze zaangażowanie, oparte na jasnych i mierzalnych celach, może inspirować inne firmy i przyczyniać się do pozytywnych zmian na świecie.

DEFINIUJĄC NASZĄ STRATEGIĘ „LEPSZA PRZYSZŁOŚĆ 2030”, SKONCENTROWALIŚMY SIĘ NA KWESTIACH, NA KTÓRE MOŻEMY WYWRZEĆ NAJWIĘKSZY WPŁYW, WYKORZYSTUJĄC SKALĘ NASZEJ DZIAŁALNOŚCI, ŁAŃCUCH DOSTAW ORAZ PARTNERSTWA. DOKUMENT ZAWIERA CELE OPRACOWANE DLA 4 PODSTAWOWYCH FILARÓW: PORTFOLIO, PLANETA, LUDZIE I PROFIT.

Lepsza Przyszłość 2030

Podejmujemy 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



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 poza zwykłe transakcje oraz 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 roku.

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 – nasze opakowania już są wielokrotnego użytku lub w pełni nadają się do recyklingu. Do 2030 roku zamierzamy kupować do produkcji wyłącznie składniki pozyskiwane w sposób zrównoważony środowiskowo.



W obszarze Ludzie

Poszerzamy różnorodność naszych zespołów, w szczególności dążąc do równego udziału kobiet i mężczyzn wśród wyższej kadry kierowniczej. Wspieramy również podejmowanie odpowiedzialnych decyzji związanych z konsumpcją piwa, m.in. zwiększając udział produktów bezalkoholowych i niskoalkoholowych (o zawartości do 3,5% alkoholu) w naszym portfolio. Chcemy, aby do 2030 roku stanowiły one 15% piwa, które sprzedajemy.

Więcej o naszych celach w broszurze „**Nasze Zobowiązania 2030**”

W 2025 roku rozpoczęliśmy proces przeglądu naszej strategii „**Lepsza Przyszłość 2030**” w celu dostosowania jej do bieżących wyzwań i możliwości, jakimi dysponujemy.

PLANETA				LUDZIE	
NEUTRALNOŚĆ WĘGLOWA	WODA	OPAKOWANIA W OBIEGU ZAMKNIĘTYM	ZRÓWNOWAŻONE ZAKUPY	ODPOWIEDZIALNE WYBORY	INTEGRACJA I ZDROWIE
Browary - Energia elektryczna zużywana przez nasze browary pochodzi w całości ze źródeł odnawialnych 69% redukcji emisji CO₂ w stosunku do 2019 roku 2,84 litra wody na litr uwarzonego piwa 40% produktów sprzedanych w opakowaniach wielokrotnego użytku - Wszystkie nasze opakowania są całkowicie recyklowalne W 2024 roku przygotowywano się do procesu operacjonalizacji celów.				7,7% udziału produktów bezalkoholowych w naszym portfolio 39,3% udział kobiet na wyższych stanowiskach kierowniczych (wskaźnik Asahi Europe & International)	
Browary - Neutralność węglowa naszych browarów Łańcuch dostaw 30% redukcji emisji w łańcuchu dostaw 2,75 litra wody na litr uwarzonego piwa 100% opakowań do wielokrotnego wykorzystania lub nadających się do recyklingu 100% składników pozyskiwanych w sposób zrównoważony				15% udziału produktów bezalkoholowych w naszym portfolio Równa liczba kobiet i mężczyzn na stanowiskach kierowniczych	

ZREALIZOWANE
2024

PRZYSZŁOŚĆ
2030

CZYM SIĘ KIERUJEMY

Naszym CELEM jest

tworzenie więzi, które mają znaczenie

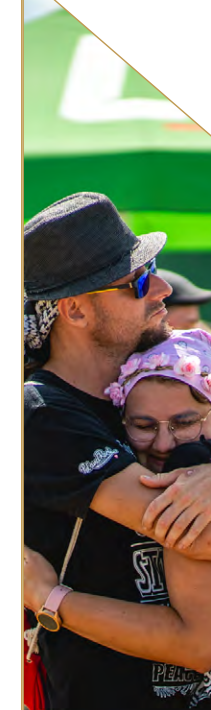
– czyli takich relacji biznesowych, dzięki którym wraz z naszymi partnerami pracujemy na lepszą, zrównoważoną przyszłość.



Naszą MISJĄ jest

dotrzymywanie obietnicy doskonałego smaku i czynienie życia przyjemniejszym.

Oznacza to, że zawsze i wszędzie chcemy dostarczać piwo najwyższej jakości, którego smak spełnia oczekiwania konsumentów. Sięgamy więc po starannie wyselekcjonowane surowce, czerpiemy z najlepszych tradycji piwowarskich, wdrażamy zaawansowane rozwiązania technologiczne, zatrudniamy znakomitych specjalistów, stale rozwijamy i doskonalimy swoje umiejętności.



GRI: 2-23

Naszą WIZJĄ jest

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

Oznacza to koncentrację na markach premium, ale także premiumizację największych marek z naszego portfolio.



Planeta



Ambicja 1.

Kierować się dobrem Planety we wszystkim, co robimy.



W ramach realizacji celu wyznaczylismy sobie dwie ambicje, które mają kierunkować sposoby działania w ramach realizacji naszej strategii

**„Lepsza
Przyszłość 2030”**

**TWORZYMYS
WIĘZI, KTÓRE
MAJĄ ZNACZENIE**



Ludzie



Ambicja 2.

Zapewnić ludziom i społeczeństwu pozytywne, włączające doświadczenie.

Nasze wartości i przekonania

Wartości, które wyznajemy, są fundamentem naszych działań – kierują codziennymi decyzjami, określają standardy i sprzyjają budowaniu odpowiednich postaw. Mają wpływ na komunikację wewnętrzną i zewnętrzną oraz odgrywają istotną rolę w procesach rekrutacyjnych. To one definiują nasze podejście do biznesu i relacji z interesariuszami.

-  **Podejmowanie wyzwań i innowacyjność** – rozumiemy przez to nieustanne przyglądanie się naszej pracy przez pryzmat tego, co możemy zrobić lepiej, umiejętność adaptowania się do zmieniających warunków i zdolność do tworzenia nowych rozwiązań,
-  **Doskonała jakość** – to dla nas staranna selekcja surowców potrzebnych do warzenia piwa, jego odpowiednie serwowanie oraz kultywowanie najlepszych tradycji piwowskich w naszych browarach o kilkusetletniej historii.
-  **Wzajemne inspirowanie się** – rozumiemy jako czerpanie ze spotkań z innymi, wymianę doświadczeń, słuchanie i uważną obserwację.

Zasady, którymi się kierujemy

Nasza działalność to część większego systemu, który współtworzymy z ludźmi, organizacjami, instytucjami i środowiskiem. Oddziałujemy na nasze otoczenie i jednocześnie pozostajemy pod jego wpływem. Wierzymy, że odpowiedzialny biznes to taki, który łączy sukces finansowy z pozytywnym oddziaływaniem na społeczeństwo.

-  **Klienci** – zapewniamy ich satysfakcję dzięki produktom i obsłudze, które przewyższają oczekiwania.
-  **Pracownicy** – pielęgnujemy wśród nich kulturę organizacyjną wspierającą rozwój zarówno indywidualny, jak i firmy.
-  **Społeczeństwo** – prowadzimy działalność w sposób zapewniający zrównoważony rozwój społeczeństwa.
-  **Partnerzy** – budujemy z nimi relacje zapewniające wzajemny rozwój.
-  **Akcjonariusze** – z myślą o nich podejmujemy działania mające na celu zwiększanie wartości akcji poprzez trwały wzrost zysków oraz stopy zwrotu z inwestycji.

Nasze akcje i zaangażowanie społeczne



ABY DZIAŁAĆ SKUTECZNIE W BIZNESIE, NIEZBĘDNE JEST OKREŚLENIE KONKRETNEGO CELU, KTÓRY UWZGLĘDNIĄ POTRZEBY KONSUMENTÓW ORAZ OTOCZENIA.

Ograniczenie się do maksymalizacji zysków może prowadzić do negatywnych konsekwencji, szczególnie w świecie, gdzie klienci i pracownicy stają się coraz bardziej świadomi i wymagający. Wiarygodność firmy buduje się na konsekwentnym przestrzeganiu deklarowanych norm i wartości. Naszą misją jest nie tylko działanie zgodne z przepisami i oczekiwaniami rynku, ale również aktywne wpływanie na pozytywne zmiany w społeczeństwie i środowisku. Wiemy, że aby te zmiany były trwałe i miały realne znaczenie, kluczowa jest współpraca i dialog z naszym otoczeniem.

Zobacz, w jaki sposób realizujemy w naszej codziennej pracy nasz cel, czyli tworzymy więzi, które mają znaczenie:

Bezpieczeństwo w Kompanii Piwowskiej
– **#ZależyMi #ICare** – str. 31

Dodatkowe dni urlopu w ważnych dla pracowników chwilach – str. 32

Dzień różnorodności
– Kobięca strona browaru – str. 36

Działania Funduszu Żubra – str. 18

Działania promujące
umiarkowane spożycie alkoholu – str. 44

Kampania FASOFF „Pijąc alkohol w ciąży, życzysz dziecku aby było chore” – str. 46

Zbiórka puszek aluminiowych
na imprezach masowych we współpracy z fundacją Recal – str. 24



WŁADZE FIRMY

Skład zarządu i zespołu zarządzającego firmą

GRI: 2-9, 2-10, 2-11, 2-14, 2-15, 2-19

Prezes Zarządu oraz pozostali Członkowie Zarządu Kompanii Piwowarskiej są powoływani przez Radę Nadzorczą. Kluczowym kryterium wyboru przedstawicieli organów zarządczych jest doświadczenie



Igor Tikhonov
Prezes Zarządu

Początek sprawowania funkcji: 2018 r.

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 Asahi Europe & International 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 obowiązującymi w naszej branży na polskim rynku.

31 grudnia 2024 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.



James Smith

Wiceprezes ds. Finansów

Początek sprawowania funkcji: 2024 r.

(wcześniej do 1 maja 2024 r. funkcję pełnił Paweł Przekopiak, p.o. Wiceprezesa ds. Finansów. Początek sprawowania funkcji: 2023 r.)



Wojciech Bogusz

Wiceprezes ds. Marketingu

początek sprawowania funkcji: 25 czerwca 2024 r.

(wcześniej do 31 maja 2024 r. funkcję pełniła Małgorzata Lubelska. Wiceprezesa ds. Marketingu. Początek sprawowania funkcji: 2023 r.)



Takefumi Takano

Członek Zarządu

Początek sprawowania funkcji: 25 czerwca 2024 r.

(wcześniej do 1 kwietnia 2024 r. funkcję pełnił Akira Tsuiki, Członek Zarządu. Początek sprawowania funkcji: 2023 r.)



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



Iwona Jacaszek-Pruś
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, każdy zakończony projekt podlega szczegółowej analizie.

Członkowie Rady Nadzorczej są wybierani na pięcioletnią kadencję przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy. Na dzień 31 grudnia 2024 roku członkami Rady Nadzorczej byli:

Paolo Lanzarotti
Andrew Bailey
Markus Kürten

Wszyscy pracownicy Kompanii Piwowarskiej, w tym członkowie najwyższych organów zarządzających, są zobowiązani do przestrzegania postanowień Polityki Przeciwdziałania wykorzystywaniu informacji poufnych Asahi Europe & International oraz Kodeksu Etyki, który jasno reguluje obowiązki w przypadku wystąpienia potencjalnego konfliktu interesów. Dokument ten jasno określa obowiązki związane z potencjalnymi konfliktami interesów – w tym konieczność ich zgłaszania i aktualizowania deklaracji konfliktu. Priorytetem jest unikanie sytuacji, w których mogłoby dojść do takiego konfliktu, zwłaszcza w przypadku współpracy z firmami powiązanymi z rodziną pracownika lub członka organu zarządzającego.



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

02 ŚRODOWISKO

KLIMAT I ŚRODOWISKO



GRI: 3-3 Emisje, 3-3 Energia

CELE STRATEGICZNE Asahi Europe & International (AEI) 2030

2025

- **50%** redukcji emisji CO₂ w naszych browarach w Zakresie 1 i 2 w stosunku do 2015 roku
- **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 roku

2040

- neutralność węglowa w całym łańcuchu wartości

Grupa Asahi wdraża strategię klimatyczną Asahi Carbon Zero, będącą częścią Wizji Środowiskowej 2040. Jej głównym celem jest osiągnięcie neutralności węglowej w całym łańcuchu wartości, co pozwoli wyeliminować negatywny wpływ działalności na klimat.



GRI: 3-3 Emisje, 3-3 Energia

KLUCZOWE WSKAŹNIKI EFEKTYWNOŚCI Kompanii Piwowskiej w 2024 r.



21,2%

redukcji emisji gazów cieplarnianych w Zakresie 3 w porównaniu do 2019 roku

69%

spadku emisji CO₂ w Zakresie 1 i 2 na hektolitr piwa względem 2019 roku

0

nałożonych kar za nieprzestrzeganie regulacji środowiskowych

Jako część Grupy Asahi realizujemy strategię redukcji emisji w oparciu o zalecenia Międzyrządowego Zespołu ds. Zmian Klimatu (IPCC), który wskazuje, że powstrzymanie kryzysu klimatycznego wymaga osiągnięcia globalnej neutralności węglowej do 2050 roku. Kierujemy się również założeniami porozumienia paryskiego, które zakłada ograniczenie wzrostu średniej temperatury na świecie do maksymalnie 1,5°C względem epoki przedprzemysłowej.

Emisje gazów cieplarnianych

Nasze podejście do obliczania śladu węglowego

Jak zarządzamy redukcją emisji

Produkcja piwa, podobnie jak większość procesów przemysłowych, wiąże się z emisją gazów cieplarnianych na każdym etapie naszego łańcucha wartości – od pozyskiwania surowców, przez proces warzenia i dystrybucję, aż po chłodzenie produktów w punktach sprzedaży. Emisje generują również nasze biura i podróże służbowe pracowników.

Kierunki działań strategicznych Grupy Asahi na rzecz neutralności węglowej wyznacza Globalny Komitet ds. Zrównoważonego Rozwoju, zaś ich realizację koordynuje i nadzoruje Zgromadzenie ds. Zrównoważonego Rozwoju, raportujące bezpośrednio do Zarządu oraz Komitetu.

Grupa Asahi opracowała szczegółowe strategie, które uwzględniają zarówno zagrożenia biznesowe, jak i szanse wynikające ze zmian klimatycznych w perspektywie średnio- i długoterminowej. Dokumenty strategiczne obejmują różne aspekty tych zmian i pozwalają odpowiednio na nie reagować.

Kierunek działań Grupy w zakresie ochrony klimatu wyznaczają przyjęte cele i wskaźniki, opracowane na podstawie wiedzy naukowej zgodnie z metodologią Science Based Targets Initiative (SBTi). Ich zgodność z wymaganiami tej międzynarodowej inicjatywy potwierdzają certyfikaty SBT 1,5°C, przyznane dla celów redukcji emisji w Zakresie 1 i 2 na 2030 rok.

Aby skutecznie realizować te założenia, na poziomie poszczególnych rynków, opracowano mapy drogowe redukcji emisji CO₂ oraz wskaźniki efektywności (KPI). Postępy są monitorowane przez Zespół ds. Zrównoważonego Rozwoju. W Kompanii Piwowarskiej za wdrażanie działań ograniczających emisje odpowiadają Liderzy Zespołów Funkcyjnych podlegający nadzorowi Komitetu ds. Zrównoważonego Rozwoju.

Grupa Asahi zarządza ryzykami klimatycznymi zgodnie z ogólnymi zasadami zarządzania ryzykiem. Oznacza to m.in., że w ramach systemu zarządzania ryzykiem (ERM) dla tej kategorii, we współpracy z dyrektorem ds. zrównoważonego rozwoju, wdrożono cykl PDCA

(Plan-Do-Check-Act – Zaplanuj-Wykonaj-Sprawdź-Popraw), pozwalający na skuteczne monitorowanie i modyfikowanie podejmowanych działań.

Emisje gazów cieplarnianych

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

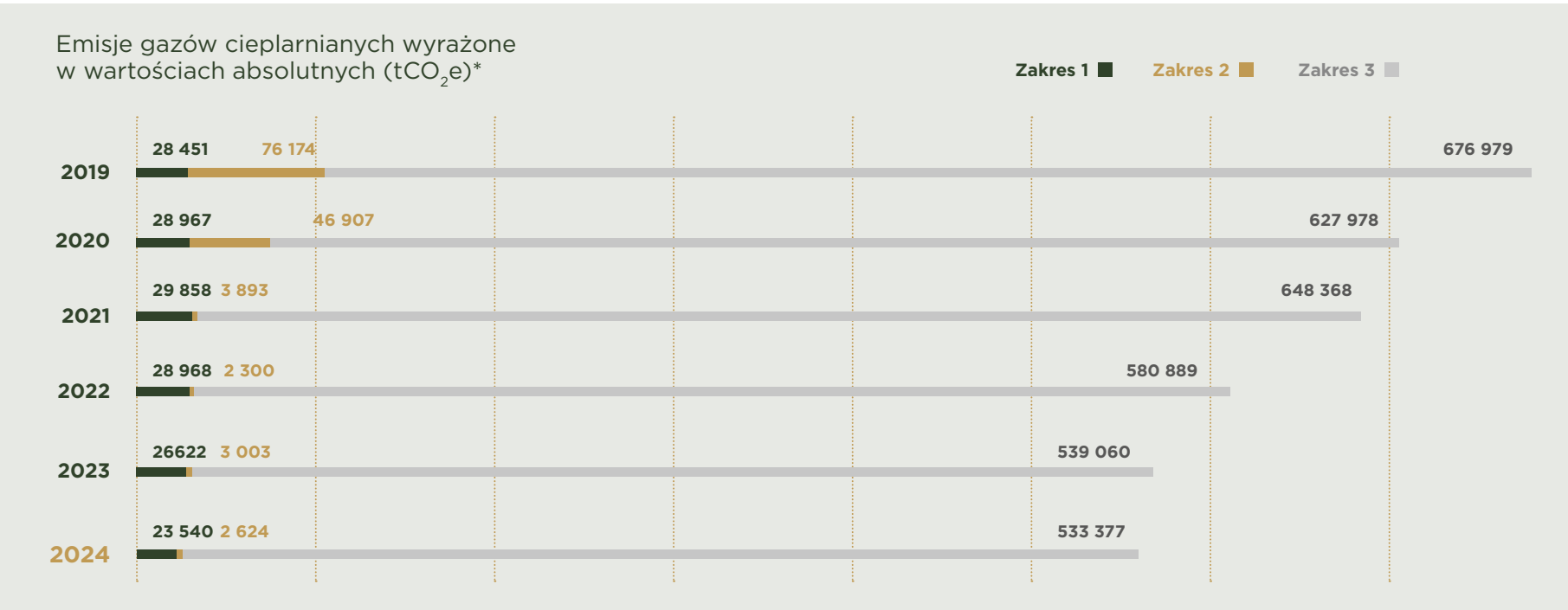
Efektywność naszych działań na rzecz ochrony klimatu wyraża się w systematycznym spadku wskaźnika intensywności emisji gazów cieplarnianych. Oznacza to redukcję ekwiwalentu CO₂ emitowanego w ramach Zakresu 1, 2 i 3 w przeliczeniu na każdy uwarzony hektolitr piwa.

Obliczenia dla Zakresu 1 i 2 opieramy na naszej wewnętrznej procedurze, według której do obliczenia emisji wykorzystujemy ilość jednostek nośnika energii pomnożoną przez kaloryczność każdego z rodzajów energii i współczynnik emisji CO₂.

Dane dotyczące wskaźnika kaloryczności są potwierdzane przez zewnętrzne laboratorium lub pochodzą z Krajowego Ośrodka Bilansowania i Zarządzania Emisjami (KOBIZE). Współczynnik emisji CO₂ jest określony na podstawie deklaracji dostawcy lub pochodzi z KOBIZE.

Intensywność emisji (stan na 31 grudnia 2024 r.)

	2024	2023	2022	2021	2020	2019	Zmiana 2024 vs 2023
Zakres 1 i 2 [kg CO ₂ /hl]	2,25	2,4	2,4	2,5	5,6	7,3	-6,25%
Zakres 3 [kg CO ₂ /hl]	45,74	39,60	44,60	47,62	46,43	50,21	15,51%



*Kompania Piwowarska S.A. stosuje podejście kontroli operacyjnej, rok 2019 przyjęto jako rok bazowy – ujawnienie danych

Dążymy do stałej redukcji naszego śladu węglowego, dbamy o poprawę jakości i dokładności danych historycznych oraz bieżących.

W okresie od roku bazowego 2019 do końca 2024 roku osiągnęliśmy znaczną redukcję emisji dla:

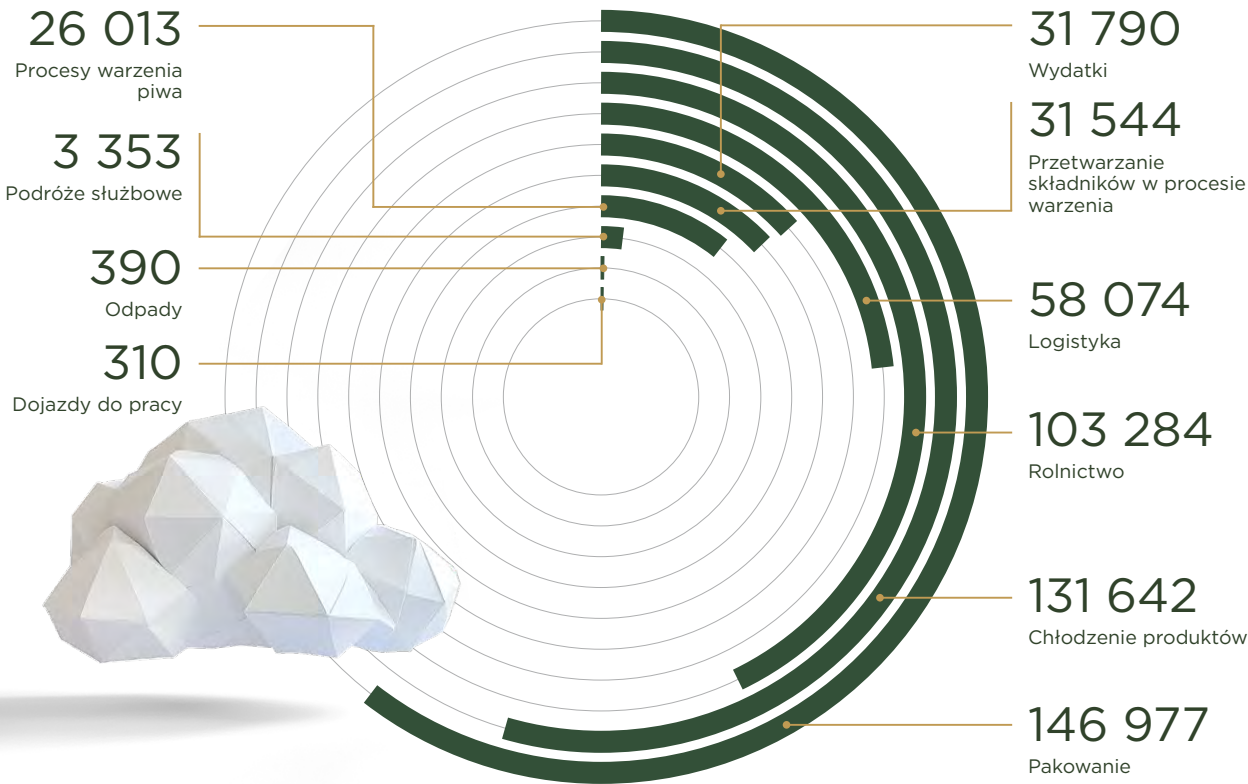
- Zakresu 1 o 6,4%,
- Zakresu 2 o 96,1%,
- Zakresu 3 o 21,2%.

Emisje dwutlenku węgla w łańcuchu dostaw – Zakres 3

Zakres 3 stanowi największą część naszych emisji, zwłaszcza w obszarze opakowań oraz chłodzenia produktów. Stawiamy sobie za cel zmniejszenie tych emisji o 30% do 2030 roku w porównaniu z rokiem bazowym.

W przypadku obliczeń Zakresu 3, wartości raportowane w 2023 roku uległy korekcie w 2024 r, dzięki precyzyjniejszym metodom obliczeniowym, szczególnie w zakresie procesów pakowania i warzenia. Ulepszenia te wprowadzono, biorąc pod uwagę zaktualizowane dane dotyczące zawartości materiałów pochodzących z recyklingu w kluczowych materiałach opakowaniowych oraz udoskonaleniu określania emisji na początkowym etapie łańcucha dostaw (ze źródeł energii cieplnej).

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



Nasze najważniejsze działania na rzecz ograniczania emisji w łańcuchu dostaw w 2024 roku



CHŁODNICTWO

Na polskim rynku piwa standardową praktyką jest umieszczanie lodówek poszczególnych producentów w punktach sprzedaży. Dysponujemy około 62 tys. chłodziarek do sprzedaży naszych wyrobów. Ich zużycie energii stanowi istotny element naszego śladu węglowego i jest jednym z największych źródeł emisji w całym naszym łańcuchu wartości.

Zdajemy sobie sprawę z wpływu, jaki to ma na środowisko, dlatego podejmujemy działania w czterech kierunkach:

1. Od kilku lat sukcesywnie wymieniamy starsze modele chłodziarek. Nowoczesne lodówki w klasie B i C zużywają nawet 50% mniej energii niż starsze modele. Do końca 2024 r. w porównaniu do 2019 r. dało to efekt w postaci 31% redukcji zużycia liczonego w kWh.

Nie instalujemy już tzw. lodówek otwartych, a zużyty sprzęt wycofujemy z rynku. Pozwoliło to w latach 2019-2024 zredukować emisje z procesu chłodzenia o dalsze 6%.



Na temat naszych działań dotyczących OPAKOWAŃ możesz przeczytać w rozdziale „Gospodarka o obiegu zamkniętym” na stronie str. 22.

2. Zmieniamy domyślną temperaturę chłodzenia z 2°C na 5°C. Z przeprowadzonych przez nas badań wynika, że piwo przechowywane w temperaturze 5°C również spełnia wymagania konsumentów.
3. Zmniejszenie intensywności chłodzenia oznacza nawet kilkuprocentową oszczędność energii. Dlatego podczas rutynowych wizyt serwisowych nasi technicy dokonują zmiany ustawień sprzętu – do tej pory udało się to zrobić w niemal 50% lodówek pracujących w rynku. Spadek emisji CO₂ związanej z chłodzeniem piwa w sklepach, wynikający ze zmiany temperatury wewnątrz naszych lodówek, wynosi obecnie 6% (w porównaniu ze stanem w 2019 roku), a docelowo wyniesie około 10%.
4. Optymalizujemy też liczbę i wielkość chłodziarek w punktach sprzedaży. Aby jak najbardziej efektywnie wykorzystywać posiadany sprzęt, dla poszczególnych wielkości sklepów określiliśmy maksymalną liczbę i adekwatne wymiary lodówek.



LOGISTYKA

Nowy magazyn wysokiego składowania

W 2024 roku rozpoczęliśmy budowę automatycznego magazynu wysokiego składowania w Poznaniu, który pomieści 40 tys. palet w Browarze Poznań. Inwestycja potrwa do 2026 roku i pozwoli ograniczyć emisję CO₂ w transporcie o 5%. Obecnie, ze względu na tymczasowe ograniczenia przestrzeni magazynowej w browarze Poznań, wykonujemy dodatkowe transporty do magazynów zewnętrznych, co wpływa na zwiększone emisje.

Sieć dystrybucji

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. Stale poprawiamy wykorzystanie ładowności ciężarówek w celu redukcji przebytych kilometrów. Wykorzystujemy specjalistyczną flotę (tzw. lekkie naczepy), dzięki którym zwiększamy wagę ładunku, minimalizując liczbę kilometrów koniecznych do dostarczenia naszego piwa do klientów. Dbamy o to, aby nasze pojazdy były niemal w pełni załadowane, monitorujemy trasy oraz współdzielimy transport z naszymi klientami oraz z innymi kontrahentami.

Pojazdy

Zmodernizowaliśmy flotę samochodów dostawczych Kompanii Piwowskiej i obecnie **wszystkie samochody spełniają wymagania normy Euro 6**, tj. charakteryzują się średnią emisją dwutlenku węgla na poziomie nie wyższym niż 95 g/km.

W obliczu rosnących wyzwań związanych z dążeniem do zeroemisyjności także w obszarze logistyki, Kompania Piwowska rozpoczęła testy elektrycznego ciągnika siodłowego marki Volvo jako alternatywy dla tradycyjnych pojazdów z napędem spalinowym. Pojazd został przetestowany zarówno w ruchu miejskim, jak i na trasach autostradowych. W trakcie testów wykonano 47 transportów, pokonano ponad 2100 km i przewieziono ponad 1000 ton towaru. Testy wykazały pewne ograniczenia, nad którymi będziemy pracować w przyszłych latach.

Aspekty środowiskowe przemawiają jednak na korzyść elektromobilności – szacuje się, że emisja CO₂ z pojazdu elektrycznego jest o około 30% niższa niż w przypadku pojazdu z silnikiem diesla, co w skali rocznej może przełożyć się na redukcję emisji o niemal 48 ton.

Stale monitorujemy dostępne alternatywy paliwowe w transporcie, które pozwalają na ograniczenie emisji, obserwujemy oraz śledzimy rozwój paliw Heavy Goods Vehicle, używanych przez nasze ciężarówki. Dodatkowo regularnie organizujemy szkolenia z oszczędnej jazdy dla kierowców firm transportowych, z którymi współpracujemy.



W 2024 roku zmniejszyliśmy emisję dwutlenku węgla o 7% dzięki wprowadzonym działaniom:

Magazyny

Zanim piwo trafi do konsumenta przebywa długą drogę. Jednym z etapów jej podróży są magazyny. Nieustannie dążymy do znalezienia usprawnień, które pomogą nam zredukować emisje związane z tym procesem.

- Aktualizacja systemu zarządzania wózkami widłowymi (Forklift Cost Analyzer), która pozwala na odpowiednie zarządzania flotą wózków widłowych oraz ogranicza ich zbędny ruch;
- Użycie systemów AURA i OEC do zarządzania flotą i analizowania zużycia gazu w poszczególnych wózkach widłowych:
 - **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;
- Stopniowa wymiana wózków widłowych z gazowych na elektryczne oraz modernizacja wentylacji w magazynach na zużywającą mniej energii elektrycznej.

Jak redukujemy nasz ślad węglowy Zakresu 1 i 2

ZEROEMISYJNE BROWARY

Dążymy do osiągnięcia zeroemisyjności naszych browarów do 2030 roku. Harmonogram realizacji tego celu został opracowany zarówno na poziomie całej Grupy Asahi Europe & International, której częścią jest Kompania Piwowarska, jak i indywidualnie dla każdego z browarów.

Co roku analizujemy postępy, wyznaczamy kolejne kroki i uwzględniamy je w trzyletnim planie inwestycyjnym. Kluczowe wsparcie w tej transformacji stanowią:

- **System Zarządzania Środowiskowego** zgodny z normą ISO 14001:2015, będący częścią Zintegrowanego Systemu Zarządzania Ryzykiem. Umożliwia on identyfikację i ocenę wszystkich istotnych aspektów środowiskowych związanych z działalnością naszych browarów i magazynów.
- **System Zarządzania Energią** zgodny z normą ISO 50001:2018.

Coroczny audyt, przeprowadzany przez niezależną firmę certyfikującą Bureau Veritas Polska, potwierdza prawidłowe działanie obu systemów.



W kierunku odnawialnych źródeł energii

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

ENERGIA ELEKTRYCZNA

W 2019 roku nawiązaliśmy przełomową współpracę z RWE Renewables – jednym z największych koncernów energetycznych w Europie. Dzięki temu nasze browary i magazyny są w pełni zasilane energią elektryczną ze źródeł odnawialnych. 10-letni kontrakt z RWE umożliwił budowę elektrowni wiatrowej w Nowym Stawie, składającej się z trzech turbin o łącznej mocy 12 MW. To część globalnego zobowiązania Grupy Asahi, która od października 2020 roku w ramach inicjatywy RE100 dąży do pełnego przejścia na energię ze źródeł odnawialnych do 2050 roku

ENERGIA CIEPLNA

Produkcja piwa wymaga dużych ilości energii cieplnej, wykorzystywanej m.in. do gotowania brzezki oraz mycia opakowań. Obecnie dominującym źródłem energii cieplnej w Kompanii Piwowarskiej pozostaje gaz ziemny, jednak konsekwentnie wdrażamy rozwiązania pozwalające na stopniowe odejście od paliw kopalnych. Stopniowo przechodzimy na samodzielne wytwarzanie ciepła ze źródeł odnawialnych.

Jednym z działań w tym obszarze jest wykorzystanie biogazu powstającego w zakładowej podczyszczalni ścieków. W Browarze Tychy energia cieplna jest częściowo generowana ze spalania biogazu produkowanego w procesie fermentacji metanowej. Około 12% energii pochodzi z tego odnawialnego źródła, co nie tylko redukuje emisję CO₂, ale również pozwala na efektywne zagospodarowanie odpadów organicznych.

Dążąc do dalszej dekarbonizacji procesów, prowadzimy prace nad instalacją biogazowni wykorzystujących biomasę oraz resztki po produkcyjne, takie jak wysłodziny browarniane. W Tychach planowana jest pilotażowa biogazownia, której rozwiązania mogą być w przyszłości wdrożone również w Browarze Poznań. Jednocześnie analizujemy możliwość zmiany technologii gotowania brzezki na mniej energochłonną.

Konsekwentnie wdrażamy rozwiązania zwiększające efektywność energetyczną naszych browarów. Jednym z kluczowych działań w tym obszarze jest wykorzystanie ciepła odpadowego powstającego podczas fermentacji piwa. Dzięki temu nie tylko ograniczamy zużycie energii pierwotnej, ale także redukujemy emisję CO₂, realizując nasze zobowiązania klimatyczne. W 2024 roku obniżyliśmy

emisję CO₂ w zakresach 1 i 2 w naszych browarach dzięki inwestycji w pompy ciepła, które wykorzystują ciepło generowane podczas fermentacji piwa jako dolne źródło energii dla układu chłodniczego. Zainstalowane pompy ciepła (1,5 MW w Tychach i 3 MW w Poznaniu) służą do

zasilania w ciepło takich odbiorników, jak: węzły cieplne do ogrzewania budynków, pasteryzatory tunelowe i przepływowe. W 2025 roku skupimy się na podłączeniu kolejnych pasteryzatorów przepływowych, by w jak największym stopniu wykorzystać dostępne ciepło. Dzięki temu rozwiązaniu ograniczymy zużycie gazu ziemnego o 15%, co – jak szacujemy – pozwoli nam zredukować emisję CO₂ o 4835 ton rocznie.

Inwestycja w pompy ciepła to ważny element naszej transformacji energetycznej. Łączny koszt projektu wyniósł 25 mln zł, a jego realizacja przybliży nas do osiągnięcia pełnej neutralności węglowej w naszych browarach do 2050 roku.

W 2024 roku zużyliśmy 263 110,8 GJ energii elektrycznej, co stanowiło wzrost o 1% w porównaniu z rokiem wcześniejszym – było to związane z uruchomieniem instalacji pomp ciepła.

W 2024 roku zużywaliśmy średnio 65,06 MJ* energii całkowitej na wyprodukowanie 1 hl piwa, z czego około **37%** pochodziło ze źródeł odnawialnych.

* Odliczono energię sprzedaną innym podmiotom.



Działania na rzecz środowiska naturalnego

W Kompanii Piwowskiej nie poprzestajemy na ograniczaniu śladu węglowego i obniżaniu konsumpcji wody. Podejmujemy także działania, które pokazują, że ekologia i efektywność biznesowa mogą iść w parze, zgodnie z zasadą win-win. Przykładem takich działań jest **Fundusz Żubra**.

Fundusz został utworzony przez markę piwa Żubr, a jego działania koncentrują się na Puszczy Białowieskiej – miejscu, gdzie narodziło się piwo Żubr.

Od 2021 roku Fundusz Żubra, we współpracy z parkami narodowymi i organizacjami pozarządowymi, realizuje liczne przedsięwzięcia. Jednym z najważniejszych projektów Funduszu jest wykup gruntów, które zostaną przeznaczone na działania związane z ochroną dzikiej przyrody i poprawą lokalnych ekosystemów. W 2024 roku Fundusz wykupił 30 ha gruntów w Otulinie Biebrzy. Zakup ten został zrealizowany we współpracy z Fundacją Dziedzictwa Przyrodniczego. Działania Funduszu Żubra przynoszą liczne korzyści, zarówno dla

środowiska, jak i dla lokalnych społeczności.. Poprzez wykup gruntów chronione są zagrożone gatunki, tworzone bezpieczne siedliska oraz wspierana jest odbudowa populacji rzadkich roślin i zwierząt. Renaturyzacja zakupionych gruntów działa również na rzecz zwiększenia bioróżnorodności.

W 2024 roku Fundusz Żubra rozpoczął również program grantowy

dla instytucji i organizacji, a jego celem jest finansowanie projektów przyczyniających się do ochrony zagrożonych gatunków zwierząt w Polsce.

Dodatkowo Fundusz Żubra przyznał nagrodę im. Simony Kossak dla osoby ze środowiska naukowego, której aktywne działania pomagają zagrożonym gatunkom zwierząt. Postawa osoby starającej się o nagrodę musi być spójna zarówno z misją Funduszu Żubra, jak i postawą słynnej przyrodniczki.

<https://funduszzubra.pl/program-grantowy>





Nasadenia i sprzątanie świata z Fundacją Nasza Ziemia

W 2024 roku nasze działania wolontariatu skoncentrowały się na ochronie środowiska, czego wyrazem jest kontynuacja współpracy z Fundacją Nasza Ziemia. Nawiązując do ogólnopolskiej akcji „Sprzątanie świata”, 14 zespołów, liczących łącznie 290 wolontariuszy, zaangażowało się w oczyszczanie przestrzeni publicznych oraz sadzenie drzew i krzewów w różnych częściach kraju. Dodatkowo nawiązaliśmy partnerstwo z nowymi instytucjami, w tym z Zakładem Zagospodarowania Odpadów w Poznaniu i Nadleśnictwem Kolbudy. Szczególną uwagę poświęciliśmy także terenom dotkniętym we wrześniu 2024 roku powodzią – w okolicach Barda i Boboluszek przeprowadziliśmy dwa projekty związane z usuwaniem skutków kataklizmu.



22 kwietnia obchodzimy Międzynarodowy Dzień Ziemi – święto naszej Planety.

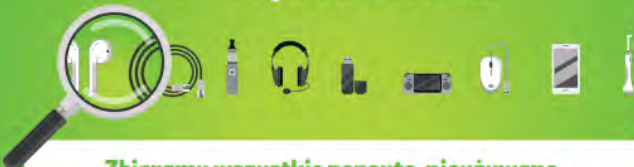
Z tej okazji 15 wolontariuszy z Kompanii Piwowskiej posprzątało teren Parku Północnego w Tychach. Sprzątanie odbyło się przy współpracy z Tyskim Zakładem Komunalnym. Udało się zebrać ponad 300 kg – 40 worków, śmieci w podziale na frakcje (szkło, plastik, zmieszane) oraz elektrośmieci.



 **Międzynarodowy Dzień Bez Elektrośmieci**
Wytrąp z nami elektrośmieci i przekaz je do recyklingu!

ZBIÓRKA ELEKTROŚMIECI

1 – 31 października



Zbieramy wszystkie popsute, nieużywane, niepotrzebne urządzenia elektryczne i elektroniczne, działające kiedyś na prąd lub na baterie, np.:

- **drobne sprzęty AGD i RTV**
(odkurzacze, żelazka, czajniki elektryczne, tostery, blendery, ekspresy do kawy)
- **sprzęt informatyczny i telekomunikacyjny**
(laptopy, tablety, klawiatury, myszki, monitory, drukarki, telefony komórkowe)
- **narzędzia elektryczne i elektroniczne**
(wkrętarki, wiertarki, szlifierki, lutownice, wyrzynarki)
- **sprzęt do pielęgnacji ciała**
(depilatory, suszarki, prostownice, lokówki, elektryczne szczoteczki do zębów)
- **sprzęt do monitorowania zdrowia**
(ciśnieniomierze, pulsometry)

www.dzienbezelektrosmieci.pl

ORGANIZATORZY:    W partnershipie z UN Environment
WARSZAWA | Programem



Międzynarodowy Dzień bez Elektrośmieci

Z okazji Międzynarodowego Dnia Bez Elektrośmieci oraz w obliczu rosnących wyzwań związanych z nadmiernym zużyciem surowców i zanieczyszczeniem środowiska, w czterech lokalizacjach Kompanii Piwowskiej zorganizowano w październiku 2024 roku zbiórkę elektrośmieci.

Zgodnie z danymi „Global E-waste Monitor 2024”, ilość elektrośmieci wyprodukowanych w 2022 roku wzrosła o 82% w porównaniu z rokiem 2010. Kupujemy coraz więcej sprzętów, ale musimy również zadbać o ich odpowiednią utylizację. Dzięki zbiórce możemy pomóc w ochronie Ziemi przed zanieczyszczeniami chemicznymi, oszczędzać energię i zasoby naturalne oraz zredukować emisję CO₂. Ponadto, zużyte urządzenia to także cenne materiały, które można odzyskać i ponownie wykorzystać. Oddając elektroodpady do recyklingu, dajemy im drugie życie, zmniejszając jednocześnie zapotrzebowanie na nowe surowce.

W sumie zebraliśmy **480 kg** elektrośmieci oraz **49 kg** baterii.

Odpowiedzialne zużycie wody

CELE STRATEGICZNE Asahi Europe & International (AEI) 2030

- średnie zużycie wynoszące **2,75 litra** wody na litr piwa
- **zrównoważone wykorzystywanie wody** we wszystkich browarach



Zarządzanie zasobami wodnymi – kluczowe procedury i standardy

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

W obliczu nasilających się zmian klimatycznych Kompania Piwowarska zdaje sobie sprawę z odpowiedzialności za ochronę zasobów wodnych, które wykorzystuje. Dlatego konsekwentnie dążymy do redukcji zużycia wody w swoich browarach, wprowadzając innowacyjne technologie i doskonaląc procesy produkcyjne. Przykładem takich działań jest projekt kaskadowania wody, który pozwala na wielokrotne wykorzystanie wody z procesów produkcyjnych do celów technicznych, takich jak mycie urządzeń, czyszczenie pomieszczeń czy chłodzenie maszyn.

Dodatkowo, stosujemy zaawansowane systemy monitoringu zużycia wody oparte na technologii komputerowej, co umożliwia bieżące śledzenie i optymalizację jej wykorzystania.

W 2024 roku zużycie wody na produkcję jednego litra piwa wyniosło 2,84 litra i było wyższe niż w 2023 roku o 0,08 litra. Wzrost względem poprzedniego roku wynikał z konieczności zaostrzenia reżimu higienicznego na liniach rozlewniczych, szczególnie w związku z rosnącą produkcją piw bezalkoholowych, które są bardziej podatne na zakażenia mikrobiologiczne.

Działalność naszych zakładów nie miała istotnego negatywnego wpływu na żadne zasoby wodne.

Odpowiedzialne zużycie wody

Odpowiedzialne zużycie 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 – jednolita dla wszystkich krajów procedura Asahi Europe & International, która umożliwia spójne monitorowanie i analizę zużycia wody według wspólnej metodologii.

W 2023 roku przeprowadziliśmy szczegółową ocenę ryzyka niedoboru wody o odpowiedniej jakości w regionach, w których działają nasze browary. Analiza wykazała, że w Białymstoku i Tychach nie ma zagrożenia brakiem zasobów wodnych w przewidywalnej przyszłości, a zmiany klimatu nie wpływają tam istotnie na ich poziom. Inaczej sytuacja wygląda w rejonie Poznania, gdzie nasza ocena wykazuje pewne ryzyka.

W 2024 roku podjęliśmy działania mające na celu przeprowadzenie bardziej szczegółowych analiz geologicznych, które pozwolą lepiej ocenić przyszłą dostępność tego surowca w regionie. Nasze zakłady nie pobierają wody z obszarów zagrożonych jej deficytem. Browary w Poznaniu i Białymstoku korzystają z miejskich sieci wodociągowych, natomiast w Tychach dodatkowo czerpiemy wodę z własnych ujęć głębinowych.



Pobór wody (stan na 31 grudnia 2024 roku)

	2024 [m³]				2023 [m³]				Zmiana vs 2023
	Browar Białystok	Browar Poznań	Browar Tychy	Razem	Browar Białystok	Browar Poznań	Browar Tychy	Razem	Razem
Wody gruntowe	-	-	976 697	976 697	-	-	994 211	994 211	-1,8%
Zakład sieci wodociągowej	355 914,7	1 546 467,3	425 316	2 327 698	309 148,7	1 657 907,3	426 590	2 393 646	-2,7%
Razem	355 914,7	1 546 467,3	1 402 013	3 304 395	309 148,7	1 657 907,3	1 420 801	3 387 857	-2,4%



WODA Z BROWARU DLA MIESZKAŃCÓW TYCHÓW

W obliczu rosnącej niepewności na świecie, związanej zarówno z kryzysem klimatycznym, jak i zagrożeniami geopolitycznymi, kluczowe staje się podejmowanie działań zwiększających bezpieczeństwo lokalnych społeczności. Kompania Piwowska, świadoma swojej roli w regionie, już w 2013 roku podjęła decyzję o wsparciu mieszkańców Tychów w sytuacjach kryzysowych takich jak wojna lub klęska żywiołowa.

W lipcu 2013 roku firma zawarła porozumienie z Rejonowym Przedsiębiorstwem Wodociągów i Kanalizacji (RPWiK) w Tychach, na mocy którego w sytuacjach nadzwyczajnych, takich jak wojna czy klęska żywiołowa, Tyskie Browary Książęce nieodpłatnie udostępnią miastu wodę ze swoich źródeł.

Szacuje się, że browar jest w stanie dostarczyć do sieci wodociągowej RPWiK około 4800 m³ wody pitnej na dobę. Dodatkowo, w razie potrzeby, browar udostępni punkty czerpalne na swoim terenie, umożliwiając napełnianie beczkowozów i zbiorników na wodę.

To partnerstwo stanowi istotny element strategii zarządzania kryzysowego w regionie, zapewniając mieszkańcom Tychów dostęp do wody pitnej w sytuacjach awaryjnych.

WSPÓŁPRACA Z FUNDACJĄ HYDRONI

W 2024 roku, w trosce o poprawę zasobów wodnych na terenie Wielkopolski, Kompania Piwowska nawiązała współpracę z Fundacją Wody Warta „Hydroni”. Wspólnie z fundacją zrealizowaliśmy już dwa projekty w 2025 roku.

Pierwszym z nich był konkurs dla gmin z terenu województwa wielkopolskiego, którego celem było dofinansowanie planów adaptacji do zmian klimatu, zwłaszcza w zakresie gospodarki wodnej. W ramach tego konkursu ufundowaliśmy 3 dotacje o wartości 30 tysięcy złotych każda. Trafiły one do gmin Odolanów, Czerwonak i Rogoźno, w których zostaną wykorzystane m.in. do przygotowania koncepcji zagospodarowania wód opadowych i roztopowych oraz zazielenienia terenów gminnych.

Drugi projekt został zrealizowany w Poznaniu. We współpracy z fundacją oraz firmą Aquanet Retencja przy jednej z miejskich pływalni powstały ogrody deszczowe w donicach, które pomagają w lepszym wykorzystaniu wód opadowych. Teraz, zanim woda trafi do kanalizacji, będzie nawadniać rośliny w tych ogrodach.

W wyniku przeprowadzonej analizy mamy zidentyfikowane, które w pełni pokrywają zapotrzebowanie browaru w Poznaniu i znajdują się około 5 km od zakładu. Obecnie przygotowujemy studium wykonalności projektu.

W minionym roku całkowite zużycie wody w Kompanii Piwowskiej wyniosło 3 304 395 m³, co oznacza spadek o **2,4%** w porównaniu z rokiem poprzednim.

W 2024 roku do miejskich oczyszczalni skierowaliśmy łącznie 1 957 899,83 m³ ścieków.

Dzięki konsekwentnie realizowanej strategii zarządzania wodą, nie tylko utrzymujemy pozycję wśród światowych liderów branży piwowskiej pod względem efektywnego gospodarowania tym zasobem, ale także nieustannie podnosimy nasze standardy.



W 2024 roku przygotowaliśmy analizę możliwości pozyskiwania wody z ujęć głębinowych dla browaru w Poznaniu, aby zróżnicować możliwość dostaw wody do browaru z różnych źródeł.

Gospodarka o obiegu zamkniętym

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

Każdy etap produkcji piwa generuje odpady, które staramy się maksymalnie przetworzyć, ponownie wykorzystać lub poddać recyklingowi. Takie podejście pozwala nam nie tylko ograniczyć ilość odpadów trafiających na składowiska, ale także zoptymalizować procesy produkcyjne.

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 pochodzących z recyklingu

KLUCZOWE
WSKAŹNIKI
EFEKTYWNOŚCI
Kompanii Piwowskiej w 2024 r.



- **99,9%** odpadów i produktów ubocznych powstałych w procesie produkcji poddaliśmy odzyskowi
- **40%** naszych produktów sprzedaliśmy w opakowaniach wielokrotnego użytku
- **94%** wyniosła efektywność naszego systemu kaucyjnego dla szklanych butelek zwrotnych
- **100%** wprowadzonych przez nas opakowań nadaje się do recyklingu
- nasze puszki średnio w **64%** zrobione są z aluminium pochodzącego z recyklingu

Opakowania

Mniej surowców pierwotnych, więcej recyklingu – jak zmieniamy nasze opakowania

Jednym z kluczowych obszarów ograniczania naszej działalności na środowisko jest dobór odpowiednich opakowań. Priorytetem jest redukcja zużycia surowców pierwotnych oraz maksymalne wykorzystanie materiałów pochodzących z recyklingu.

W 2024 roku nasza sprzedaż nadal opierała się głównie na opakowaniach o relatywnie niskim śladzie węglowym. Największy udział miały puszki aluminiowe, kegi (stalowe beczki do piwa) oraz butelki szklane wielokrotnego użytku. Te ostatnie napełniamy średnio cztery razy w ciągu roku i około 8 razy w ciągu cyklu życia tego rodzaju opakowania. Łącznie te trzy kategorie stanowiły 95,5% naszej rocznej sprzedaży, co oznacza, że w butelkach bezzwrotnych, czyli opakowaniach o najwyższym śladzie węglowym, sprzedaliśmy jedynie 4,4% naszego piwa.

Ważnym krokiem w kierunku zrównoważonego rozwoju było także zwiększenie udziału materiałów z recyklingu w produkcji opakowań. W 2024 roku wyniósł on 67%, co oznacza wzrost o 6 punktów procentowych w porównaniu z rokiem 2023.

Jednym z naszych kluczowych celów jest systematyczne zwiększanie udziału opakowań wielokrotnego użytku w całkowitej strukturze sprzedaży. Uważamy, że to właśnie one – obok surowców pochodzących z recyklingu – stanowią realną drogę do ograniczenia wpływu naszej działalności na środowisko.

Szczegółowy podział procentowy sprzedaży za rok 2024 w podziale na rodzaje opakowań:

Puszka
55,2%
(+2% vs 2023)



Szklana butelka
wielokrotnego
użytku
36,8%
(-2,4% vs 2023)



Szklana butelka
jednorazowego
użytku
4,4%
(+0,4% vs 2023)



KEG
(beczka z piwem sprzedawana
do lokali gastronomicznych):
3,5%
(+0,1% vs 2023)



Nieustannie
pracujemy nad
udoskonaleniem
naszych opakowań,
aby były **bardziej
przyjazne dla
środowiska**,
jednocześnie
zapewniając
najwyższą jakość
i bezpieczeństwo
naszych
produktów.



Materiały wykorzystane do produkcji opakowań
(stan na 31 grudnia 2024 r.)

Dane te są podstawą do oceny naszych działań i planowania dalszych kroków w stronę jeszcze bardziej zrównoważonej produkcji.

Materiał	Materiał z recyklingu [tona]	Materiał pierwotny [tona]	Razem [tona]
Aluminium	14 315,1	7 992,3	22 307,4
Szkło	23 271,9	11 344,5	34 616,4
Papier	5 831,5	1362,2	7 193,7
Plastik	1 934,8	543,8	2 478,6
Stal	1 019,3	900,7	1 920,0
Drewno	0,0	299,8	299,8
Razem	46 372,5	22 443,4	68 815,9

Optymalizacja opakowań i redukcja plastiku

W 2024 roku Kompania Piwowarska konsekwentnie kontynuowała działania na rzecz optymalizacji opakowań, zmniejszając ich wpływ na środowisko bez kompromisów w zakresie jakości i bezpieczeństwa. W ramach tych działań wdrożyliśmy proces optymalizacji wagowej jednej z naszych butelek bezzwrotnych. Podobną zmianę wprowadziliśmy dla puszek. Wszystkie modyfikacje były poprzedzone licznymi testami, które potwierdziły ich trwałość oraz stabilność w całym łańcuchu logistycznym.

Rozszerzenie inicjatyw na rzecz redukcji plastiku

Ograniczenie zużycia plastiku pozostaje jednym z kluczowych celów Kompanii Piwowarskiej. W 2024 roku rozszerzyliśmy nasz projekt redukcji folii stretch na kolejne linie produkcyjne, minimalizując wykorzystanie plastiku w procesach pakowania. Jednocześnie zadaliśmy o to, by zmiany te nie wpływały na stabilność i bezpieczeństwo wyrobów gotowych w dystrybucji. Każdy etap wdrażania optymalizacji był poprzedzony analizami, które gwarantowały utrzymanie najwyższych standardów jakości.

Większy udział surowców z recyklingu

W minionym roku podjęliśmy również istotne kroki w kierunku zwiększenia udziału surowców wtórnych w naszych opakowaniach. W wybranych formatach opakowań kartonowych zoptymalizowaliśmy skład tektury, osiągając 100% zawartości surowca z recyklingu. Kluczowe było dla nas utrzymanie pełnej funkcjonalności, bezpieczeństwa oraz jakości opakowań zbiorczych, co potwierdziły przeprowadzone testy. Dzięki tym działaniom skutecznie zmniejszamy nasz wpływ na środowisko, jednocześnie dbając o jakość naszych produktów.

Efektywny system rotacji opakowań

Stworzony i utrzymywany przez nas system rotacji opakowań wielokrotnego użytku cechuje się wysoką efektywnością. Kompania Piwowarska samodzielnie kupuje butelki, skrzynki i beczki na piwo, a następnie we współpracy z partnerami organizuje ich zwrotny transport. Po odebraniu opakowania są one myte, ponownie napełniane i trafiają z powrotem na rynek. Kluczowy wskaźnik RTI (return to issue) dla opakowań zwrotnych w 2024 roku prezentował się następująco: Wskaźniki zwrotów opakowań mogą przekraczać 100%, co wynika z pełnorocznej kalkulacji obejmującej okres od 1 stycznia do 31 grudnia. Jeśli do Kompanii Piwowarskiej wraca więcej opakowań, niż zostało sprzedanych w danym roku – np. z wcześniejszych lat – wskaźnik ten rośnie powyżej 100%. W 2024 roku taka sytuacja miała miejsce zarówno w przypadku skrzynek, jak i KEG-ów.

Jednym z rozwiązań, usprawniających obrót opakowaniami jest wymienianie się nimi z konkurencyjnymi firmami z naszej branży. Skrzynki i butelki trafiające do nas przez pomyłkę są sortowane i odsyłane do właściwych producentów, a w zamian otrzymujemy te, które powinny trafić do Kompanii Piwowarskiej. Dzięki temu co roku na właściwe miejsce wraca około 10 milionów butelek zwrotnych.

Od 2020 roku, we współpracy z dostawcami Reborn i Bogucki, pracowaliśmy nad opracowaniem folii termokurczliwej wykonanej w 100% z recyklatu. Wprowadzenie tego materiału pozwoliło nam zmniejszyć ślad węglowy opakowań o około 20%, jednocześnie wspierając gospodarkę obiegu zamkniętego.

	2024	Zmiana vs 2023
Butelka szklana wielokrotnego użytku	94%	+ 4 p.p.
Skrzynka	105%	+ 6 p.p.
Keg (20 litrów, 30 litrów, 50 litrów)	101%	+ 2 p.p.

Przygotowanie nowego systemu kaucyjnego w Polsce

Przygotowanie do wdrożenia obowiązkowego systemu kaucyjnego w Polsce to wyzwanie bez precedensu.

Kompania Piwowska, podobnie jak cała branża, staje przed koniecznością wypracowania rozwiązań, które zapewnią sprawne funkcjonowanie nowego modelu zbiórki opakowań. Zespół odpowiedzialny za realizację tego ambitnego projektu nieustannie pracuje nad dostosowaniem procesów, aby sprostać wymogom ustawodawczym, które weszły w życie 1 stycznia 2025 roku.

Dynamicznie zmieniające się otoczenie prawne oraz mnogość możliwych scenariuszy regulacyjnych dodatkowo podnoszą stopień skomplikowania tego procesu. Aby skutecznie sprostać tym wyzwaniom, Kompania Piwowska aktywnie działała w branżowych organizacjach, takich jak Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie czy Polska Federacja Producentów Żywności.

Kompania Piwowska wraz z innymi czołowymi przedsiębiorstwami swojej branży powołała operatora systemu kaucyjnego PSK SA – Polski System Kaucyjny SA. Jego zadaniem jest wypracowanie, wdrożenie i zarządzanie skutecznym systemem zbiórki wszystkich opakowań objętych kaucją – szklanych butelek wielokrotnego użytku, puszek metalowych oraz plastikowych butelek po napojach.

Materiały i surowce

Dobrej jakości surowce bazą naszych produktów

GRI: 3-3 Materiały, 301-1, 301-2, 306-1, 306-2, 306-3, 301-3

Wierzmy, że dobre piwo zaczyna się od odpowiedzialnych upraw – dlatego stawiamy na partnerstwo z rolnikami i dostawcami, które wspiera zarówno jakość, jak i ochronę środowiska.

Zakłady przetwórcze, z którymi współpracujemy, dbają o jakość otrzymywanych surowców, współpracując z rolnikami. Dodatkowo, dzięki systemowi Grupy Asahi Europe & International, możemy prześledzić historię surowca od momentu jego powstania.

W 2024 roku kupiliśmy 142 518 ton słodu, który jest podstawowym składnikiem wykorzystywanym do warzenia piwa, nadającym mu kolor i smak. Istotną rolę w naszych zakupach odgrywa również chmiel – w ubiegłym roku nabyliśmy 305 ton różnych jego odmian. Sięgamy zarówno po klasyczne polskie chmielenie, takie jak Marynka i Lubelski, jak i po czeskiego Saaza, który jest nieodłącznym elementem Pilsner Urquell. Oprócz nich wykorzystujemy także odmiany chmielu o unikalnych profilach smakowych.

Cechy sensoryczne chmielu. takie jak zawartość związków goryczkowych i aromatycznych. różnią się w zależności od regionu, w którym jest uprawiany:

- Polski chmiel charakteryzuje się nutami leśnymi, ziemistymi i sosnowymi.
- Niemiecki chmiel ma aromaty żywiczne, pikantne i pieprzowe.
- Angielski chmiel wyróżnia się nutami kwiatowymi i brzoskwiowymi.
- Czeski chmiel ma charakter korzenny i ziołowy.
- Chmiel z USA jest bogaty w nuty cytrusowe i owocowe.

Zarządzanie odpadami

Zapobieganie powstawaniu odpadów poprzez usprawnienie procesów produkcyjnych i logistycznych

Gospodarowanie odpadami w naszych browarach odbywa się zgodnie z wytycznymi zawartymi w **instrukcji IRMS**. Dokument ten kładzie nacisk na zapobieganie powstawaniu odpadów poprzez usprawnienie procesów produkcyjnych i logistycznych. Kolejnym krokiem jest dążenie do ponownego użycia lub wydłużenia okresu używania produktów, materiałów oraz substancji. Instrukcja szczegółowo określa zasady postępowania z różnymi rodzajami odpadów, kontrolowanie pojemników, działania przy zmianie procesów technologicznych oraz osoby odpowiedzialne za nadzór nad przestrzeganiem tych zasad.

Zgodnie z obowiązującymi przepisami, informacje na temat ilości wytworzonych odpadów są systematycznie rejestrowane w ogólnopolskiej Bazie Danych o Odpadach. Współpracujemy z firmami zajmującymi się odbiorem odpadów, z którymi podpisujemy precyzyjne umowy dotyczące ich dalszej utylizacji. Co roku obliczamy procent odpadów poddanych recyklingowi oraz tych, które trafiają na składowiska.

Aby spełnić wymagania prawne związane z recyklingiem odpadów opakowaniowych, w 2024 roku podjęliśmy współpracę z organizacjami odzysku opakowań Rekopol i Biosystem.

W 2024 roku Kompania Piwowska wytworzyła 126 118,7 ton odpadów, z czego 74 276,3 tony poddano recyklingowi, a 554,3 tony zostało skierowane do unieszkodliwienia.



WYKORZYSTANIE PRODUKTÓW UBOCZNYCH

Produkty uboczne powstające w procesie warzenia piwa, takie jak młóto, czyli wygotowany sód, znajdują swoje zastosowanie w rolnictwie. Młóto wykorzystywane jest jako pasza dla zwierząt lub jako składnik mieszanek paszowych.

STREFY EKO I EKOPATROL NA FESTIWALACH MUZYCZNYCH

Nasze produkty są nieodłącznym elementem festiwalu muzycznych. W związku z tym wraz z Fundacją Recal, w ramach międzynarodowej inicjatywy Każda Puszcza Cenna, przeprowadziliśmy szereg działań na trzech festiwalach sponsorowanych przez markę Lech: Hip-Hop Festival, Auditoriver i Pol'and'Rock.

Stworzona specjalnie na te imprezy strefa eko przyciągnęła uwagę wielu uczestników festiwalu, oferując im zabawę i wiedzę na temat korzyści płynących z recyklingu. W ramach specjalnego systemu pojemników, a nawet plecaków (!) zebraliśmy prawie 24 tysiące puszek aluminiowych, które wprost z imprez trafiły do recyklingu. Nasze lane piwo serwowaliśmy wyłącznie w kubkach wielokrotnego użytku, które można było po zakończeniu konsumpcji zwrócić za kaucją.



ZWRACAJ – NIE WYRZUCAJ!

W 2024 roku Kompania Piwowska kontynuowała współpracę z największym detalistą w Polsce, siecią Biedronka, w zakresie sprzedaży piwa w szklanych butelkach wielokrotnego użytku.

Sklepy sieci Biedronka przyjmują butelki wszystkich marek, których dystrybucję prowadzą, bez konieczności okazywania dowodu zakupu. Przygotowaliśmy dodatkowe materiały promujące zwrot butelek, dla konsumentów przewidzieliśmy specjalne zniżki.



Zwrotność butelek w tej akcji co roku wzrasta. W 2024 roku wyniosła **84,5%**, co przełożyło się na ponad **27 mln butelek**, które po umyciu i napełnieniu mogły ponownie trafić do sprzedaży.

Zwrotność szklanych butelek wielokrotnego użytku w Biedronce

	Wydane	Zwrócone	Zwrotność
2022	4 109 600	907 980	22,1%
2023	21 923 980	12 313 240	56,2%
2024	32 865 480	27 759 040	84,5%

W 2024 roku osiągnęliśmy następujący poziom recyklingu odpadów opakowaniowych zbieranych z rynku:



STAWIAMY NA RECYKLING – OPAKOWANIA ZBIORCZE Z FOLII 100% Z RECYKLATU

W ramach strategii „Lepsza Przyszłość 2030” wdrożyliśmy innowacyjne opakowania zbiorcze wykonane w 100% z recyklatu. Nowa folia, stosowana już we wszystkich naszych wielopakach piwa, pozwala nam na ponowne wykorzystanie 2000 ton plastiku rocznie, ograniczając ilość nowego tworzywa wprowadzanego na rynek. Co więcej, przeprowadzone analizy wykazały, że ślad węglowy tej folii jest o 20% niższy w porównaniu z tradycyjnymi opakowaniami wykonanymi z materiału pierwotnego.

Po testach przeprowadzonych w 2020 roku, w marcu 2022 roku pierwsze opakowania Lecha Premium z folii pochodzącej w całości z recyklingu trafiły na rynek. Rok później technologia R100 została w pełni wdrożona dla wszystkich naszych marek. To kolejny krok w kierunku gospodarki o obiegu zamkniętym i redukcji emisji CO₂, przybliżający nas do osiągnięcia naszych długoterminowych celów środowiskowych.

Dbamy o to, aby pracownicy Kompanii Piwowskiej zachowywali **równowagę między pracą a życiem prywatnym.**



03 MIEJSCE PRACY

MIEJSCE PRACY

Praktyki zatrudnienia

W 2024 roku koncentrowaliśmy się na dalszej poprawie warunków pracy i zaangażowania pracowników:

- Stabilne i wysokie zaangażowanie na poziomie **83%**
- Niski wskaźnik rotacji dobrowolnej **4,3%**
- Na koniec 2024 roku w oparciu o umowę o pracę zatrudnialiśmy **2583 osoby**.

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

KLUCZOWE WSKAŹNIKI EFEKTYWNOŚCI Kompanii Piwowarskiej w 2024 r.



- **27,6%** kobiet wśród zatrudnionych
- **34,2%** kobiet na wszystkich stanowiskach kierowniczych
- **39,3%** kobiet na średnich i wyższych stanowiskach kierowniczych (wskaźnik Asahi Europe & International)
- **0% do -4%** różnicy płac pomiędzy kobietami i mężczyznami

Przepisy prawa i partnerstwo ze związkami zawodowymi

W Kompanii Piwowarskiej dbamy o przestrzeganie obowiązujących przepisów prawnych i o zapewnienie przejrzystości w relacjach z naszymi pracownikami. Skrupulatnie przestrzegamy przepisów Kodeksu Pracy, Ustawy o informowaniu pracowników oraz Ustawy o związkach zawodowych. Nasi pracownicy są informowani o nadchodzących zmianach operacyjnych z odpowiednim wyprzedzeniem – zgodnie z obowiązującymi terminami prawnymi lub, w przypadku decyzji wewnętrznych, jak najszybciej to możliwe.

Kompania Piwowarska współpracuje z działającymi w firmie organizacjami związkowymi, z którymi w 2004 roku wynegocjowano układ zbiorowy pracy. W 2024 roku obejmował on 2069 pracowników, co stanowi 80% całkowitej liczby zatrudnionych. Pracownicy objęci tym układem nie są objęci umowami zbiorowymi innych organizacji związkowych. Układy zbiorowe pracy są kluczowe, ponieważ zapewniają jasne zasady współpracy, ochronę praw pracowniczych oraz stabilność w relacjach między pracodawcą a pracownikami. Współpraca z organizacjami związkowymi opiera się na wzajemnym szacunku i dbałości o dobro zarówno pracowników, jak i firmy, co pozwala na efektywne zarządzanie zmianami oraz wprowadzanie rozwiązań sprzyjających wszystkim stronom.

Transparentność i sprawiedliwość – nasz system wynagradzania pracowników

Kompania Piwowarska kładzie duży nacisk na to, aby system wynagradzania pracowników był zgodny z obowiązującymi przepisami prawa, transparentny oraz dopasowany do specyfiki różnych działów i stanowisk w firmie. Główne dokumenty regulujące wynagrodzenia to Regulamin Pracy, Zakładowy Układ Zbiorowy Pracy oraz Polityka Wynagrodzeń. Dodatkowo, szczegółowe zasady dotyczące premii i benefitów są precyzyjnie opisane w odpowiednich regulaminach. W zakresie wynagrodzeń oferujemy warunki korzystniejsze niż te wymagane przez przepisy prawa, zwłaszcza w przypadku dodatków za nadgodziny, pracę zmianową, wynagrodzenia w czasie nieobecności spowodowanej siłą wyższą czy odpraw.

W 2024 roku podnieśliśmy dodatki za nadgodziny oraz za pracę zmianową, mając na uwadze wymagającą specyfikę tej pracy. W 2024 roku rozszerzyliśmy zasady gratyfikacji za staż pracy, obejmując nimi więcej pracowników. Przejrzystość i obiektywność zasad wynagradzania są dla nas kluczowe. Korzystamy z rynkowych badań wynagrodzeń i raportów przygotowanych przez Mercer i KornFerry,

co pozwala nam utrzymać konkurencyjność płac niezależnie od branży czy lokalizacji oraz od zajmowanego przez pracowników stanowiska.

Procedury dotyczące zmian wynagrodzenia są jasno zdefiniowane: określają warunki ich wprowadzenia, zasady ustalania wysokości oraz kompetencje decyzyjne w tym zakresie. Obieg informacji i proces zatwierdzania wspomagany jest przez systemy informatyczne, które umożliwiają odtworzenie procesu decyzyjnego w dowolnym momencie. Stosujemy także szereg automatycznych zabezpieczeń, które uniemożliwiają nieautoryzowane zmiany w obszarze wynagrodzeń. Ponadto mamy zdefiniowany szereg wewnętrznych kontroli realizowanych przez różne osoby, których celem jest nadzór nad prawidłową wypłatą wynagrodzeń.

Stosunek wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla do płacy minimalnej 2024 rok



Zdrowie i komfort pracowników

Zdrowie i bezpieczeństwo na pierwszym miejscu

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

W Kompanii Piwowarskiej każdy pracownik, niezależnie od formy zatrudnienia, jest równie ważny. Jesteśmy wdzięczni wszystkim osobom, które wykonują pracę na rzecz naszej firmy, dlatego zapewnienie bezpiecznych warunków pracy stanowi nasz najwyższy priorytet.

Kompania Piwowarska to połączenie trzech browarów i magazynów oraz biur handlowych zlokalizowanych w różnych częściach Polski. Duże zróżnicowanie warunków pracy w naszych jednostkach nakłada na nas odpowiedzialność za zapewnienie bezpieczeństwa wszystkim osobom pracującym na terenie naszej firmy, niezależnie od charakteru wykonywanej pracy. Zależy nam, aby każdy pracownik – zarówno zatrudniony na stałe, jak i dostawca zewnętrzny – wracał do domu bez uszczerbku na zdrowiu. Dlatego wprowadziliśmy jednolite standardy bezpieczeństwa, które obowiązują wszystkich, zapewniając spójność i odpowiednią ochronę w różnych warunkach pracy.

Gwarancją bezpiecznych warunków pracy są nasze procedury oraz polityki dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy, które obejmują wszystkie aspekty działalności – zarówno w browarach, magazynach logistycznych, jak i działach komercyjnych. Podejmujemy wszelkie możliwe kroki, żeby skutecznie wyeliminować wypadki w naszych zakładach.

Jak zarządzamy bezpieczeństwem i higieną pracy

Kluczowymi dokumentami regulującymi kwestie bezpieczeństwa są Polityka Zintegrowanego Systemu Zarządzania Ryzykiem oraz globalne standardy bezpieczeństwa wynikające z Instrukcji Bezpieczeństwa przy Produkcji Napojów. Instrukcja ta obowiązuje we wszystkich spółkach Asahi Europe & International. Ustala normy dla systemów zarządzania i raportowania oraz szczegółowe procedury, takie jak bezpieczne użytkowanie substancji i mieszanin chemicznych, ocena ryzyka zawodowego, postępowanie w przypadku wypadków przy pracy, zasady wykonywania prac na wysokości oraz testowanie środków ochrony indywidualnej.

Wszystkie osoby na kierowniczych stanowiskach zobowiązane są do stałej i regularnej kontroli warunków pracy. W realizacji tych zadań wspierają je wyspecjalizowani pracownicy służby bezpieczeństwa

i higieny pracy, którzy angażują się w działania mające na celu zapobieganie zagrożeniom życia i zdrowia oraz poprawę warunków pracy pracowników i osób wykonujących pracę na rzecz Kompanii Piwowarskiej.

Nasze działania na rzecz bezpieczeństwa i higieny pracy

Komisja Bezpieczeństwa i Higieny Pracy, składająca się z przedstawicieli pracodawcy oraz pracowników, odpowiada za nadzór i monitorowanie działań mających na celu poprawę warunków pracy w firmie. Jej członkowie spotykają się co kwartał, aby analizować bieżące kwestie, planować nowe inicjatywy oraz uwzględniać opinie pracowników dotyczące funkcjonowania systemu zarządzania BHP. W razie potrzeby podejmowane są decyzje o wdrożeniu działań naprawczych, mających na celu zapewnienie najwyższego poziomu bezpieczeństwa w miejscu pracy.

Kompania Piwowarska, jako część Grupy Asahi, wdraża najlepsze praktyki i stale podnosi standardy bezpieczeństwa. Dzięki ścisłej współpracy z międzynarodowymi zespołami wypracowujemy rozwiązania dostosowane do specyfiki naszej działalności, które przekładają się na jeszcze wyższy poziom ochrony zdrowia i bezpieczeństwa naszych pracowników.



Od 2022 roku znacząco wzmocniliśmy komunikację i współpracę pomiędzy służbami BHP w spółkach Grupy Asahi na terenie Europy. Wspólnie z przedstawicielami jednostek z Anglii, Słowacji, Czech, Węgier, Rumunii, Holandii i Włoch pracujemy nad rozwiązywaniem kluczowych problemów, wymieniamy się doświadczeniami oraz opracowujemy jednolite standardy obowiązujące we wszystkich krajach. W ramach tych działań definiujemy ryzyka i szanse związane z poszczególnymi stanowiskami, przeprowadzamy regularne pomiary środowiska pracy, oceniamy ryzyko zawodowe oraz organizujemy systematyczne inspekcje.

Bezpieczne warunki pracy – jak minimalizujemy ryzyko wypadków

W 2024 roku pracownicy Kompanii Piwowarskiej oraz pracownicy realizujący zadania na rzecz naszej firmy uczestniczyli w łącznie 7 wypadkach przy pracy, z czego wszystkie skutkowały zwolnieniem lekarskim.

Wszystkie incydenty miały charakter lekkich wypadków, a poszkodowani nie doznali poważnych urazów. Do zdarzeń tych należały głównie skręcenia, drobne urazy spowodowane uderzeniem o instalację, przytraśnięcia, skaleczenia palców oraz jedno złamanie ręki.

Nie odnotowaliśmy żadnych naruszeń po stronie naszej firmy dotyczących obowiązku zapewnienia bezpiecznych warunków pracy. Zdecydowana większość wypadków wynikała z nieprawidłowych zachowań samych poszkodowanych.

W 2024 roku poszkodowani w wypadkach przy pracy przebywali na zwolnieniach lekarskich łącznie przez 363 dni, co stanowi spadek o 182 dni w porównaniu z rokiem 2023.

Oznacza to spadek liczby wypadków w porównaniu z rokiem poprzednim o **50%**.

	Urazy w miejscu pracy		
	2024	2023	Zmiana vs 2023
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	7	14	-50%
Wskaźnik wszystkich wypadków	0,29	0,49	-41%

Wskaźnik wypadków liczony jest jako stosunek liczby wypadków do liczby przepracowanych godzin pomnożony przez 200 000 h.
Główne rodzaje urazów: uraz kończyn górnych, dolnych, głowy.

Procedury dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy

Procedury dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy wynikają z Regulaminu Pracy oraz z Zakładowego Układu Zbiorowego Pracy uzgodnionego ze związkami zawodowymi.

W 2024 roku kontynuowano wdrażanie czterech 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.

Menedżerowie odpowiedzialni za poszczególne obszary kontynuowali samoocenę zgodności we wszystkich czterech standardach i opracowali odpowiednie plany wdrożenia zasad. W naszych wewnętrznych procedurach wprowadzono stosowne zapisy, a pracownicy, działający zgodnie z nowymi standardami, ukończyli wymagane szkolenia.

System Lockout Tagout (LOTO)

System Lockout Tagout (LOTO) w naszej firmie stanowi kluczowy element zabezpieczenia maszyn przed przypadkowym uruchomieniem podczas prac remontowych i konserwacyjnych, skutecznie chroniąc zdrowie i życie pracowników. Od trzech lat konsekwentnie rozwijamy ten standard w naszych browarach, wyprzedzając w tym zakresie europejskie spółki Asahi Europe & International.

W 2022 roku wdrożyliśmy zabezpieczenia dla maszyn o najwyższym poziomie ryzyka, w 2023 roku rozszerzyliśmy system LOTO na urządzenia o średnim stopniu zagrożenia, a w 2024 roku zakończyliśmy projekt, obejmując nim również maszyny o najniższym ryzyku.

Dodatkowo, w 2024 roku skoncentrowaliśmy się na dostosowaniu naszych maszyn do wymagań Dyrektywy Maszynowej, dążąc do dalszej poprawy bezpieczeństwa. Realizacja tego projektu będzie kontynuowana przez kolejne cztery lata.

Plan Poprawy Bezpieczeństwa

W 2024 roku 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. Jego celem jest identyfikacja i poprawa kluczowych wskaźników związanych z bezpieczeństwem pracy.

Wypełnianie Planu Poprawy Bezpieczeństwa jest elementem celów rocznych Członków Zarządu.

Struktura nadzoru i odpowiedzialności

We wszystkich funkcjach firmy powołano Komitety Sterujące BHP, które ściśle współpracują z zespołem bezpieczeństwa i higieny pracy.

Na poziomie Zarządu utworzono dodatkowy Komitet BHP, który raz na kwartał analizuje najważniejsze zagadnienia związane z bezpieczeństwem i monitoruje postępy realizacji Planu.

Audyty

Kluczową rolę w doskonaleniu procesów odgrywa także dialog z pracownikami oraz konsultacje eksperckie z zewnętrznymi specjalistami. Każdego roku realizujemy audyty wewnętrzne w wybranych obszarach, a zgodność Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem i Higieną Pracy z normą ISO 45001 jest cyklicznie weryfikowana przez niezależnych audytorów zewnętrznych.

Systematyczna kontrola i zgodność z normami

Efekty prac w ramach Planu są prezentowane co kwartał, co zapewnia transparentność działań i umożliwia bieżącą ocenę skuteczności wdrażanych rozwiązań.

Realizacja Planu wspiera spełnienie wymagań normy ISO 45001, zapewniając zgodność z międzynarodowymi standardami zarządzania bezpieczeństwem pracy.

Efektem procesu jest rejestracja zdarzeń niebezpiecznych, korygowanie nieprawidłowości i mitygowanie ryzyk.

Aktywna identyfikacja zagrożeń i eliminacja ryzyka

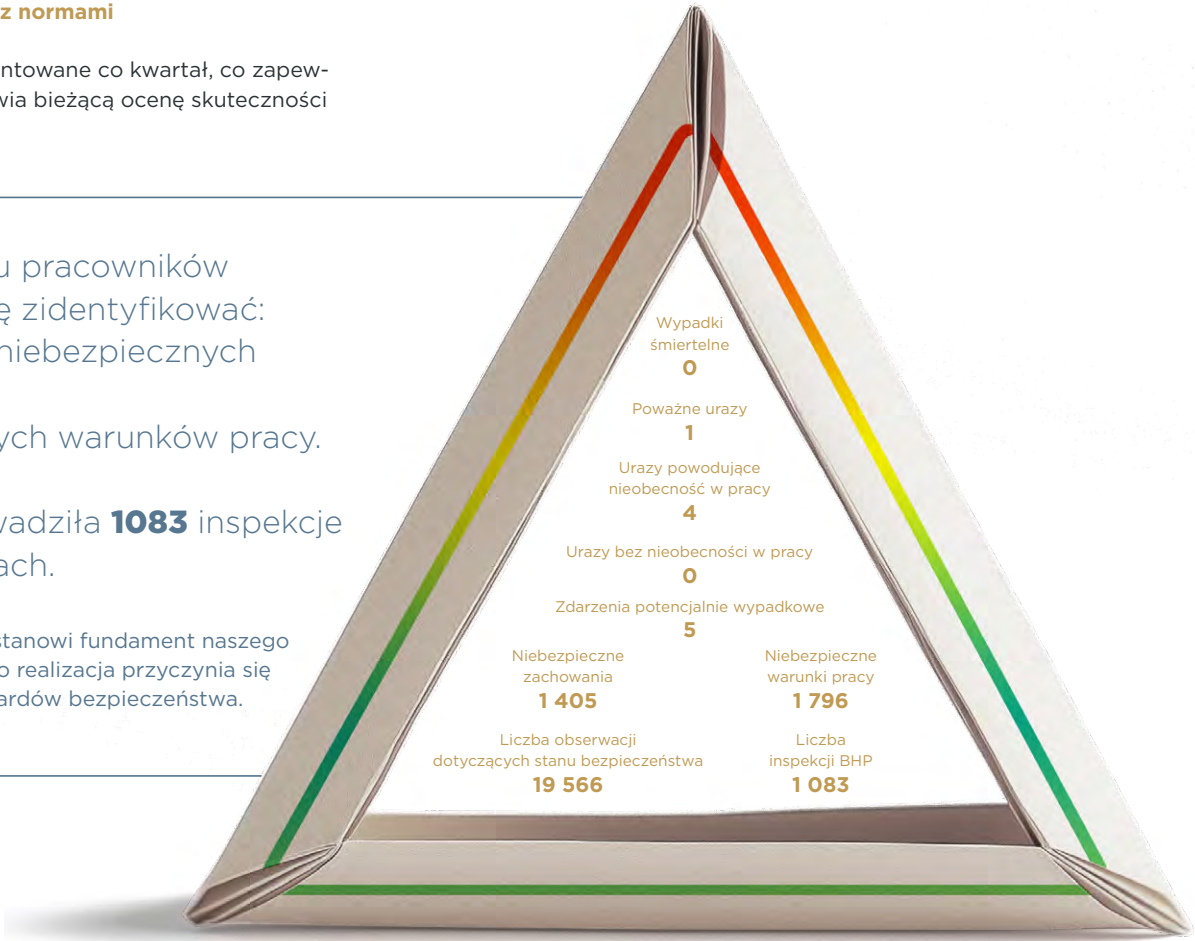
W ramach procesu rejestrowane są zdarzenia niebezpieczne, korygowane nieprawidłowości oraz wdrażane działania ograniczające ryzyko.

Dzięki zaangażowaniu pracowników w 2024 roku udało się zidentyfikować:

- **1405** przypadków niebezpiecznych zachowań,
- **1796** niebezpiecznych warunków pracy.

Służba BHP przeprowadziła **1083** inspekcje w podległych obszarach.

Plan Poprawy Bezpieczeństwa stanowi fundament naszego systemu zarządzania BHP, a jego realizacja przyczynia się do ciągłego podnoszenia standardów bezpieczeństwa.



Komunikacja i edukacja w zakresie bezpieczeństwa

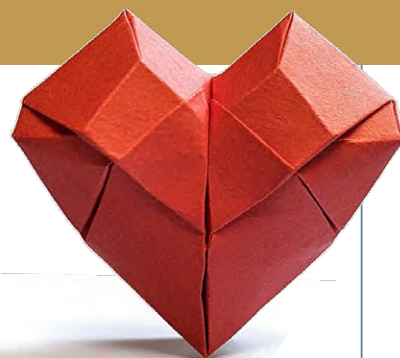
W 2024 roku materiały przygotowywane przez służbę bezpieczeństwa i higieny pracy były regularnie publikowane w firmowych magazynach „Świat Piwa” i „Głos Browarów”, stanowiąc istotne źródło wiedzy dla pracowników.

Dodatkowo, co miesiąc na firmowym intranecie udostępniano prezentacje oraz materiały edukacyjne dotyczące działań profilaktycznych związanych z kluczowymi zagrożeniami występującymi w browarach i magazynach logistycznych. Tematyka obejmowała m.in.:

- standardy stosowania środków ochrony indywidualnej,
- zasady pracy z substancjami i mieszaninami niebezpiecznymi,
- procedury pracy w przestrzeniach zamkniętych,
- bezpieczeństwo podczas prac na wysokości.

Kwestie związane z bezpieczeństwem stanowią także stały element cyklicznych spotkań zespołowych, co sprzyja budowaniu świadomości pracowników i wzmacnianiu kultury bezpieczeństwa w organizacji.

Nasze działania opieraliśmy na pięciu filarach bezpieczeństwa, wspólnych dla wszystkich browarów, centrów logistycznych, zespołów sprzedażowych oraz pracowników biurowych w całej Europie.



5 filarów

bezpieczeństwa



We wszystkich browarach z Grupy Asahi zlokalizowanych w Europie były prowadzone szkolenia dotyczące bezpieczeństwa w pracy. W Kompanii Piwowarskiej w 2024 roku uczestniczyło w nich 99% wszystkich pracowników.

Nowa wizja bezpieczeństwa Asahi – **Wszyscy bezpieczni i zdrowi, by cieszyć się życiem.** Wszędzie, każdego dnia.



**Wszyscy bezpieczni i zdrowi,
by cieszyć się życiem.**
Wszędzie, każdego dnia.

Nowa wizja bezpieczeństwa Asahi powstała jako efekt zobowiązania liderów Asahi, w tym naszego dyrektora zarządzającego Igora Tikhonova, do zaangażowania wszystkich pracowników z różnych regionów w rozmowy dotyczące Bezpieczeństwa i Zdrowia. Celem tych rozmów było wyraźne określenie, dlaczego bezpieczeństwo i zdrowie są tak ważne, oraz wskazanie, w jaki sposób każdy z nas może przyczynić się do dalszego rozwoju kultury bezpieczeństwa i zdrowia w naszej firmie.

W ramach nowej wizji będziemy prowadzić rozmowy dotyczące bezpieczeństwa, które będą się koncentrować na:

- Wyrażeniu uznania/pochwały dla pracownika za bezpiecznie wykonaną pracę.
- Wyznaczaniu i komunikowaniu wzajemnych oczekiwań dotyczących pracy w sposób bezpieczny oraz promowaniu tworzenia bezpiecznego i zdrowego środowiska pracy dla każdego z nas.
- Przerwaniu pracy w przypadku, gdy pracownik znajdzie się w sytuacji stanowiącej bezpośrednie zagrożenie dla jego zdrowia lub bezpieczeństwa (fizycznego lub psychicznego).

Inicjatywa objęła ponad
30 krajów i ponad **30 000 osób.**



ASAHI EUROPE & INTERNATIONAL

Program #I Care

W 2024 roku 99% pracowników wzięło udział w szkoleniu w ramach programu #I Care, który promuje odpowiedzialne podejście do bezpieczeństwa w pracy. Program ten opiera się na prostych zasadach:

#ZależyMi, bo dbam o siebie i innych, pracuję bezpiecznie.

#ZależyMi, bo chcę, aby liczba moich wyjść do pracy była taka sama jak liczba powrotów do domu.

#ZależyMi, bo zapinam pasy, patrzę w lusterka, stosuję środki ochrony indywidualnej i dbam o bezpieczne środowisko pracy.

#ZależyMi, bo ktoś czeka na mnie w domu, a ja chcę wrócić w pełni zdrowy i bezpieczny.

#ZależyMi na tym, aby zapewnić bezpieczeństwo nie tylko sobie, ale również moim współpracownikom. Chcę pracować w miejscu, gdzie przestrzegane są wszystkie procedury bezpieczeństwa, a atmosfera w zespole sprzyja wzajemnemu wsparciu.

#ZależyMi na moim zdrowiu, dobrym wzroku, pełnym słuchu i sprawnych kończynach – dlatego stosuję środki ochrony, dbam o stanowisko pracy i przestrzegam przepisów BHP.



Program Bądź Bardziej Spostrzegawczy

W 2024 roku w ramach programu BBS (Bądź Bardziej Spostrzegawczy) przeprowadziliśmy 19 566 obserwacji, a zespół BHP wykonał 1 083 inspekcje.

Podczas tych działań w naszych browarach oraz w obszarze logistyki zidentyfikowano 3 201 przypadków nieprawidłowości związanych zarówno z ryzykownymi zachowaniami pracowników, jak i niebezpiecznymi warunkami pracy.

- W obszarze logistycznym **98% wykrytych nieprawidłowości zostało skorygowanych**.
- W browarach wskaźnik ten wyniósł 90%, co wynika z większej liczby identyfikowanych nieprawidłowości oraz konieczności poniesienia dodatkowych nakładów na wdrożenie działań naprawczych.

Do końca 2024 roku rozwiązania znalazło 1401 zgłoszeń, czyli **92%** wszystkich przypadków.

W 2024 roku kontynuowaliśmy także stosowanie **standardu analizy przyczyn wypadków i zdarzeń potencjalnie wypadkowych – RCFA (Root Cause Failure Analysis)**. W proces ten zaangażowani zostali wszyscy szefowie obszarów, co pozwoliło na skuteczniejsze identyfikowanie źródeł zagrożeń i wdrażanie odpowiednich działań prewencyjnych.

Wyniki analiz wypadków oraz zdarzeń potencjalnie wypadkowych są regularnie przekazywane do wszystkich obszarów firmy, a na poszczególne jednostki nakładane są konkretne zadania mające na celu eliminację podobnych zagrożeń w przyszłości. Materiały z analiz trafiają również do wszystkich browarów w Europie, co umożliwia szeroką wymianę wiedzy i zastosowanie wniosków w innych lokalizacjach.



ŚWIADOMY KIEROWCA KOMPANII PIWOWARSKIEJ

Uczestnicy szkoleń w ramach programu „Świadomy kierowca Kompanii Piwowarskiej” zdobywają niezbędną wiedzę i umiejętności w zakresie bezpiecznej, oszczędnej oraz przyjaznej dla środowiska jazdy, a także udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej. Szkolenia te pomagają kierowcom stać się bardziej wrażliwymi na sytuacje, które mogą stwarzać zagrożenie na drodze.

W 2024 roku w ramach programu przeszkolono 42 nowych użytkowników służbowych pojazdów.



Dobrostan i równowaga w pracy

GRI: 403-6

Kompania Piwowarska oferuje swoim pracownikom szeroki pakiet świadczeń pozapłacowych, wspierających równowagę między pracą a życiem prywatnym oraz dbanie o zdrowie fizyczne i psychiczne.

Dostęp do opieki medycznej

Wszyscy zatrudnieni mogą przystąpić do pakietów medycznych Medcover dla siebie i bliskich, zapewniających szybki dostęp do specjalistów oraz szeroki zakres badań. Koszty pakietu dla pracownika i jego rodziny pokrywa firma.

W ramach stałej współpracy z dostawcą usług medycznych, otrzymujemy raport o stanie zdrowia naszych pracowników i analizujemy go wspólnie z lekarzem medycyny pracy. Raport ten zawiera zanonimizowane i zagregowane dane mówiące o typach dolegliwości, z którymi nasi pracownicy zgłaszają się do lekarza. Dzięki temu wiemy, z usług których specjalistów korzystają częściej niż ogół populacji, co pozwala nam dostosować działania edukacyjne i profilaktyczne do ich rzeczywistych potrzeb.

Nasze lokalizacje są wyposażone w apteczki, defibrylatory i torby ratunkowe. Pracownicy, jeśli nastąpi taka potrzeba, mogą zmierzyć temperaturę, ciśnienie i poziom cukru we krwi. W 2024 roku kontynuowaliśmy także realizację szkoleń z pierwszej pomocy przedmedycznej.

Wsparcie dla zdrowia i aktywności – platforma MyBenefit dla naszych pracowników

Regularnie doładowujemy konta naszych pracowników na platformie benefitowej MyBenefit, ponieważ wiemy, jak ważne dla zdrowia i dobrego samopoczucia są wypoczynek, aktywność fizyczna i korzystanie z kultury.



Dostęp do platformy benefitowej **MyBenefit** pozwala pracownikom na finansowanie m.in.:

- kart MultiSport,
- biletów do kina, teatru i na wydarzenia sportowe,
- wejściówek do obiektów rekreacyjnych,
- usług dla dzieci (obozy, parki rozrywki, szkoły pływania itp.),
- wycieczek zagranicznych, pobyków w ośrodkach wypoczynkowych, hotelach, pensjonatach,
- kursów językowych i hobbyistycznych.

Benefity żywieniowe

Przy browarach funkcjonują stołówki, gdzie pracownicy mogą skorzystać z dofinansowanych posiłków. W każdą środę w biurach i browarach dostępne są świeże owoce.

Do portfolio benefitów w 2024 roku dołączyły karty lunchowe – są dedykowane pracownikom sił sprzedaży, którzy z racji terenowego charakteru pracy nie mają możliwości korzystania ze stołówek. Karta umożliwia płatności za posiłki oraz napoje w placówkach gastronomicznych, handlowych oraz

na stacjach benzynowych.
Benefity związane z portfolio firmy

Oprócz standardowych benefitów wellbeingowych, oferujemy również bonusy wynikające z naszego portfela produktów. Każdy pracownik ma możliwość skorzystania z tzw. deputatu piwnego, co oznacza odbiór określonej ilości piwa co miesiąc, a także dofinansowanie posiłków w stołówkach na terenie browarów. Pracownicy mogą spotykać się poza godzinami pracy w firmowych pubach w Warszawie, Poznaniu, Tychach i Białymstoku, gdzie mają możliwość degustacji ulubionego piwa na koszt firmy. W naszych biurach oraz stołówkach dostępne jest piwo bezalkoholowe.

Dbamy o zdrowie psychiczne i wsparcie w trudnych sytuacjach

Od lat działa anonimowa infolinia oferująca wsparcie psychologiczne, finansowe i prawne, dostępna również dla rodzin pracowników. Firma organizuje szkolenia dotyczące zdrowia psychicznego. W 2024 roku uruchomiono warsztaty „Rozwiń skrzydła w dobrej kompanii” w ramach programu #ICare (Zależy Mi) pomagające liderom wspierać dobrostan swoich zespołów.

Wspieramy pracowników w ważnych momentach życia

Zależy nam, aby w ważnych momentach w swoim życiu, nasi pracownicy czuli się otoczeni wsparciem ze strony pracodawcy i mogli skupić się na tym, co dla nich najważniejsze.

W tym celu mogą oni skorzystać z dodatkowego rozwiązania w ramach naszej polityki wsparcia pracowników w szczególnych momentach życia, która obejmuje:

- wydłużony urlop ojcowski (z 2 do 4 tygodni),
- dodatkowe dni urlopu okolicznościowego w przypadku śmierci bliskiej osoby,
- 2 dni urlopu na czas terapii leczenia niepłodności,
- zwiększone wynagrodzenie za urlop z tytułu siły wyższej.

Dodatkowe dni są w pełni płatne, a ich przyznawanie odbywa się w sposób jak najmniej obciążający pracowników – nie wymagamy dokumentowania trudnych wydarzeń. Polityka zapewnia także wsparcie dla menedżerów, dostarczając im materiały pomagające w prowadzeniu rozmów z pracownikami w trudnych sytuacjach oraz informacje ułatwiające korzystanie z rozwiązania.

Dzięki tym zmianom stworzyliśmy bardziej wspierające środowisko pracy, dostosowane do realnych potrzeb naszych pracowników.

Firma wspiera aktywność pracowników w ramach platformy **Postaw na Ruch**, angażując się w wydarzenia sportowe, jak **Poland Business Run** czy inne biegi charytatywne.



**+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 POKRYWA FIRMA

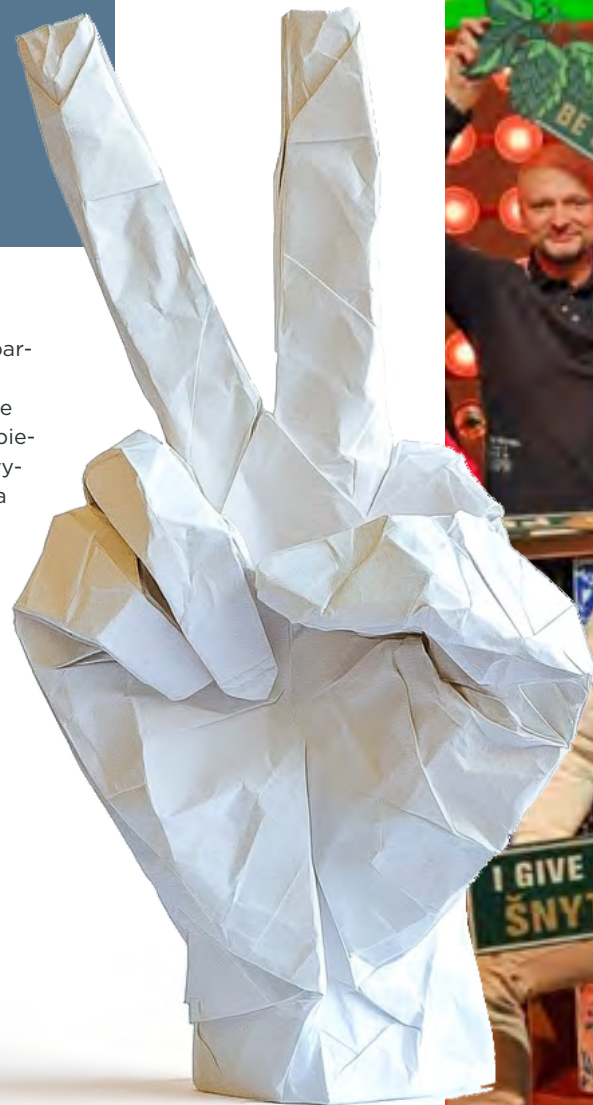


Jesteśmy dumni z naszych pracowników

W Kompanii Piwowskiej wiemy, jak ważni są **ludzie** – to oni tworzą naszą siłę i wspólny sukces.

Dlatego co roku w ramach programu **Wygrajmy Razem**, wyróżniamy tych, którzy każdego dnia swoją pracą, wsparciem i zaangażowaniem budują naszą firmową kulturę. Inicjatywa pozwala wyróżnić osoby i zespoły szczególnie zaangażowane, współpracujące, odważne, ciekawe i wspierające innych. Cieszymy się, że możemy w ten sposób wyróżnić naszych pracowników i pokazać, że ich codzienna praca naprawdę ma znaczenie.

W 2024 roku odbyła się trzecia edycja konkursu Be Proud Awards skierowana do pracowników Zintegrowanego Łańcucha Dostaw (ISC), w tym roku otrzymaliśmy **37 oficjalnych zgłoszeń z 9 rynków**, reprezentujących **250 pracowników**, przekładające się na **50 projektów** ocenianych lokalnie.



PROGRAM WSPARCIA PRACOWNIKÓW LYRA WELLBEING

W 2024 roku uruchomiliśmy program Lyra Wellbeing, oferowany we współpracy z ICAS Polska. To całodobowy, anonimowy i bezpłatny system poradnictwa psychologicznego, prawnego i finansowego, dostępny w sytuacjach wymagających wsparcia emocjonalnego, życiowego czy zawodowego.



Zespół doświadczonych psychoterapeutów, prawników i doradców zawodowych zapewnia profesjonalne wsparcie, zarówno w sytuacjach kryzysowych, jak i codziennych wyzwaniach. Co ważne, z programu mogą korzystać także członkowie najbliższej rodziny pracowników. Program gwarantuje pełną poufność – nie trzeba nawet podawać imienia. Lyra Wellbeing to realna pomoc, dzięki której każdy może zadbać o siebie i swoich bliskich.

MANAGING MINDS

W 2024 roku rozpoczęliśmy serię warsztatów „Rozwiń skrzydła w dobrej kompanii” w ramach programu #ICare (Zależy mi). Celem szkoleń było wyposażenie menedżerów w umiejętności prowadzenia pozytywnych rozmów na temat zdrowia psychicznego w miejscu pracy. Uczestnicy zdobyli wiedzę, jak wspierać zdrowie psychiczne swoje oraz swoich zespołów, a także jak zarządzać środowiskiem pracy w sposób sprzyjający dobrostanowi. Uczestnicy nauczyli się rozpoznawać oznaki pogarszającego się zdrowia psychicznego, prowadzić otwarte i wspierające rozmowy oraz budować zasoby wspierające zdrowie psychiczne na różnych poziomach organizacji. Korzyści z uczestnictwa w tych warsztatach obejmują lepsze zarządzanie stresem, poprawę relacji w pracy oraz zwiększenie produktywności dzięki lepszemu zdrowiu psychicznemu pracowników.

ZDROWIE FIZYCZNE

Platforma Postaw na Ruch to inicjatywa, która zachęca pracowników do regularnej aktywności fizycznej, łącząc ją z działalnością charytatywną. Dzięki tej platformie pracownicy mają możliwość uczestniczenia w różnorodnych formach rekreacji, takich jak bieganie, jazda na rowerze czy taniec towarzyski, a każda aktywność przekłada się na wsparcie wybranych celów społecznych. Postaw na Ruch motywuje do zdrowego stylu życia, promując aktywność w codziennym życiu, a jednocześnie angażuje pracowników w działania na rzecz wspólnego dobra. Platforma stanowi także przestrzeń do rywalizacji i wspólnego osiągania celów, co buduje więzi w naszej firmie.

W 2024 roku Kompania Piwowska zasponsorowała 40 sztafet pracowniczych w ogólnopolskim biegu Poland Business Run, zachęcając jednocześnie do udziału w innych biegach charytatywnych, takich jak „Policz się z cukrzycą” oraz poznański „Bieg Motyli”.

Równe traktowanie i rozwój pracowników

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 otwarty dialog jako fundament organizacji opartej na wartościach i zasadach określonych w kluczowych dokumentach, takich jak Kodeks postępowania Asahi, Kodeks Etyki Kompanii Piwowarskiej oraz Polityka przeciwdziałania dyskryminacji, przemocy, mobbingowi i molestowaniu w miejscu pracy.

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 Asahi Europe & International i najlepsze praktyki HR.
5. Rewizja wyników rekrutacji, awansów i zarządzania wynikami na każdym etapie cyklu życia pracownika.

Jesteśmy sygnatariuszami Karty Różnorodności

Już w 2012 roku znaleźliśmy się w gronie czternastu pierwszych firm w Polsce, które podpisały Kartę Różnorodności – europejską inicjatywę wdrożoną w 26 krajach, zobowiązującą sygnatariuszy do przeciwdziałania dyskryminacji i wspierania różnorodności. Dla nas Karta to nie tylko zobowiązanie, ale również niezależne narzędzie regulujące działania w tym obszarze i angażujące interesariuszy do podejmowania konkretnych inicjatyw.

Nasze struktury odpowiedzialne za różnorodność

Polityka przeciwdziałania przemocy, mobbingowi, dyskryminacji i molestowaniu obowiązuje w Kompanii Piwowarskiej od 2013 roku. Jej celem jest zapewnienie, że niepożądane zachowania nie będą tolerowane. Dokument ten wspiera pracowników w zapobieganiu naruszeniom, ich zgłaszaniu oraz podejmowaniu działań naprawczych, by skutecznie eliminować ryzyko ich ponownego wystąpienia. Zarówno strategia Grupy, jak i strategia Kompanii Piwowarskiej uwzględniają cele związane z różnorodnością, a ich realizację nadzoruje Zarząd oraz powołany w 2022 roku komitet, w skład którego wchodzi przedstawiciele wszystkich funkcji. Prawie wszyscy nasi pracownicy ukończyli szkolenia z zakresu zarządzania różnorodnością, co pozwala nam skuteczniej budować kulturę otwartości i szacunku.

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 Zespół DEI (Zespół ds. różnorodności, równości i włączania), który inicjuje i wdraża działania na rzecz inkluzywnego środowiska pracy.

Jednym z jego osiągnięć było przeprowadzenie szkolenia dla menedżerów z zakresu przeciwdziałania uprzedzeniom w rekrutacji – w 2023 roku ukończyli je wszyscy nasi menedżerowie. W 2024 roku uruchomiliśmy dwa nowe szkolenia z obszaru różnorodności: współpraca pokoleniowa (obowiązkowe dla wszystkich menedżerów) oraz przeciwdziałanie mobbingowi i dyskryminacji (obowiązkowe dla wszystkich pracowników KP).

W 2024 roku Zespół ds. różnorodności, równości i włączania realizował działania w ramach pięciu kluczowych priorytetów:

1. Przeprowadzenie wewnętrznej kampanii na temat różnorodności.
2. Przeprowadzenie badań fokusowych oraz opracowanie planu działań w zakresie różnorodności wiekowej w obszarze Zintegrowanego Łańcucha Dostaw.
3. Wprowadzenie możliwości zakładania sieci pracowniczych (grup wsparcia).
4. Opracowanie zasad inkluzywnego zachowania dla pracowników oraz podręcznika inkluzywności zawierającego praktyczne przykłady; aktualizacja polityk i procedur z obszaru DEI; przygotowanie szkolenia z zakresu przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji.
5. Kształtowanie wizerunku Kompanii Piwowarskiej w obszarze DEI – zarówno wewnętrznie, jak i zewnętrznie.

Nasze podejście do przeciwdziałania dyskryminacji

Ze stereotypami, często nieuświadomionymi, walczymy poprzez edukację i sprawiedliwe procesy rekrutacyjne. W naszych ofertach pracy nie określamy wieku kandydatów, jesteśmy otwarci na zatrudnianie

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.

Liczba pracowników z niepełnosprawnością w podziale na stopień niepełnosprawności (stan na 31 grudnia 2024 r.)

	2024	2023	Zmiana vs 2023
Znaczny	0	0	
Umiarkowany	8	7	14,29%
Lekki	4	5	-20,00%

osób z różnych krajów (w naszych zespołach pracują osoby m.in. z Polski, Ukrainy, Belgii i Rosji) oraz osób z orzeczoną niepełnosprawnością – na koniec 2024 roku zatrudnialiśmy dwanaście takich osób.

Dbamy również o równość wynagrodzeń. W latach 2019–2023 różnice w płacach kobiet i mężczyzn na poszczególnych poziomach organizacyjnych mieściły się w przedziale od +2% do -4%, a w 2024 roku wynosiły od 0% do -4%. Analizując te dane, uwzględniamy czynniki takie jak czas pracy, staż, wiek i wykształcenie. Badanie przeprowadzamy regularnie przy okazji każdego przeglądu wynagrodzeń. Dążymy także do zwiększenia reprezentacji kobiet na wyższych stanowiskach kierowniczych, aktywnie zachęcając je do udziału w procesach rekrutacyjnych.



Agenda Różnorodności, Równości i Włączenia

- W 2024 roku kontynuowaliśmy realizację naszej agendy Różnorodności, Równości i Włączenia, w ramach której wdrożyliśmy:
- Złote zasady Różnorodności, Równości i Włączenia,
 - Powstanie Grup Pracowniczych,
 - Akcje z okazji Dnia Kobiet (Różowa skrzynka, Shoebox, programy prozdrowotne),
 - Program szkoleń dla liderów z zakresu Różnorodności i Włączenia,
 - Kobiety w Sprzedaży,
 - Kobięca Strona Browaru.

Złote zasady różnorodności, równości i włączenia

Złote zasady różnorodności, równości i włączania Kompanii Piwowarskiej to część naszej kultury organizacyjnej opartej na szacunku, otwartości i współpracy. Podkreślają one wartość, jaką niesie ze sobą różnorodność doświadczeń, perspektyw i tożsamości pracowników, co przekłada się na większą kreatywność i innowacyjność w firmie. Zasady te przypominają nam o potrzebie indywidualnego podejścia, wspierania włączającej komunikacji oraz budowania bezpiecznego i przyjaznego środowiska pracy, wolnego od uprzedzeń, stereotypów, plotek i agresji. Są ważne, ponieważ umożliwiają nam tworzenie miejsca, w którym każdy czuje się zauważony, szanowany i może swobodnie się rozwijać – a to bezpośrednio przekłada się na sukces całej organizacji.

1. Doceniaj różnorodność i pamiętaj o różnicach w potrzebach
2. Wspieraj włączającą komunikację i bądź otwarty
3. Nie osądzaj wyglądu i życia prywatnego w miejscu pracy
4. Unikaj plotek
5. Bądź świadomy swoich uprzedzeń i unikaj powielania stereotypów
6. Uważaj na żarty
7. Powstrzymaj się od używania niestosownych określeń
8. Szanuj granice prywatności
9. Zero tolerancji dla agresji
10. Reaguj

Równość w praktyce – płeć nie wpływa na wynagrodzenia w naszej firmie

Cieszy nas, że wyniki naszych analiz, przeprowadzonych przy użyciu aplikacji stworzonej na zlecenie Ministerstwa Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej, **potwierdzają, iż płeć nie ma wpływu na poziom wynagrodzeń w naszej firmie.**

To dla nas dowód, że nasze działania na rzecz równości przynoszą realne efekty.

Stosunek wynagrodzenia zasadniczego i wynagrodzenia wypłacanego kobiet do mężczyzn na różnych stanowiskach w Kompanii Piwowarskiej

	2024		Zmiana vs 2023	
	Wynagrodzenie zasadnicze	Wynagrodzenie wypłacane	Wynagrodzenie zasadnicze	Wynagrodzenie wypłacane
Dyrektorzy i Zarząd	97,63%	90,15%	-13 p.p.	7 p.p.
Kierownicy	98,45%	89,89%	-1 p.p.	0 p.p.
Specjaliści	103,36%	86,21%	3 p.p.	-15 p.p.
Pozostali pracownicy	100,74%	98,94%	-2 p.p.	15 p.p.



Wynagrodzenie zasadnicze to kwota znajdująca się w umowie o pracę. Wynagrodzenie wypłacone to rzeczywista kwota przekazana pracownikowi. Często różni się ona od wartości określonej w umowie, ponieważ jest powiększana o premie, dodatki za dodatkowe obowiązki czy pełnienie funkcji oraz nagrody, a jednocześnie pomniejszana w okresach nieobecności, takich jak zwolnienie lekarskie czy urlop bezpłatny.

Różnica -13 p.p. oznacza, że stosunek wynagrodzenia kobiet do mężczyzn spadł o 13 punktów procentowych rok do roku. O ile w 2023 roku kobiety zarabiały więcej niż mężczyźni, tak w 2024 roku ich zarobki są niższe.

Jak należy czytać tabelę – przykład:

W 2024 roku wynagrodzenie zasadnicze kobiet na stanowiskach dyrektorskich i zarządowych stanowiło 97,63% wynagrodzenia zasadniczego mężczyzn na tych samych stanowiskach, co oznacza, że kobiety zarabiały mniej niż mężczyźni. W 2023 roku wynagrodzenie zasadnicze kobiet na stanowiskach dyrektorskich i zarządowych stanowiło 110,60% wynagrodzenia zasadniczego mężczyzn w tej samej grupie stanowisk, co oznacza, że kobiety zarabiały więcej niż mężczyźni.

Wszystkie wyliczenia są wykonywane na średnich wartościach wynagrodzeń w danej grupie.

W odniesieniu do wszystkich pracowników Kompanii Piwowarskiej stosunek wynagrodzenia zasadniczego i wynagrodzenia wypłacanego kobiet do mężczyzn w 2024 roku wyglądał następująco:

Oznacza to, że wynagrodzenie zasadnicze kobiet było o 9,24% wyższe niż wynagrodzenie mężczyzn, a wynagrodzenie wypłacane niższe o 1,17%.



Nasza współpraca z LEAD Network

Nasze działania na rzecz różnorodności i włączenia nie ograniczają się jedynie do inicjatyw wewnętrznych, ale obejmują także współpracę z organizacjami zewnętrznymi. Jedną z nich jest LEAD Network, globalna organizacja wspierająca równość i różnorodność w miejscu pracy, z którą aktywnie współpracujemy na poziomie krajowym i międzynarodowym, przedstawiciele naszej firmy angażują się w działalność polskiego oddziału.

W ramach tej współpracy w 2024 roku, kontynuowaliśmy udział w programie mentoringowym Lead Polish Chapter & Kingmakers, który umożliwia wymianę doświadczeń między przedstawicielami różnych firm członków polskiego oddziału LEAD. Dodatkowo, umożliwiliśmy naszym pracownikom udział w panelach dyskusyjnych i konferencjach dotyczących różnorodności i włączania organizowanych przez LEAD Network oraz uczestniczyliśmy w wymianie wiedzy pomiędzy firmami w ramach wydarzenia Coffee Roulette by LEAD.

W trosce o realizację zobowiązania The LEAD Network Pledge, podejmujemy inicjatywy na rzecz tworzenia środowiska pracy opartego na różnorodności, wspierania równowagi między życiem zawodowym a prywatnym oraz promowania równych szans rozwoju zawodowego dla kobiet i mężczyzn.

Edukacja

Kładziemy duży nacisk na edukację w zakresie różnorodności i inkluzywności, przybliżając te tematy naszym pracownikom poprzez konkretne działania rozwojowe.

Kontynuujemy program „Przywództwo oparte na różnorodności i włączaniu”, oparty na materiałach LEAD Network – w 2024 roku wzięło w nim udział 106 osób.

W wybranych pionach w 2024 roku członkowie zarządu przeprowadzili szkolenie „Daj się poznać. Jak zarządzać karierą w praktyce?”.
Wzięło w nim udział 28 osób ze średniej kadry kierowniczej.

W działach technicznych, takich jak produkcja i logistyka, które wciąż są postrzegane jako typowo męskie, podejmujemy liczne inicjatywy, które pokazują kobiecie perspektywy zawodowe w tych obszarach. Prezentujemy historie kobiet na stanowiskach kierowniczych, wspieramy ich kariery oraz oferujemy wsparcie w realizacji aspiracji zawodowych poprzez szkolenia i indywidualne plany rozwoju.



KOBIECA STRONA BROWARU

Kontynuując tradycję, w 2024 roku ponownie zorganizowaliśmy wydarzenie „Kobieca strona browaru” z okazji Dnia Kobiet. Tym razem zaprosiliśmy do udziału pracowników oraz studentów, oferując im możliwość uczestnictwa online. Chcieliśmy zwrócić uwagę studentek i młodych absolwentek, które szukają swojej zawodowej kariery, oraz promować rozwój kobiet w zawodach i kompetencjach tradycyjnie uważanych za męskie. Nie ma takiej pracy, w której kompetencje są bardziej męskie czy damskie, są tylko ograniczenia, jakie sami sobie nakładamy.

Chcieliśmy podkreślić, że każda kobieta ma potencjał, by odnosić sukcesy w dowolnej dziedzinie piwowarstwa – niezależnie czy w roli liderki zarządzającej dużym zespołem, twardej negocjatorki, analityczki procesów logistycznych, konstruktorki czy ekspertki od technologii procesu warzenia piwa.

W ramach wydarzenia zorganizowaliśmy m.in. spotkania:

„Kobiety liderki od podejmowania trudnych decyzji i twardych negocjacji”, „Kobiety, dla których technologia i inżynieria produkcji to codzienność”.

RÓŻOWA SKRZYNECZKA

Z okazji Dnia Kobiet Kompania Piwowarska dołącza do ogólnopolskiej inicjatywy Różowa Skrzyneczka, mającej na celu przeciwdziałanie wykluczeniu poprzez zapewnienie dostępu do podstawowych środków higienicznych.

W ramach programu, skrzyneczki z podpa-skami i tamponami zostały umieszczone we wszystkich lokalizacjach firmy – w toaletach damskich i koedukacyjnych w biurach w Poznaniu, Warszawie, Tychach, Białymstoku, Swarzędzu oraz w biurach dystryktów sprzedażowych.

Dzięki temu każda kobieta będzie mogła w razie potrzeby skorzystać z niezbędnych środków higieny, co zapewni komfort w sytuacjach awaryjnych. Działanie to jest częścią agendy Różnorodności i Włączania, która ma na celu tworzenie bardziej wspierającego i otwartego miejsca pracy.



Inwestujemy w rozwój naszych pracowników: szkolenia, polityki i wsparcie kariery

GRI: 3-3 Szkolenia i edukacja 404-1, 404-2

Przy tworzeniu programów szkoleniowych skupiamy się na rozwijaniu kluczowych kompetencji, które doskonalimy poprzez edukację formalną w różnych formach, ćwiczenie pożądanых postaw oraz ich praktyczne wdrażanie w codziennej pracy.

Aby skutecznie zarządzać rozwojem pracowników, w Kompanii Piwowarskiej wykorzystujemy szereg dokumentów, które wspierają nasze działania w tym zakresie:

- **Instrukcja IPZ/07/01** – dotycząca obowiązkowych szkoleń, kwalifikacji oraz badań lekarskich – zapewnia zgodność firmy z wymogami prawnymi oraz gwarantuje, że pracownicy posiadają niezbędną wiedzę, kwalifikacje i stan zdrowia, umożliwiające im bezpieczne wykonywanie obowiązków w zgodzie z wdrożonymi systemami. Instrukcją objęte są:
 - szkolenia z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy (np. szkolenia BHP),
 - 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 precyzuje obowiązki pracowników związane z uczestnictwem w procesie szkoleniowym.
- **Polityka Wsparcia Wyników Pracy** – została opracowana, aby zapewnić pracownikom jasność co do rutynowych zadań, celów do osiągnięcia, metod ich realizacji, a także oczekiwanych terminów oraz kryteriów jakościowych.
- **Polityka Zarządzania Talentem** – mająca na celu zapewnienie wspólnego rozumienia rozwoju w organizacji, ustalenie standardów zarządzania karierą i rozwojem pracowników oraz określenie odpowiedzialności za poszczególne elementy tego procesu.

Model 70/20/10

W Kompanii Piwowarskiej oferujemy naszym pracownikom szkolenia, które są dostosowane do potrzeb biznesowych organizacji, obowiązujących przepisów prawnych oraz eksperckich zapotrzebowań zgłaszanych przez samych pracowników. Każdy pracownik ma również możliwość uczestniczenia w szkoleniach wspierających rozwój na danym stanowisku, zgodnych z indywidualną ścieżką rozwoju, ustaloną we współpracy z przełożonym i HR Business Partnerem. Szkolenia te mogą przyjmować różne formy, takie jak warsztaty, webinary, szkolenia stacjonarne czy online.

Oprócz tradycyjnych szkoleń i warsztatów prowadzonych przez trenerów, nasi pracownicy mają dostęp do rozbudowanej i regularnie aktualizowanej bazy materiałów edukacyjnych, w tym e-learningów, filmów instruktażowych, artykułów, tutoriali i wielu innych. Dodatkowo, mogą korzystać z platformy GoodHabitZ, oferującej różnorodne zasoby do samodzielnej nauki.

W kontekście rozwoju pracowników promujemy model 70/20/10, który zaleca podział czasu i wysiłku w następujących proporcjach:

- **70%** rozwój poprzez codzienne obowiązki i wyzwania związane z obecnym stanowiskiem,
- **20%** rozwój poprzez naukę od np. współpracowników,
- **10%** rozwój poprzez szkolenia formalne.

Programy dla naszych menedżerów i liderów

W Kompani Piwowarskiej kładziemy też duży nacisk na wzmacnianie kompetencji liderskich kadry menedżerskiej. Bazowe programy szkoleń liderskich to:

Leadership Fundamentals

Program jest skierowany do osób, które rozpoczynają swoją karierę menedżerską. Jego celem jest dostarczenie podstawowej wiedzy i narzędzi niezbędnych do efektywnego tworzenia, rozwijania i zarządzania zespołami, a także umożliwienie praktycznego zastosowania tych kompetencji. Szkolenie obejmuje również moduł przypomnienia i utrwalenia wiedzy w okresie około 2 lat po ukończeniu, w ramach programu Leadership Fundamentals Refresher.

Akademia Mistrza

To wyjątkowy program szkoleniowy stworzony z myślą o menedżerach pierwszej linii zarządzania w magazynach, produkcji i laboratorium. W 2024 roku zrealizowaliśmy dwie edycje programu, koncentrujące się na tematach takich jak przywództwo w codziennej pracy, etyczne zachowanie w biznesie oraz prowadzenie rekrutacji opartej na kompetencjach.

Warsztaty są wewnętrzne oraz cykliczne, zostały zaprojektowane z myślą o nieustannym wspieraniu rozwoju uczestników, podnoszeniu ich kompetencji oraz wyposażeniu ich w praktyczne umiejętności zarządzania zespołem, które można od razu wdrożyć w codziennej pracy. Akademia Mistrza pozwala menedżerom zdobywać wiedzę i narzędzia potrzebne do efektywnego kierowania zespołami, co przekłada się na lepsze wyniki i wyższą satysfakcję z pracy.



Zatrudniaj najlepszych

W 2024 roku przeprowadziliśmy dedykowane szkolenie „Zatrudniaj najlepszych” dla wszystkich menedżerów zarządzających zespołami, które miało na celu podniesienie ich kompetencji w zakresie przeprowadzania wywiadów opartych na kompetencjach oraz realizowania uczciwego i przejrzystego procesu rekrutacji. Celem szkolenia było nie tylko wyposażenie menedżerów w narzędzia do efektywnej oceny kandydatów, ale również nauka tworzenia pozytywnych doświadczeń rekrutacyjnych, co ma bezpośredni wpływ na postrzeganą jakość procesu oraz wzmocnienie marki pracodawcy.

Wybrane osoby miały również okazję uczestniczyć w regionalnym programie EDGE (Executive Development Growth Experience), który wspiera rozwój kompetencji liderek. Ponadto, w przypadku wykrycia luk kompetencyjnych lub przygotowania do nowych ról, pracownicy z Pionu Komercyjnego, Pionu Technicznego i Łańcucha Dostaw mogą liczyć na indywidualne szkolenia dostosowane do ich potrzeb rozwojowych.

Dla młodych talentów

W Kompanii Piwowarskiej ważny jest rozwój młodych talentów. Dlatego projektujemy dedykowane programy, które wspierają w zdobywaniu cennych doświadczeń i przygotowują do pełnienia bardziej złożonych ról w organizacji.

- #GOGraduate**
Program skierowany do studentów i absolwentów uczelni wyższych, którzy pragną zdobyć doświadczenie zawodowe oraz poznać specyfikę pracy w wybranym dziale naszej firmy. To program skierowany do osób zainteresowanych rozwojem przyszłej ścieżki menedżerskiej.. Uczestnicy programu biorą udział w sześciomiesięcznych rotacjach, realizując projekty, które pozwalają im poznać różnorodne obszary działalności naszej firmy. Program obejmuje także wyjazdy zagraniczne w ramach grupy AEI, dzięki którym uczestnicy zdobywają wiedzę o pracy na innych rynkach. W 2024 roku czterech uczestników programu realizowało ścieżki rozwojowe w działach HR, marketingu, logistyki i produkcji, a także mieli okazję poznać rynek pracy w browarze Grolsch w Holandii czy Plzensky Prazdroj w Czechach,
- Program Cross-Funkcyjny**
Program skierowany do pracowników, którzy mają możliwość odbycia trzech sześciomiesięcznych staży w różnych działach organizacji. Dzięki temu programowi pracownicy zdobywają szeroką perspektywę biznesową i przygotowują się do objęcia bardziej złożonych ról w przyszłości. W 2024 roku z tej możliwości skorzystały trzy osoby, z czego dwie zakończyły program z awansem na wyższe stanowisko w organizacji.

Programy dla nowych pracowników

Każda nowo zatrudniona osoba przechodzi proces adaptacji, który ma na celu ułatwienie wdrożenia do pracy i poznanie kultury organizacyjnej.

Kluczowe elementy adaptacji to:

- KP Intro** to dwudniowe szkolenie, którego głównym zadaniem jest wprowadzenie nowo zatrudnionych w świat Kompanii Piwowarskiej, poprzez zapoznanie z kluczowymi elementami jej historii, przekazaniem informacji dotyczących głównych celów oraz kluczowych wartości, a także zaszczepienie pasji do piwnego rzemiosła. Naszym celem jest zapewnienie na starcie każdemu nowemu pracownikowi bazowej wiedzy na temat warzenia piwa najwyższej jakości, podkreślając jednocześnie misję, wizję i ambicje organizacji. 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 dotyczące każdego pracownika naszej firmy.



- Dla pracowników działu Zintegrowanego Łańcucha Dostaw przeznaczyliśmy specjalny dzień adaptacji, podczas którego wewnętrzny trener szczegółowo wprowadza nowego pracownika w specyfikę pracy w naszej firmie. Uczestnicy szkolenia zapoznają się z historią Kompanii Piwowarskiej, procesem warzenia piwa oraz narzędziami i systemami wykorzystywanymi w codziennej pracy. Po tym etapie nowy pracownik przechodzi pod opiekę swojego bezpośredniego przełożonego, który pomaga mu kontynuować wdrożenie w organizację. Naszym priorytetem jest, aby każdy nowy członek zespołu od pierwszych dni pracy poczuł się integralną częścią organizacji i identyfikował się z jej wartościami.
- Dla nowych pracowników Działu Sprzedaży przygotowaliśmy dedykowane im dwudniowe szkolenie **Sales Intro**, w ramach którego eksperci wewnętrzni zapoznają uczestników z tematyką systemów, narzędzi i raportów wykorzystywanych w codziennych obowiązkach. Celem szkolenia jest jak najszybsze wprowadzenie nowych członków zespołu w procesy i narzędzia wspierające ich codzienną pracę w dziale sprzedaży.

Inne wybrane propozycje rozwojowe

W Kompanii Piwowarskiej szkolimy także pracowników z umiejętności cyfrowych, zarówno z perspektywy potrzeb konkretnych działów, jak i na poziomie całej grupy. Pracownicy mają okazję dołączyć do grupy praktyków wewnętrznych, którzy podczas spotkań online, zwanych **Digital Hero**, dzielą się swoją wiedzą i prezentują najlepsze praktyki z różnych działów oraz krajów grupy.

Dodatkowo, udostępniamy specjalistyczną platformę e-learningową z kursem języka angielskiego, która w 2024 roku była regularnie wykorzystywana przez **254 pracowników**.



Inne wybrane programy rozwoju umiejętności pracowników (liczba uczestników):

Nazwa szkolenia	Liczba uczestników w 2024 r.
Akademia sprzedaży	30
Akademia komercyjna	208
Świadomy kierowca	42
Pierwsza pomoc w praktyce	719
Warsztaty #ICARE/#ZależyMi	2228
Warsztaty Efektywności Indywidualnej Insights Discovery	179
BBS – Bądź Bardziej Spostrzegawczy	70

Programy rozwojowe dla Działu Sprzedaży

W odpowiedzi na kluczowe potrzeby Działu Sprzedaży, w 2024 roku uruchomiliśmy dwa szerokie programy rozwojowe dla kluczowych funkcji w obszarze kanału detalicznego i gastronomicznego. Programy te zostały stworzone przez cross-funkcyjną grupę projektową, która precyzyjnie określiła najistotniejsze obszary wiedzy i umiejętności, jakie są niezbędne do efektywnej pracy na rynku. Program obejmuje szkolenia prowadzone zarówno przez wewnętrznych ekspertów, jak i specjalistów zewnętrznych. Jego celem jest praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy poprzez warsztaty, zadania wdrożeniowe oraz kaskadowanie wiedzy na poziom przedstawicieli handlowych.

Statystyki szkoleń

Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika*

W podziale na płeć	2024
Kobiety	27,9
Mężczyźni	32
Wszyscy pracownicy	30,9

W podziale na strukturę	2024
Wyższa kadra zarządzająca	29,3
Średnia kadra zarządzająca	46,4
Pozostali pracownicy	27,6

W podziale na funkcję	2024
Pion Techniczny	38
Sprzedaż	34,1
Łańcuch Dostaw	18,8
Marketing	21,5
Dział personalny	31,9
Finansowy	17,9
#Digital	11
Dział korporacyjny	19,4
Zarząd	27,3



MOJA AKADEMIA UMIEJĘTNOŚCI

W 2024 roku Moją Akademię Umiejętności organizowaliśmy już po raz kolejny. Nasi pracownicy pełnią rolę prelegentów, dzieląc się swoją wiedzą i doświadczeniem z zespołem. Oferta szkoleń jest skierowana do wszystkich pracowników i co roku dostosowywana, aby odpowiadała na bieżące potrzeby rozwojowe.

W 2024 roku wśród najczęściej wybieranych tematów były:

- Cyfrowy umysł – wyzwania naszych czasów,
- Produktywność w dobie AI,
- Tworzenie treści graficznych w praktyce,
- Przywództwo sytuacyjne.

W 2024 roku w programie wzięło udział **ponad 386** uczestników, którzy poszerzali swoje kompetencje.

PROGRAM MENTORINGOWY

Idea organizacji samouczącej się (ang. learning organization) odnosi się do koncepcji, w której organizacja jako całość rozwija się, adaptuje i doskonali poprzez ciągłe uczenie się. Jest to środowisko, w którym pracownicy, zespoły i cała firma dążą do zdobywania nowej wiedzy, umiejętności i doświadczeń, aby lepiej reagować na zmieniające się warunki rynkowe, technologiczne czy społeczne.

Zgodnie z ideą organizacji samouczącej się, wspieramy naszych pracowników w dzieleniu się wiedzą i doświadczeniem. Program mentoringowy to okazja dla młodszych stażem menedżerów, by współpracować z bardziej doświadczonymi liderami, co pozwala im rozwijać umiejętności przywódcze oraz poszerzać perspektywę biznesową.

W 2024 roku zakończyliśmy 9. edycję programu mentoringowego, w którym wzięły udział 33 pary mentoringowe.

Równocześnie z radością uruchomiliśmy 10. edycję, kontynuując naszą długoletnią tradycję programu. Przez ostatnią dekadę wykształciliśmy 50 mentorów, a ponad 288 osób skorzystało z możliwości rozwoju, które oferuje nasz program. Program jest sygnowany przez „Global ISMCP GOLD Award”, potwierdzającą wysoki standard prowadzonego procesu, przyznany przez stowarzyszenie European Mentoring and Coaching Council (EMCC).

W Kompanii Piwowarskiej wiemy, że odpowiedzialny biznes to nie tylko wysoka jakość naszych produktów, lecz także **relacje, które budujemy z otoczeniem.**

04 **SPOŁECZEŃSTWO**



Relacje, jakość i bezpieczeństwo

Partnerstwa i relacje z interesariuszami

GRI: 2-28, 2-29

W Kompanii Piwowskiej wiemy, że odpowiedzialny biznes to nie tylko wysoka jakość naszych produktów, lecz także relacje, które budujemy z otoczeniem. Nasza działalność ma wpływ na wiele grup – od konsumentów i pracowników, przez organizacje branżowe, po społeczność lokalne.

Dlatego od lat angażujemy się w inicjatywy i partnerstwa, które pomagają nam realizować naszą misję w sposób odpowiedzialny i transparentny. Od 2008 roku jesteśmy partnerem strategicznym Forum Odpowiedzialnego Biznesu. Program Partnerstwa FOB skupia liderów swoich branż, którzy dzięki udziałowi w inicjatywie podnoszą swoje kompetencje w zakresie ESG i podejmują wspólne działania wspierające zrównoważoną transformację biznesu. Status ten traktu-

jemy jako zobowiązanie do upowszechniania idei zrównoważonego rozwoju, m.in. poprzez dzielenie się naszą wiedzą i doświadczeniami. Kompania Piwowska regularnie zgłasza także swoje inicjatywy do corocznych raportów FOB. W 22. edycji raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce 2023. Dobre praktyki”, opublikowanego w 2024 roku zaprezentowano cztery działania firmy, obejmujące wykorzystanie foli z recyklatu, instalację pompy ciepła w browarze oraz dwa programy edukacyjne o charakterze społecznym.

Realizujemy nasze programy społeczne i środowiskowe współpracując między innymi z:

- Fundacją Dom w Łodzi,
- Stowarzyszeniem Kobiety w Centrum,
- Stowarzyszeniem Wiosna,
- Fundacją Wody Warta „Hydroni”,
- partnerami Funduszu Żubra.

Jako współzałożyciel Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie, od 1998 roku aktywnie wspieramy jego działania na rzecz rozwoju branży piwowskiej oraz inicjatywy o charakterze społecznym. Szczególny nacisk kładziemy na programy edukacyjne i prewencyjne, mające na celu przeciwdziałanie spożyciu alkoholu przez osoby nieletnie, kobiety w ciąży oraz kierowców. Jesteśmy także członkiem założycielem organizacji EKO-PAK, która powstała w 2015 roku. W jej ramach angażujemy się w prace nad nowoczesnymi rozwiązaniami w obszarze gospodarowania odpadami opakowaniowymi. Aktywnie uczestniczymy również w procesie wdrażania w Polsce zasad rozszerzonej odpowiedzialności producentów (ROP), zgodnych z regulacjami Unii Europejskiej.

Korzystając z naszej wiedzy i doświadczenia oraz perspektywy największego przedsiębiorstwa branży piwowskiej w Polsce, dokładamy starań, aby przyszły system ROP był efektywny operacyjnie i kosztowo, co przełoży się na osiągnięcie wymaganych poziomów recyklingu odpadów opakowaniowych przy zachowaniu racjonalnego poziomu kosztów, które nie wpłyną znacząco na ceny produktów objętych systemem.

Dzięki silnym relacjom z różnymi partnerami możemy skuteczniej działać na rzecz odpowiedzialnej konsumpcji, ochrony środowiska oraz wsparcia lokalnych społeczności.

Jesteśmy członkiem następujących organizacji:

- 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 Stowarzyszeń Rada Reklamy
- Związek Pracodawców SHOKOKAI
- British-Polish Chamber of Commerce

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.



Kanały kontaktu z naszymi interesariuszami

Stawiamy na otwarty dialog, angażujemy się w rozmowy na temat społecznych, gospodarczych i środowiskowych aspektów naszej działalności.

Konsumenci mogą skontaktować się z nami szybko i wygodnie poprzez **e-mail: poczta@asahibeer.pl** lub **infolinię: 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, poczta internetowa, materiały wideo z udziałem kadry zarządzającej, comiesięczne spotkania Prezesa Zarządu z kadrą kierowniczą, spotkania Zarządu z pracownikami,
- webinary, spotkania online (w tym spotkania Zarządu z pracownikami),
- zewnętrzne grupy robocze,
- konferencje i szkolenia, również online,
- badania (w tym badania satysfakcji pracowników, kwestionariusze dla dostawców),
- publikacje elektroniczne (w tym magazyn firmowy „Świat Piwa”, magazyn „Supply Chain dowozi” oraz raporty ESG),
- spotkania dwustronne,
- strony internetowe adresowane do konsumentów i klientów (strona firmowa kp.pl, abcalkoholu.pl, portalgastro.pl i strony naszych marek),
- profile w mediach społecznościowych (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube),
- infolinie,
- dedykowane skrzynki e-mail.

Jak zarządzamy jakością i bezpieczeństwem produktów

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

W Kompanii Piwowarskiej nie uznajemy kompromisów w kwestii bezpieczeństwa i jakości.

Tworzymy piwa, które spełniają najwyższe standardy jakościowe, dając konsumentom pewność, że wybierają produkt godny zaufania.

Na każdym etapie produkcji stosujemy precyzyjne wskaźniki, które pozwalają nam ocenić stabilność i powtarzalność procesu oraz szybko reagować na wszelkie 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 2024 r.

- **100%** produktów poddaliśmy analizie pod kątem ich jakości i bezpieczeństwa

Etyczne produkty, marketing i sprzedaż

KLUCZOWE WSKAŹNIKI EFEKTYWNOŚCI Kompanii Piwowarskiej w 2024 r.

- **1. miejsce na polskim rynku piwa bezalkoholowego** z 35,8% udziałem w wolumenie sprzedaży piw bezalkoholowych (Nielsen, 2024)
- **2 nowe piwa bezalkoholowe** wprowadzone na rynek
- **36,3%** udział wartościowy w rynku piw bezalkoholowych (Nielsen, 2024)
- **35,8%** udział wolumenowy w rynku piw bezalkoholowych (Nielsen, 2024)
- **196 694** wejść na platformę abcalkoholu.pl
- **25 747** pobrań i ukończonych sesji w aplikacji „Sprawdź promile i kalorie”
- **3,3 mln** zaangażowanych odbiorców kampanii edukacyjnej „Imprezuj w stylu umiarkowanym”

Nasze polityki w obszarze etycznych produktów i marketingu

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, wskaźnik własny 1

Nasze działania na rzecz odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu oraz etycznej komunikacji marketingowej przekładają się na konkretne inicjatywy i wymierne rezultaty.

W 2024 roku kontynuowaliśmy strategię samoregulacji, edukacji oraz promowania świadomych postaw zarówno wśród konsumentów, jak i naszych partnerów biznesowych.

W Kompanii Piwowarskiej kwestie odpowiedzialności w kontekście alkoholu ściśle 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, a także zasady oceniania adekwatności produktów znajdujących się obecnie w portfelu marek.

Nasze podejście do samoregulacji marketingowej

GRI 417-3

Mamy pełną świadomość, że spożywanie alkoholu – zwłaszcza w nadmiarze, w określonych sytuacjach lub przez niektóre grupy osób – może prowadzić do negatywnych konsekwencji zdrowotnych i społecznych, a w skrajnych przypadkach stanowić zagrożenie dla życia. Dlatego konsekwentnie podejmujemy działania na rzecz umiaru i odpowiedzialnej konsumpcji. Rozumiemy ją jako świadome ograniczenie spożycia alkoholu w określonych sytuacjach oraz całkowitą abstynencję w przypadku osób, dla których alkohol jest niewskazany, np. kobiet w ciąży.

Samoregulacja marketingowa to fundament naszej odpowiedzialności w komunikacji z konsumentami. Dobrowolnie przyjmujemy rygorystyczne zasady dotyczące promocji naszych produktów, wykraczające poza obowiązujące przepisy prawa, aby zapewnić etyczny i świadomy przekaz.

Z własnej inicjatywy wdrożyliśmy szereg ograniczeń w komunikacji marketingowej, które znacznie wykraczają poza wymagania prawne dotyczące branży piwowskiej. Działamy zgodnie z zasadami samoregulacji obowiązującymi zarówno w naszej firmie, jak i w całej branży, w ramach Związku Stowarzyszeń Rady Reklamy. Jako odpowiedzialny producent piwa dbamy o przestrzeganie Kodeksu Etyki Reklamy, który określa standardy reklamowania naszych produktów. W 2024 roku, wspólnie z innymi firmami z branży, wprowadziliśmy zmiany do Kodeksu, dostosowując go do współczesnych realiów. Poszerzyliśmy jego zapisy o regulacje dotyczące reklamy piw bezalkoholowych, aby zapewnić jeszcze większą transparentność i zgodność z oczekiwaniami społecznymi.

Na stronach internetowych naszych produktów zamieszczamy link do strony Rady Reklamy, gdzie każdy może zgłosić swoje uwagi dotyczące naszych reklam. Zgłoszenia te są rozpatrywane przez Komisję Etyki Reklamy, a jej decyzje traktujemy z najwyższą powagą – każdą rekomendację wdrażamy. W 2024 roku Komisja Etyki Reklamy otrzymała 16 skarg dotyczących naszych działań reklamowych. W trzech przypadkach stwierdzono, że doszło do naruszenia Kodeksu.

Nasze podejście nie ogranicza się wyłącznie do zasad marketingowych. Aktywnie promujemy odpowiedzialną sprzedaż i konsumpcję alkoholu – zarówno na poziomie firmowym, jak i w ramach inicjatyw branżowych. Edukujemy pracowników i konsumentów, a także stale rozwijamy ofertę piw bezalkoholowych jako alternatywy dla napojów alkoholowych,

szczególnie w sytuacjach wymagających pełnej trzeźwości, takich jak prowadzenie pojazdów, obsługa maszyn czy obowiązki zawodowe.

Wszystkie materiały reklamowe podlegają wewnętrznej weryfikacji i muszą być zatwierdzone przez specjalnie powołaną Komisję Odpowiedzialnego Marketingu i Sprzedaży, w której skład wchodzi pracownicy z różnych działów firmy. Ich zadaniem jest weryfikacja, czy materiały reklamowe są zgodne z zapisami Polityki Komunikacji Marketingowej. Stosujemy te same rygorystyczne zasady samoregulacji zarówno dla piw alkoholowych, jak i bezalkoholowych. Oznacza to m.in. ograniczenia dotyczące grupy docelowej – nasze reklamy nie mogą być kierowane do nieletnich, a ich emisja odbywa się wyłącznie w kanałach, gdzie większość odbiorców (co najmniej 75%) to osoby dorosłe, w naszych reklamach mogą również grać tylko aktorzy, którzy ukończyli 25 lat.

Dodatkowo, jasno komunikujemy naszym partnerom handlowym, że piwo bezalkoholowe jest produktem dla pełnoletnich konsumentów i nie powinno być sprzedawane osobom nieletnim.

Na wszystkich naszych produktach (butelkach i puszkach naszych piw) oraz we wszystkich materiałach sprzedażowych oraz reklamach dobrowolnie umieszczamy znaki przestrzegające przed spożywaniem alkoholu przez osoby niepełnoletnie, kobiety w ciąży i kierowców. Oznaczenia te powstały w ramach branżowego porozumienia dotyczącego dobrowolnych znaków odpowiedzialnościowych i są zgodne z globalnym zobowiązaniem Grupy Asahi na rzecz ograniczenia spożycia alkoholu przez niepełnoletnich. Oznaczenia stosujemy na wszystkich opakowaniach naszych piw, co potwierdzamy wewnętrznym audytem realizowanym co dwa lata.

W 2024 roku nie stwierdzono przypadków niezgodności z prawem w zakresie informowania o produktach oraz ich znakowania.

Naszym zdaniem świat piwa to świat ludzi dorosłych, dlatego 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.

Chcemy, aby nasi konsumenci mieli dostęp do pełnych informacji o naszych produktach. Dlatego na opakowaniach piw bezalkoholowych podajemy szczegółowe dane o składnikach i wartościach odżywczych, zgodnie z obowiązującymi przepisami. Choć prawo nie wymaga tego w przypadku piw alkoholowych, my stosujemy tę zasadę również dla nich.

Na ich opakowaniach podajemy też adres do strony internetowej **www.abcalkoholu.pl**, na której zamieszczone są pełne informacje o wartościach odżywczych, czyli zawartości tłuszczów, tłuszczów nasyconych, węglowodanów, cukrów, białka i soli. Strona dostarcza rzetelnych informacji na temat wpływu alkoholu na organizm, porad dotyczących odpowiedzialnego spożywania oraz wsparcia w kontekście zdrowia i relacji społecznych. To część naszego zaangażowania w edukację i pomoc konsumentom w podejmowaniu świadomych decyzji dotyczących alkoholu.

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.



Odpowiedzialna i umiarkowana konsumpcja alkoholu

GRI: 3-3 Produkty firmy wspierające zdrowy styl życia i podejmowanie odpowiedzialnych wyborów, wskaźnik własny 7
GRI 3-3, wskaźnik własny 6

W 2024 roku kontynuowaliśmy działania, których celem jest promowanie rozważnego podejścia do alkoholu.

Umiarkowana konsumpcja to sposób na czerpanie przyjemności z napojów alkoholowych, zachowując jednocześnie równowagę i dbając o zdrowie oraz relacje społeczne. Umiarkowane spożycie może być częścią codziennego życia, pozwalając na pełne korzystanie z jego pozytywnych aspektów.

W naszych działaniach edukacyjnych 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.

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 realizowanych samodzielnie i we współpracy z partnerami.

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”, które obligatoryjnie przechodzą wszyscy pracownicy na początku zatrudnienia, a później co trzy lata.



Nasze podejście do piw bezalkoholowych

W naszym stanowisku do partnerów handlowych 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.

W 2024 roku zajmowaliśmy **1. miejsce** na polskim rynku piwa bezalkoholowego z **35,8%** udziałem w wolumenie sprzedaży piw bezalkoholowych (wg Nielsen, 2024).

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. Jest to część naszej odpowiedzialności za produkt.

Rozwijamy segment piw bezalkoholowych

Zachęcamy do wyboru piw bezalkoholowych jako alternatywy dla kierowców oraz dla tych, którzy chcą unikać konsumpcji alkoholu. W 2024 roku zwiększyliśmy udział piw bezalkoholowych w portfolio Kompanii Piwowarskiej do 7,7%, poszerzając naszą ofertę o 2 nowe piwa tego typu. Planujemy dalszy rozwój kategorii i dążymy do tego, by do 2030 roku piwa bezalkoholowe i niskoalkoholowe (do 3,5% alkoholu) stanowiły 15% naszej oferty. Obecnie oferujemy 15 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.

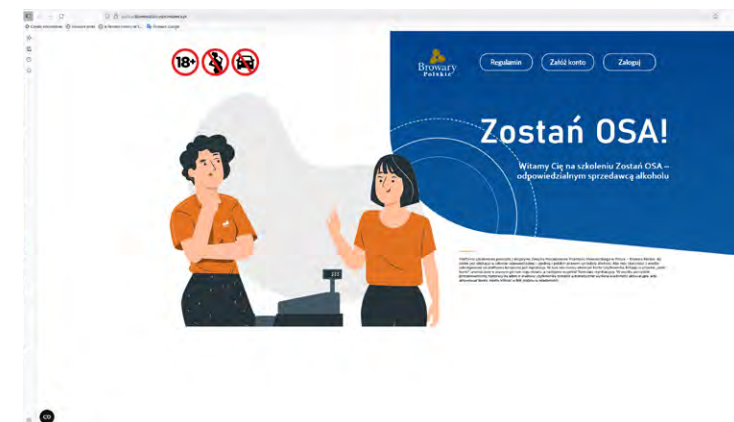


Działania branżowe

Jako członek Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce – Browary Polskie, angażujemy się w działania edukacyjne skierowane do rodziców i sprzedawców, mające na celu zapobieganie kontaktowi osób nieletnich z alkoholem. W 2024 roku ZPPP – Browary Polskie, przy wsparciu swoich członków, w tym Kompanii Piwowarskiej, uruchomiły odnowioną wersję bezpłatnego internetowego szkolenia odpowiedzialnysprzedawca.pl.

Szkolenie skierowane jest do pracowników handlu i gastronomii, pomagając im skutecznie odmawiać sprzedaży alkoholu osobom niepełnoletnim i nietrzeźwym.

Na stronie www.odpowiedzialnysprzedawca.pl uczestnicy mogą w łatwy sposób zapoznać się z technikami asertywnego odmawiania sprzedaży alkoholu niepełnoletnim, sprawdzania wieku kupującego, oraz z niezbędnymi przepisami prawa. Po ukończeniu testu uczestnicy otrzymują certyfikat Odpowiedzialnego Sprzedawcy, który potwierdza ich umiejętności w zakresie odpowiedzialnej sprzedaży alkoholu. W 2024 roku szkolenie ukończyło ponad 5 tysięcy sprzedawców, w tym pracowników największej polskiej sieci sklepów convenience „Żabka”, z którą ZPPP – Browary Polskie nawiązały współpracę w ramach tej inicjatywy.



Produkty w odpowiedzi na trendy społeczne

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.

Prace nad rozwojem tego ostatniego produktu prowadziliśmy przez cały 2023 rok, 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 dwa lata zmienialiśmy formuły naszych piw w celu obniżenia zawartości cukru poniżej 5 gramów na 100 mililitrów. Obecnie tylko jeden z wszystkich wariantów piwa, które warzymy, nie spełnia tego wymogu. Wszystkie piwne nowości tworzymy już w taki sposób, aby zawartość cukru nie przekraczała 4,8 gramów na 100 mililitrów.



W 2024 roku 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**).

Jesteśmy transparentni w kwestii składu naszych piw. 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 każdym opakowaniu naszych produktów.



Imprezuj w stylu umiarkowanym

Kompania Piwowarska od lat angażuje się w promowanie odpowiedzialnego spożywania alkoholu, a w 2024 roku skoncentrowaliśmy się na działaniach zarówno w Internecie, jak i na festiwalach muzycznych. To doskonałe miejsce, aby dotrzeć do uczestników festiwali, edukować ich oraz zachęcać do odpowiedzialnego podejścia do alkoholu.

W sumie nasze strefy odwiedziło ponad **23 tysiące osób**. Wiele z nich zdecydowało się na „wykonanie” zmywalnych tatuaży z hasłami promującymi umiar w konsumpcji alkoholu, które można było otrzymać w strefie.

Kampania „**Imprezuj w stylu umiarkowanym**” miała na celu pokazanie umiarkowanego spożycia alkoholu jako modnego, świadomego wyboru, który podkreśla odpowiedzialność, kontrolę i pewność siebie. Naszym celem było inspirowanie konsumentów do podejmowania świadomych decyzji, które wpisują się w trendy, takie jak NoLo i Smart Aging.

W mediach społecznościowych opublikowaliśmy edukacyjne materiały i zorganizowaliśmy konkurs z marką „**Pan Tu Nie Stał**”, zachęcając uczestników do tworzenia hasel na odzież, promujących imprezowanie w stylu umiarkowanym.

Nasza kampania dotarła do ponad 7 milionów osób, a 3,3 miliona z nich zaangażowało się online.

Na trzech festiwalach (Pol'and'Rock, Hip Hop, Audioriver) poza stanowiskami sprzedaży piwa zainstalowaliśmy specjalną strefę „**Imprezuj w stylu umiarkowanym**”, promującą umiar w konsumpcji alkoholu, oferującą atrakcyjne doświadczenia, takie jak DJ, strefa chill i interaktywne gry taneczne, a także umożliwiającą uczestnikom skorzystanie z alkomatów.





ABC ALKOHOLU

Od 2009 roku prowadzimy serwis internetowy www.abcalkoholu.pl, który stanowi źródło wiedzy na temat wpływu alkoholu na zdrowie i życie społeczne oraz korzyści płynących z odpowiedzialnej konsumpcji. W 2024 roku odwiedziło nas aż 196 694 użytkowników, którzy mogli zapoznać się z kompleksowymi materiałami opracowanymi przez niezależnych ekspertów.

Ponadto, na popularnych serwisach streamingowych publikujemy nasze podcasty, w których poruszamy istotne tematy, takie jak trend NOLO (ograniczania oraz rezygnowania z konsumpcji alkoholu), wpływ alkoholu na sport czy świadome podejście do żywienia. Adres naszego serwisu znajduje się także na opakowaniach wszystkich produktów, które oferujemy – jest integralną częścią dobrowolnego oznaczenia przestrzegającego przed spożywaniem alkoholu przez kobiety w ciąży i nieletnich oraz prowadzeniem pojazdów pod wpływem alkoholu.

APLIKACJA SPRAWDŹ PROMILE I KALORIE

Choć aplikacja nie zastępuje alkomatu, jej głównym celem jest zniechęcenie kierowcy do jazdy, gdy ma jakiegokolwiek wątpliwości co do swojej trzeźwości lub nie ma dostępu do profesjonalnego urządzenia. Dodatkowo aplikacja umożliwia oszacowanie liczby kalorii, które zostały spożyte w wyniku picia piwa (zarówno alkoholowego, jak i bezalkoholowego) oraz innych napojów i drinków alkoholowych.

W 2024 roku aplikacja została pobrana i użyta **25 747 razy**.



KAMPANIA SPOŁECZNA FASOFF

W 2024 roku Kompania Piwowarska po raz szósty wsparła kampanię społeczną FASOFF, zainicjowaną przez Fundację „Dom w Łodzi”. Celem kampanii jest edukacja na temat płodowego zespołu alkoholowego (ang. Fetal Alcohol Syndrome). FAS jest jednym z najpoważniejszych zaburzeń neurorozwojowych, które dotyka dzieci, których matki spożywały alkohol w czasie ciąży.

Choć powszechnie wiadomo, że dla dobra dziecka należy unikać alkoholu w tym okresie, wciąż brakuje pełnej świadomości o konsekwencjach, które ponoszą dzieci w wyniku braku abstynencji matki. W Polsce każdego roku rodzi się około 9000 dzieci z FAS. Dzięki naszym konsekwentnym działaniom o szerokim zasięgu, wierzymy, że możemy przyczynić się do zmiany tej sytuacji i podniesienia świadomości społecznej na ten temat i zmianę sytuacji.

„Pijąc alkohol w ciąży, życzysz dziecku oby było chore” to kontrowersyjne na pierwszy rzut oka hasło naszej kampanii w 2024 roku

Szokujące toasty, jakie w spocie kampanii wznosiła rodzina ciężarnej kobiety, miały na celu skłonienie do refleksji i wywołanie emocji u przyszłych rodziców oraz ich otoczenia — rodziny oraz przyjaciół. Komunikacja wzmacniała przekaz, że ciąża to wspólna sprawa całej rodziny.

Celem kampanii było uświadamianie rodziców, że picie alkoholu w ciąży może mieć negatywne skutki dla ich dzieci.

Przekazy kampanii dotarły do ponad **2 mln osób**, w tym do 962 tys. w digital, m.in. dzięki 640 publikacjom, angażując blisko 155 tys. osób.

Hashtag **#FASOFF** pomógł zaangażować społeczeństwo tak, aby każdy mógł wesprzeć kobiety ze swojego bliskiego otoczenia, które właśnie spodziewają się dziecka. Można to było zrobić w bardzo prosty sposób — po prostu odwrócić kieliszki, zrezygnować z alkoholu i tak walczyć z Płodowym Zespołem Alkoholowym.



Wolontariat i działalność charytatywna

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

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, a w 2024 roku także ofiarom powodzi, która nawiedziła południe Polski.

W Kompanii Piwowarskiej zależy nam na wspieraniu lokalnych i ogólnopolskich inicjatyw, które przyczyniają się do dobra społeczności, do których należymy.

W tym celu angażujemy naszych pracowników, motywując ich do aktywności charytatywnej i pomagając im w realizacji działań **na rzecz osób w potrzebie**.

Wolontariat

GRI: 3-3 Inicjatywy pracownicze, wskaźnik własny 5

KLUCZOWE WSKAŹNIKI EFEKTYWNOŚCI

Kompanii Piwowarskiej w 2024 r.

- **53%** naszych pracowników zaangażowało się w wolontariat
- **5997** godzin wolontariusze poświęcili na prace wolontaryjne



Wspieramy aktywność społeczną naszych pracowników

W Kompanii Piwowarskiej wolontariat pracowniczy to ważna część kultury organizacyjnej – każdego roku angażuje się w niego w różnych formach ponad połowa pracowników, są to zarówno działania organizowane przez firmę, jak i oddolne inicjatywy. Największym zainteresowaniem cieszą się projekty związane z ekologią, zielenią miejską oraz pomocą społeczną – od sprzątania parków i sadzenia roślin, po remonty szkół i domów pomocy społecznej. Pracownicy aktywnie wspierają też Szlachetną Paczkę, przygotowując prezenty dla potrzebujących rodzin.

Angażujemy naszych pracowników w działania wolontariackie poprzez program „Kompania Wolontariuszy”, który wspiera ich inicjatywy już od ponad dekady.

Program umożliwia pracownikom **poświęcenie dwóch pełnopłatnych dni wolnych** na działania wolontariackie, zarówno indywidualnie, jak i zespołowo.

Dni na działalność wolontariacką 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.

Działania w obszarze wolontariatu

Na sfinansowanie swojego projektu przez firmę mogą liczyć zespoły składające się z co najmniej siedmiu osób: 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 ich integracji oraz rozwijania umiejętności pracy zespołowej.

W 2024 roku aż **1387 wolontariuszy** Kompanii Piwowarskiej poświęciło łącznie **5997 godzin na działania społeczne**.



Projekty w ramach akcji „Szlachetna Paczka” realizowanej we współpracy ze stowarzyszeniem Wiosna, zgromadziły 836 wolontariuszy, którzy pod przewodnictwem 63 liderów przygotowali 93 paczki dla potrzebujących rodzin, w tym 30 dla rodzin z terenów dotkniętych powodzią w 2024 roku.

Wolontariat ekologiczny, obejmujący m.in. akcje sprzątania i nasadzeń, zgromadził 290 uczestników w ramach 14 projektów. Z okazji Dnia Ziemi, w Tychach, Białymstoku i Poznaniu, wolontariusze wzięli udział w akcji sprzątania terenów zielonych.

Ponadto 145 wolontariuszy naszej firmy zaangażowało się w 9 projektów pomocy dla społeczności najbardziej poszkodowanej przez powódź, m.in. w Boboluszkach, Bardzie, Stroniu Śląskim i Łądku-Zdroju.



SZLACHETNA PACZKA

Szlachetna Paczka, ogólnopolski projekt realizowany przez Stowarzyszenie WIOSNA, jest największą inicjatywą wolontariacką w Kompanii Piwowarskiej, w którą nasi pracownicy angażują się od 2016 roku.

Poza 63. paczkami na Święta Bożego Narodzenia nasi wolontariusze przygotowali 30 paczek dla ofiar powodzi, która miała miejsce w południowej Polsce we wrześniu 2024 roku.

Wolontariusze poświęcili łącznie niemal 2311 godzin na zakupy, pakowanie i dostarczanie paczek, które zawierały odzież, sprzęt AGD, środki czystości, żywność i zabawki. Dodatkowo, wolontariusze pokryli koszty innych niezbędnych potrzeb, zgłaszanych przez podopiecznych Stowarzyszenia WIOSNA. Całkowita wartość wsparcia przekroczyła 361 tys. zł, z czego 279 tys. zł pochodziło z dofinansowania Kompanii Piwowarskiej. Firma przekazała również potrzebującym rodzinom 37 komputerów.



W 2024 roku w programie wzięło udział **836 osób**.

SHOEBOX

Project Shoebox narodził się w 2015 roku, jego a nazwa pochodzi od pudełek po butach, w których umieszczane są artykuły higieniczne i pielęgnacyjne dla kobiet. Inicjatywa ma na celu okazanie solidarności z kobietami korzystającymi z pomocy organizacji takich jak Domy Samotnej Matki, MOPS czy schroniska dla bezdomnych kobiet. W 2024 roku Kompania Piwowarska po raz drugi świętowała Międzynarodowy Dzień Kobiet, angażując się w Shoebox.

Akcja zmobilizowała 40 trzyosobowych zespołów (składających się z lidera i 2 uczestników), które, wykorzystując środki otrzymane od firmy (600 zł na zespół), a także własne zasoby, przygotowały pudełka wypełnione kosmetykami pierwszej potrzeby oraz prezentami z okazji Dnia Kobiet. Dzięki tej akcji ponad 100 wolontariuszy z Kompanii Piwowarskiej przygotowało łącznie 205 pudełek, które trafiły do kobiet w trudnej sytuacji życiowej.



WYZWANIA CHARYTATYWNE

Pracownicy Kompanii Piwowarskiej, biorący udział w **programie wellbingowym „Postaw na Ruch”**, mają okazję angażować się w wyzwania charytatywne za pośrednictwem aplikacji mobilnej. Każdy przebyty kilometr przekłada się na darowiznę, którą firma przeznacza na wsparcie osób z niepełnosprawnościami ruchowymi, podopiecznych Fundacji Poland Business Run. W 2024 roku pracownicy pokonali łącznie dystans 400 tys. kilometrów, co umożliwiło wsparcie kolejnych podopiecznych fundacji, w tym pani Katarzyny, która otrzymała środki na zakup protezy ręki. 100 naszych pracowników wzięło również udział w biegach charytatywnych „Policz się z Cukrzycą”, wspierając działania Fundacji Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy.

W 2024 roku, oprócz tradycyjnych wyzwań biegowych, wprowadziliśmy także wyzwania jogowe i kulinarne, zachęcając uczestników do dzielenia się zdrowymi przepisami. Dodatkową motywacją do aktywności był wspólny wyjazd beneficjentów, którzy mieli okazję poznać tegoroczną obdarowaną oraz integrować się z innymi uczestnikami.



POMOC OFIAROM POWODZI W POLSCE

W obliczu wielkiej tragedii – powodzi – jaka dotknęła mieszkańców południowej Polski we wrześniu 2024 roku, Kompania Piwowarska nie mogła pozostać obojętna. Wśród poszkodowanych osób znaleźli się również pracownicy, ich członkowie rodzin, znajomi, a także partnerzy biznesowi naszej firmy.

Kompania Piwowarska szybko zaangażowała się w pomoc, przekazując wsparcie finansowe na rzecz Fundacji Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy oraz Stowarzyszenia WIOSNA, które działały na terenie zalanych obszarów. Dodatkowo, zorganizowano pomoc w firmie, tworząc 9 zespołów wolontariuszy, które pracowały w najbardziej dotkniętych miejscowościach: Stroniu Śląskim, Łądku-Zdroju, Boboluszkach oraz Bardzie. 145 osób udało się na teren dotknięty powodzią, aby aktywnie uczestniczyć w sprzątaniu, remontach i zabezpieczaniu zniszczonych obiektów.

Dodatkowo, powołano specjalny zespół Działu Sprzedaży, który opracował mechanizmy wsparcia dla partnerów handlowych, mające na celu pomoc w odbudowie zniszczonych miejsc pracy oraz ułatwienie działalności biznesowej w regionach dotkniętych katastrofą.

W ramach doraźnej pomocy na rzecz powodziarzy, Kompania Piwowarska przekazała:

- **200 000 zł** na rzecz Fundacji Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy,
- **285 957 zł** na rzecz Stowarzyszenia WIOSNA (do zbiórki środków finansowych zorganizowanej przez pracowników Kompania Piwowarska dołożyła dwukrotność zebranej kwoty),
- **90 000 zł** na przygotowanie dodatkowych 30 paczek Szlachetnej Paczki dla rodzin z terenów powodziowych.

Zależy nam na tym, **aby spełniać oczekiwania konsumentów.**



05 POSTĘPOWANIE W BIZNESIE

CZYM SIĘ WYRÓŻNIAMY

Nasze marki Co oferujemy konsumentom

GRI: 2-6

Zależy nam na tym, aby spełniać oczekiwania konsumentów i trafiać w ich gusta, dlatego stale rozwijamy nasze portfolio produktowe,

Nasze marki są liderami rynku piwa – udział wolumenowy w sprzedaży to **31,7%** (wg Nielsen, 2024).

Łączymy bogatą tradycję piwowarską z nowoczesnym podejściem do tworzenia piwa. Śledzimy lokalne i globalne trendy, dostosowując ofertę do zmieniających się potrzeb rynku. Wprowadzamy nowe smaki, marki premium oraz piwa bezalkoholowe. Nie zapominamy jednak o tradycji i naszych korzeniach, w naszych browarach produkujemy piwa, które od wielu lat cieszą się popularnością wśród polskich konsumentów.



Nowości w naszej ofercie

W 2024 roku w naszej ofercie pojawiły się następujące nowe piwa:

Nowe kolorowe warianty od marki Captain Jack

Mango Daiquiri oraz Jack on the Beach, inspirowane znanymi drinkami, idealne na wysoce energetyczne okazje i stanowiące interesującą ofertę w kategorii alkoholowych piw smakowych

Lech Free – Yuzu Pomelo

nowy, orzeźwiający smak

Hardmade Exotic Kumkwat, Blackberry Vanilla oraz Citrus Ice Tea Crush 0,0%

To orzeźwiające kompozycje owocowych smaków, które wprowadzają świeże spojrzenie na kategorię piw smakowych. Dzięki unikalnym połączeniom produkty te idealnie wpisują się w letni klimat – zachęcają do wspólnego relaksu ze znajomymi i odkrywania nowych doznań smakowych.



Kozel Bily Lehky



Lech 0,0 FIT





Nagrody w kategorii Pracodawca:

- Kompania Piwowska znalazła się na podium w 14. edycji badania Randstad Employer Brand Research 2024 – zajęliśmy
- 2. miejsce** w ogólnym zestawieniu **najbardziej atrakcyjnych pracodawców** w Polsce oraz
- 1. miejsce wśród firm z branży FMCG.**
- Pracodawca Godny Zaufania** w kategorii Zdrowie.
- Nagroda Odpowiedzialnego i **Przyjaznego Pracodawcy 2024 roku** za wdrożenie Pracowniczych Planów Kapitałowych (PPK).
- Super Etyczna Firma** – nagroda przyznawana przez Puls Biznesu.



Nagrody dla marek Kompanii Piwowskiej:

Nagroda **BLIX AWARD** dla marki Lech w kategorii „Piwo”.



Nagrody i wyróżnienia

Skuteczność naszych działań na rzecz zrównoważonego rozwoju potwierdzają **nagrody, które otrzymaliśmy w 2024 roku**



Nagroda w kategorii Biznes:

„**Hermesa Biznesu**” i tytuł **Ambasadora Śląska** podczas Gali Tyskiego Lidera Przedsiębiorczości.

Nagrody w kategorii Zrównoważony rozwój:

- Zielony Listek ESG** przyznawany przez tygodnik POLITYKA w XIII edycji zestawienia.
- Kampania „**Będę TATA! – nie piję razem z nią**” otrzymała nagrodę **ECU Sustainability Award** przyznaną podczas European Circular Retail Congress, będącego częścią Poland & CEE Retail Summit 2024.



Nie ma bezpiecznej ilości alkoholu w ciąży.



Etyka w Kompanii Piwowarskiej

GRI: 2-16, 2-23

Naszym celem jest tworzenie firmy, która nie tylko działa zgodnie z przepisami prawa, ale także wyznacza najwyższe standardy etyczne w codziennej działalności. Zależy nam na budowaniu organizacji, w której uczciwość i szacunek stanowią podstawę wszelkich działań – zarówno w relacjach wewnętrznych, jak i w całym łańcuchu dostaw.

Dlatego konsekwentnie monitorujemy przestrzeganie zasad etyki, a postępowanie naszych pracowników podlega regularnej ocenie, stanowiąc istotny element rocznej ewaluacji.

Nasze zobowiązanie wobec etyki

Każdy pracownik naszej firmy, niezależnie od formy zatrudnienia czy zajmowanego stanowiska, jest zobowiązany do przestrzegania zasad określonych w Kodeksie Etyki Kompanii Piwowarskiej.

Dokument ten opiera się na kluczowych wartościach, takich jak:

- uczciwość,
- otwartość,
- odpowiedzialność
- 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 społeczność;
- zrównoważony rozwój.

Kompania Piwowarska zobowiązuje się do prowadzenia działalności w sposób odpowiedzialny, przestrzegając wszelkich obowiązujących przepisów i regulacji prawnych związanych z funkcjonowaniem przedsiębiorstwa.

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.

Nasze kodeksy i polityki

Chcemy, aby każdy w naszej organizacji znał i realizował obowiązujące standardy – zarówno w wykonywaniu swoich zadań, jak i w budowaniu relacji zawodowych. Dlatego wprowadziliśmy obowiązkowe szkolenia e-learningowe odbywające się w cyklach czteroletnich oraz dbamy o stałą komunikację, która przypomina pracownikom o najważniejszych zasadach. Dodatkowo w Kompanii Piwowarskiej zasady etyczne i reguły postępowania definiują:

- Kodeks Postępowania Asahi;
- Polityka przeciwdziałania przemocy, mobbingowi, dyskryminacji i molestowaniu w miejscu pracy;
- Polityka antykorupcyjna;
- Polityka zgłaszania naruszeń Speak up Asahi Europe & International;
- Podstawowe zasady prowadzenia postępowań w sprawie zgłaszania naruszeń Grupy Asahi;
- Zasady prowadzenia dochodzeń wewnętrznych;

- Kodeks postępowania dostawców;
- Polityka dotycząca informacji poufnych i czystego biurka;
- Polityka przeciwdziałania wykorzystaniu informacji poufnych.

Komisja Etyki na straży przestrzegania norm etycznych

Przestrzeganie norm etycznych w Kompanii Piwowarskiej zapewnia Komisja Etyki, działająca od 2012 roku. To do niej pracownicy powinni zgłaszać wszelkie przypadki niepożądanych zachowań lub postaw, które mogą prowadzić do naruszenia regulacji. W skład Komisji wchodzi członkowie najwyższej kadry zarządzającej, a jej pracami kieruje Prezes Zarządu. Komisja jest informowana o wszelkich przypadkach potencjalnych nieprawidłowości oraz wynikach przeprowadzanych postępowań wyjaśniających. W ramach raportowania półrocznego, Komitet Audytu otrzymuje oświadczenie wyższego kierownictwa dotyczące zgłoszonych zdarzeń, takich jak naruszenia Kodeksu Postępowania Grupy Asahi, defraudacje, incydenty środowiskowe oraz przypadki naruszeń bezpieczeństwa, które skutkują wysokimi grzywnami lub szkodami reputacyjnymi.

Globalne badanie zaangażowania, etyki i zgodności z Kodeksem Postępowania Grupy Asahi 2024

Badanie przeprowadzono online na przełomie maja i czerwca 2024 roku. Ta edycja badania zaangażowania pracowników była wersją skróconą, obejmującą 20 pytań podzielonych na 6 kategorii. Pełne, globalne badanie zaangażowania w Grupie Asahi, które obejmowało 56 pytań (w tym pytania otwarte), miało miejsce w 2023 roku. Kolejne badanie zaplanowane jest na rok 2025.

Ankieta badania składała się z dwóch głównych obszarów tematycznych: zaangażowania pracowników oraz etyki i zgodności z zasadami postępowania Grupy Asahi.

W badaniu z 2024 roku wzięło udział **1886 pracowników** Kompanii Piwowarskiej, co zapewniło frekwencję na poziomie **78%** i dało reprezentatywne wyniki.

Wyniki części ankiety dotyczące etyki i zgodności z zasadami postępowania są dla nas satysfakcjonujące. Zauważalny jest znaczący wzrost świadomości i rozpoznawalności Kodeksu Postępowania Grupy Asahi oraz nowej, globalnej linii wsparcia Speak Up. Dzięki przeprowadzonym kampaniom wewnętrznym, udało się skutecznie zwiększyć widoczność i dostępność tych narzędzi, co przełożyło się na lepsze zrozumienie zasad etycznych oraz większą gotowość pracowników do korzystania z narzędzi wspierających przestrzeganie standardów.



ASAHI EUROPE & INTERNATIONAL

Kodeks Postępowania Grupy Asahi w pigułce

Konsumenci

Zasada:

- Zapewnianie satysfakcji konsumentów 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 zrównoważonych rozwiązań
- Uczciwa konkurencja

**KLUCZOWE
WSKAŹNIKI
EFEKTYWNOŚCI
Kompanii Piwowarskiej w 2024 r.**



- **17** zgłoszeń do Komisji Etyki
- **0** procesów dotyczących zachowań antykonkurencyjnych
- **0** potwierdzonych przypadków korupcji

Relacje z dostawcami

Jak współpracujemy z dostawcami

GRI: 2-6

Kompania Piwowarska współpracuje z partnerami i dostawcami zgodnie z jasno określonymi zasadami, które zostały zapisane w **Kodeksie Postępowania Dostawców**.

Kodeks został stworzony wspólnie z naszymi partnerami i dostawcami, wyznacza standardy dotyczące m.in. praw człowieka, etyki pracy i ochrony środowiska. Podpisując umowę o współpracy, nasi partnerzy akceptują te zasady i zobowiązują się do ich przestrzegania.

Liczymy, że będą oni stosować podobne zasady również w swoich własnych łańcuchach dostaw, aby zapewnić spójność i odpowiedzialność na każdym etapie współpracy.

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.

Zaufani dostawcy gwarantem dobrych surowców

Kompania Piwowarska przeprowadza szczegółowy proces weryfikacji swoich dostawców, w ramach którego około 100 z nich podlega regularnym audytom i ocenom Technical Sign Off. Proces akredytacji technicznej ma na celu zapewnienie wysokich standardów jakości oraz zgodności z wymaganiami środowiskowymi i społecznymi. Audyty są realizowane przez certyfikowanych audytorów zarówno z naszej firmy, jak i z europejskich browarów należących do Gru-

py. Zwykle audyty przeprowadzane są co trzy lata, jednak mogą odbywać się częściej, jeśli wyniki poprzednich ocen będą niezadowolające lub pojawią się problemy z jakością. Do tej pory żaden z ocenianych dostawców nie został uznany za źródło znaczącego, rzeczywistego lub potencjalnego negatywnego wpływu środowiskowego lub społecznego.

111 374 – łączna liczba
naszych dostawców i klientów

Dostawcy

56

Dostawcy surowców do produkcji piwa

1009

Dostawcy energii i procesów wspomagania produkcji

36

Dostawcy opakowań

647

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



KOMPAANIA
PIWOWARSKA

pakowanie

produkcja

15

logistyka



Klienci

3

Cash & carry

90

Hurt

32 013

Punkty gastronomiczne (puby, restauracje)

15

Sieci sklepów (hipermarkety, supermarkety, stacje paliw)

71 909

Punkty detaliczne i podhurt

4

Hurt zrzeszony w grupę zakupową

5

Sieci dyskontowe



Konsumenci



Nasze polityki

Spójne standardy dla pracowników i partnerów

GRI: 2-23, 2-24

W Kompanii Piwowarskiej prowadzimy działalność w sposób odpowiedzialny i zrównoważony, tworząc wartość zarówno dla akcjonariuszy, jak i dla społeczeństwa. Nasze działania opierają się na jasno określonych politykach i procedurach, które uwzględniają cele Asahi Europe & International, globalne Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ oraz Kartę Różnorodności. Wszystkie te dokumenty są zatwierdzane przez Zarząd Kompanii Piwowarskiej, a część z nich obowiązuje również w całej Grupie AEI, z dostosowaniem do specyfiki regionalnych rynków.

Nasze regulacje wewnętrzne są dostępne dla pracowników w specjalnym repozytorium na firmowym intranecie. Wszelkie zmiany wprowadzane w tych dokumentach są komunikowane przez członka Zarządu lub zespół komunikacji wewnętrznej oraz omawiane podczas regularnie organizowanych szkoleń – zarówno obowiązkowych dla wszystkich pracowników, jak i dedykowanych wybranym grupom.

Nasza współpraca z partnerami biznesowymi również opiera się na jasnych zasadach – podpisując umowę, zobowiązują się oni do przestrzegania zapisów Kodeksu Postępowania Dostawców.

Strategia Podatkowa

Nasza strategia podatkowa jest ściśle powiązana z polityką zrównoważonego rozwoju i opiera się na przejrzystości oraz zgodności z obowiązującymi regulacjami. Uczciwe i rzetelne realizowanie zobowiązań podatkowych to dla nas nie tylko wymóg prawny, ale także narzędzie wspierające rozwój gospodarki, budowanie zaufania społecznego oraz utrzymywanie pozytywnych relacji z administracją skarbową.

Strategia podatkowa Kompanii Piwowarskiej została zatwierdzona przez Zarząd, a raporty z jej realizacji są przygotowywane co roku. Nasze podejście cechuje ostrożność i zachowawczość – nie podejmujemy decyzji, które mogłyby generować ryzyko podatkowe. Zarządzaniem strategicznym w tym obszarze zajmuje się Zarząd, podejmując kluczowe decyzje w oparciu o rekomendacje działu podatkowego.

Dbamy o to, by nasi pracownicy działu podatkowego regularnie podnosili swoje kwalifikacje poprzez szkolenia, warsztaty i konferencje. Rozumiemy również, jak ważną rolę w zarządzaniu kwestiami podatkowymi odgrywają nowoczesne technologie, dlatego korzystamy z rozwiązań informatycznych wspierających ten proces.

Jako część Grupy Asahi przestrzegamy wytycznych Kodeksu Postępowania Podatkowego (Asahi Group’s Tax Code of Conduct), który określa standardy i zasady obowiązujące we wszystkich spółkach należących do grupy.

Zarządzanie zrównoważonym rozwojem

Zaangażowanie zarządu

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

Zarząd Kompanii Piwowarskiej corocznie analizuje plany strategiczne poszczególnych obszarów działalności firmy, a w razie potrzeby wprowadza niezbędne korekty.

Na tej podstawie podejmowane są decyzje dotyczące priorytetów, zakresu działań operacyjnych oraz alokacji zasobów finansowych. Cały proces nadzoruje Prezes Zarządu, a kluczowe decyzje są podejmowane wspólnie z pozostałymi członkami Zarządu. Następnie

plany związane z realizacją celów zrównoważonego rozwoju, w tym m.in. strategii redukcji emisji CO₂ oraz optymalizacji zużycia wody, są przedstawiane i zatwierdzane na szczecblu europejskim Grupy Asahi Europe & International.

Zrównoważony rozwój i kwestie z nim związane są priorytetem dla przedstawicieli najwyższych organów zarządczych Kompanii Piwowarskiej.

Stanowią one integralny element procesu średnioterminowego planowania biznesowego naszej firmy, który jest przeprowadzany corocznie z perspektywą trzech lat.

Wybrane polityki, kodeksy i inne regulacje wewnętrzne dostępne są na stronie:

Etyka i polityki –
Kompania Piwowarska

Więcej o strategii podatkowej:

https://www.kp.pl/files/KP_Informacja_o_realizowanej_strategii_podatkowej_za_rok_podatkowy_2023.pdf



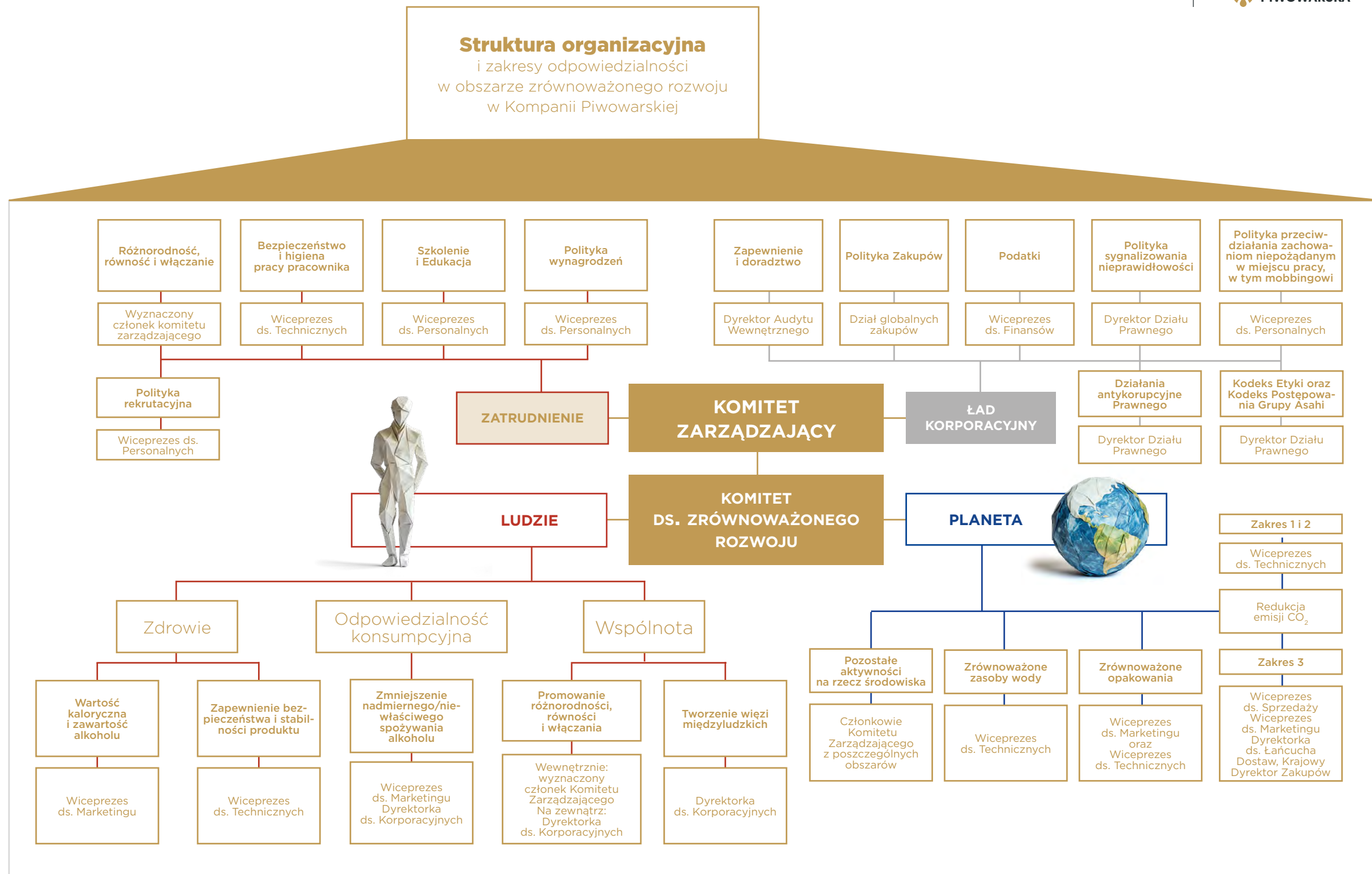
Struktura organizacyjna i zakresy odpowiedzialności w obszarze zrównoważonego rozwoju w Kompanii Piwowskiej

W strukturze firmy funkcjonuje interdyscyplinarny Komitet ds. Zrównoważonego Rozwoju, którego pracami kieruje Komitet Zarządzający pod przewodnictwem Prezesa Zarządu. W skład Komitetu Zarządzającego wchodzi członkowie Zarządu oraz dyrektorki dwóch kluczowych funkcji (szczegółowo opisanych w sekcji „O firmie”). Natomiast Komitet ds. Zrównoważonego Rozwoju tworzą wybrani członkowie Zarządu oraz menedżerowie odpowiedzialni za kwestie środowiskowe, społeczne i zarządcze.

Podstawowym zadaniem Komitetu jest realizacja strategii Lepsza Przyszłość 2030, ze szczególnym uwzględnieniem działań w ramach filarów **PLANETA i LUDZIE**.

Komitet regularnie monitoruje postępy w realizacji celów oraz kluczowych projektów, opierając się na szczegółowej karcie celów. Każde spotkanie, odbywające się raz na kwartał, stanowi okazję do oceny działań, formułowania rekomendacji oraz wymiany wiedzy. Odpowiedzialność za wdrażanie ustaleń Komitetu spoczywa na kierownikach poszczególnych działów.

Karta celów, obejmująca inicjatywy z zakresu zrównoważonego rozwoju, podlega corocznej aktualizacji i zatwierdzeniu przez Zarząd. W minionym roku Komitet ds. Zrównoważonego Rozwoju koncentrował się na takich zagadnieniach jak redukcja emisji CO₂, zrównoważone opakowania, gospodarka wodna, odpowiedzialna konsumpcja alkoholu, relacje społeczne oraz bezpieczeństwo i stabilność produktów. Natomiast kwestie związane z łańcem korporacyjnym i polityką zatrudnienia pozostają w zakresie odpowiedzialności Komitetu Zarządzającego.



Zarządzanie ryzykiem

Jak zarządzamy ryzykiem

Prowadzenie działalności w sposób zrównoważony wymaga świadomego podejścia do ryzyka – zarówno operacyjnego, jak i strategicznego. Właściwe zarządzanie zagrożeniami pozwala nam minimalizować ryzyka związane z przerwami w produkcji, wpływem na środowisko, bezpieczeństwem pracy oraz zgodnością z regulacjami. Dzięki temu możliwe jest długoterminowe utrzymanie stabilności operacyjnej i finansowej.

W Kompanii Piwowskiej 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 gwarantuje wysoki poziom profesjonalizmu i skuteczności naszych działań.

Jako część Grupy Asahi wdrożyliśmy system zarządzania ryzykiem na poziomie całego przedsiębiorstwa. Oznacza to, że podejmujemy strategiczne i operacyjne kroki w celu minimalizacji potencjalnych zagrożeń i ryzyk. Działania te podlegają regularnym ocenom Zarządu oraz niezależnym audytom prowadzonym przez Komitet Audytowy, któremu również raportujemy szczegółowe wyniki naszych inicjatyw, których wyniki raportujemy Komitetowi Audytu. Aby skutecznie zarządzać ryzykiem, podejmujemy następujące działania:

- 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).

Aby zapewnić wysoką jakość i bezpieczeństwo piwa oraz zagwarantować bezpieczeństwo w miejscu pracy korzystamy ze Zintegrowanego Systemu Zarządzania Ryzykiem (IRMS – Integrated Risk Management System). System pomaga nam także minimalizować negatywny wpływ na środowisko oraz efektywnie zarządzać energią.

IRMS składa się z pięciu Systemów Zarządzania:

- 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 odbywa się na poziomie browarów, natomiast ryzykami strategicznymi zajmuje się wyższe kierownictwo firmy. Konsekwentne stosowanie wdrożonych standardów pozwala nam skutecznie reagować na zmiany rynkowe i osiągać założone cele biznesowe. 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 Piwowskiej. Nasz system kontroli wewnętrznej opiera się na japońskim modelu J-SOX oraz najlepszych praktykach w zakresie zarządzania ryzykiem biznesowym.

Celem tego systemu jest **minimalizacja ryzyk operacyjnych**, w tym zagrożeń związanych ze sprawozdawczością finansową, oraz zapewnienie zgodności 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**.

Zarządzanie bezpieczeństwem i jakością produktu

Odpowiedzialne zarządzanie jakością i bezpieczeństwem produktu

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

Aby zapewnić najwyższe standardy jakości i bezpieczeństwa, wdrożyliśmy system zarządzania jakością oraz dwa systemy bezpieczeństwa oparte na ISO 22000 i FSSC 22000. Te rozwiązania pozwalają nam skutecznie identyfikować i eliminować potencjalne ryzyka, jednocześnie zapewniając optymalizację kosztów.

Nieustannie doskonalimy nasze procesy, by sprostać wymaganiom rynku i oczekiwaniom konsumentów. W tym celu regularnie przeprowadzamy audyty wewnętrzne, bazując na liście standardów Grupy Asahi, oraz audyty zewnętrzne.

Podstawą systemu audytowego są kluczowe ryzyka w obszarze jakości i bezpieczeństwa produktów, które identyfikujemy na każdym etapie produkcji. Należą do nich: ciało obce, obca ciecz, mikrobiologia, nalew, zamknięcie, kodowanie na opakowaniu, alergen.

Dokumenty, które gwarantują odpowiedzialne zarządzanie jakością i bezpieczeństwem:

- **Polityka Zintegrowanego Systemu Zarządzania Ryzykiem** – dokument wiodący, definiujący zobowiązania Kompanii Piwowskiej 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.



Zgłaszanie naruszeń

Kanały zgłaszania naruszeń

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

Zachowanie wysokich standardów etycznych wymaga otwartości na sygnały o potencjalnych naruszeniach. W Kompanii Piwowskiej umożliwiamy anonimowy kontakt w celu zgłaszania wszelkich nieprawidłowości, a każde zgłoszenie jest traktowane z należytą uwagą

i starannością. Dzięki regularnej analizie tych informacji doskonalimy nasze procedury i zapewniamy ich skuteczność.

Szczegółowe informacje o dostępnych możliwościach zgłaszania można znaleźć na naszej stronie internetowej oraz w intranecie.

Każde zgłoszenie jest analizowane przez Komisję Etyki, a w przypadku podejrzenia oszustwa lub działań o charakterze korupcyjnym – przez Zespół ds. Nadużyć. Komisja Etyki monitoruje także skuteczność systemu zgłaszania nieprawidłowości, analizując statystyki

dotyczące otrzymanych sygnałów. W 2024 roku liczba zgłoszeń wzrosła do 17, podczas gdy w 2023 roku było ich 12, co – jak oceniamy – stanowi efekt kampanii informacyjnej przeprowadzonej w maju, tuż po uruchomieniu globalnej linii do zgłoszeń.

W 2024 roku nie odnotowano przypadków niezgodności z prawem. Nie było także uzasadnionych skarg dotyczących naruszenia prywatności i utraty danych klientów.

Jak przeciwdziałamy korupcji

W zgodzie z wytycznymi AEI przeprowadzamy coroczną analizę ryzyka związanego z oszustwami i korupcją. Identyfikowane zagrożenia są uwzględniane w projektowaniu audytów wewnętrznych, które regularnie realizujemy.

Wszyscy nasi pracownicy – zarówno etatowi, jak i kontraktowi – zobowiązani są do przestrzegania 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.

Dostawcy współpracujący z naszą firmą również zobowiązani są do przestrzegania regulacji antykorupcyjnych, które akceptują przy nawiązaniu współpracy.

Wszelkie potencjalne naruszenia tych zasad są analizowane przez Zespół ds. Nadużyć, w skład którego wchodzi przedstawiciele Zarządu oraz dyrektorzy Działu Audytu i Działu Prawnego. Każdy przypadek lub próba złamania zasad wiąże się z poważnymi konsekwencjami. W 2024 roku nie stwierdzono żadnego przypadku korupcji. Nie zgłoszono także żadnej próby wręczenia korzyści.

Przykładamy szczególną wagę do tego, aby prezenty i inne formy gratyfikacji nie wpływały na decyzje biznesowe naszych pracowników. System zarządzania zasobami ludzkimi HOPS umożliwia transparentne rejestrowanie wszelkich korzyści majątkowych.

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).

SYSTEM SPEAK-UP

Jak zgłosić nieprawidłowość?

Infolinia dla pracowników Grupy Asahi 0 0 800 4911988
prowadzona przez niezależną firmę Navex

Formularze
www.asahieuropeinternational.ethicspoint.com
www.kp.pl/zrownowazony-rozwoj/etyka-i-polityki

Infolinia
dla pracowników Kompanii Piwowskiej
dla osób z zewnątrz 801 133 133

E-mail etyka@asahibeer.pl

Pocztą tradycyjną
Dyrektor ds. audytu wewnętrznego



O Raporcie

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

Niniejszy raport obejmuje okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2024 roku i dotyczy wszystkich jednostek organizacyjnych naszej firmy: centrali w Poznaniu, biura Zarządu w Warszawie, trzech browarów (w Ty-chach, Białymstoku i Poznaniu), a także trzech centrów dystrybucji zlokalizowanych przy browarach oraz 10 dystryktów sprzedaży. Dane dotyczące zużycia wody, energii i emisji gazów cieplarnianych odno-szą się wyłącznie do zakładów produkcyjnych.

W analizowanym okresie nie zaszły istotne zmiany w zakresie struk-tury organizacyjnej, formy własności, skali działalności ani łańcucha wartości. Nie wprowadzono również korekt do danych zawartych w poprzednich edycjach raportu, które publikujemy corocznie od 2009 roku.

Raport został opracowany zgodnie z wytycznymi GRI Standards 2021. Wszystkie zawarte w nim dane – zarówno liczbowe, jak i opisowe – zostały przygotowane we współpracy z pracownikami odpowiedzial-nymi za poszczególne obszary działalności firmy i przez nich zweryfi-kowane pod kątem rzetelności i aktualności.

- Zakres tematyczny raportu został wyznaczony na podstawie:
- priorytetów strategicznych Kompanii Piwowarskiej oraz Grupy Asahi,
 - analizy istotności,
 - obserwowanych trendów oraz kluczowych zagadnień dla sektora piwowarskiego i szeroko pojętej branży FMCG – zarówno w Polsce, jak i na świecie,
 - Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

Tabele ze wskaźnikami liczbowymi GRI

GRI: 2-7, 2-8

Całkowita liczba pracowników w podziale na formę zatrudnienia	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	Zmiana 2024 vs 2023
Umowa o pracę	2583	2610	2672	2644	2716	2721	2726	-1,03%
w tym niepełny wymiar pracy	9	5	1	4	3	10	6	+80%
Inne formy zatrudnienia	0	0	0	0	0	0	0	
Pracownicy agencji pracy tymczasowej	0	0	1	1	12	11	5	-
Umowa zlecenie	22	23	30	19	24	32	29	-4,35%

Całkowita liczba pracowników w podziale na płeć	2024			2023			Zmiana 2024 vs 2023		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem
	Liczba (udział procentowy)			Liczba (udział procentowy)					
<30	123 (4,76%)	193 (7,47%)	316 (12,23%)	130 (38,1%)	211 (61,9%)	341 (100,0%)	-5,38%	-8,53%	-7,33%
30-50	467 (18,08%)	1217 (47,12%)	1684 (65,20%)	445 (27,1%)	1199 (72,9%)	1644 (100,0%)	4,94%	1,50%	2,43%
>50	122 (4,72%)	461 (17,85%)	583 (22,57%)	135 (21,6%)	490 (78,4%)	625 (100,0%)	-9,63%	-5,92%	-6,72%
Razem	712	1871	2583	710 (27,2%)	1900 (72,8%)	2610 (100,0%)	0,28%	-1,53%	-1,03%

Całkowita liczba pracowników w podziale na płeć i rodzaj umowy	2024			2023			Zmiana 2024 vs 2023		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem
Umowa na czas określony	60	114	174	54	134	280	11,11%	-14,93%	-3,82%
Umowa na czas nieokreślony	643	1738	2381	642	1756	2310	0,16%	-1,03%	-0,87%
Zastępstwo na czas określony	5	11	16	10	8	17	-55%	37,50%	-17,5%
Zastępstwo na czas nieokreślony	4	8	12	4	2	3	0%	300,00%	300,00%
Razem	712	1871	2583	710	1900	2610	0,28%	-1,53%	-1,25%

Całkowita liczba pracowników w podziale na płeć i rodzaj etatu	2024			2023			Zmiana 2024 vs 2023		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem
Pełny etat	704	1870	2574	706	1899	2605	-0,28%	-1,53%	-1,19%
Niepełny etat	8	1	9	4	1	5	100,00%	0,00%	80,00%
Razem	712	1871	2583	710	1900	2610	0,28%	-1,53%	-1,03%

Liczba zatrudnionych na podstawie umowy o pracę w podziale na regiony	2024							2023						
	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	2	14	46	30	25	57	174	1	11	67	55	27	111	272
Liczba zatrudnionych na czas nieokreślony	46	127	374	322	305	1207	2381	37	128	381	309	295	1168	2318
Zastępstwo – czas określony	1	1	7	4	0	5	18	0	0	4	1	2	8	15
Zastępstwo – czas nieokreślony	0	0	0	3	2	5	10	0	2	0	0	1	2	5
Razem	49	142	427	359	332	1274	2583	38	141	452	365	325	1289	2610

Zużycie energii

GRI 302-1*

Całkowite zużycie paliw pochodzących ze źródeł nieodnawialnych	2024 [GJ]	2023 [GJ]
Gaz z ropy naftowej	-	-
Gaz ziemny i koksowniczy	397 971,2	453 549,8
Gazy hutnicze	-	-
Miał	-	-
Olej opałowy	131,1	214,4
Paliwa ciekłe (LPG+diesel)	26 764,6	26 195,5
Węgiel kamienny	-	-
Para z elektrociepłowni w Białymstoku	55 524,5	55 464,4
Razem	480 391,4	535 424,1

Całkowite zużycie paliw pochodzących ze źródeł odnawialnych	2024 [GJ]	2023 [GJ]
Biopaliwa	-	-
Biomasa	-	-
Energia elektryczna z wiatraków	256 223,5	262 688,4
Biogaz	24 161,2	24901,2
Razem	280 384,7	287 589,6

Całkowite zużycie energii zakupionej na zewnątrz organizacji	2024 [GJ]	2023 [GJ]
Energia elektryczna	263 110,8	262 688,4
w tym ze źródeł odnawialnych	263 110,8	253 640,5
w tym ze źródeł nieodnawialnych	-	-
Ciepło	484 390,4	479 959,7
w tym ze źródeł odnawialnych	-	-
w tym ze źródeł nieodnawialnych	484 390,4	479 959,7
Para wodna	55 524,5	55 464,4
Razem	803 025,7	798 112,5

Łączna wielkość sprzedaży energii	2024 [GJ]	2023 [GJ]
Energia elektryczna	669,9	216,8
Razem	669,9	216,8

GRI 303-5

Całkowite zużycie wody	2024 [m³]				2023 [m³]	Zmiana 2024 vs 2023
	Browar Białystok	Browar Poznań	Browar Tychy	Razem	Razem	Razem
Całkowite zużycie wody	355 914,7	1 546 467,3	1 402 013	3 304 395	3 445 780	-4,10%

Zmiana podejścia w ujawnieniu danych.
Browar w Poznaniu jest położony na obszarze dotkniętym stresem wodnym.
W obliczeniach uwzględniono wodę słodką.

GRI 303-4

Całkowity zrzut wody	2024 [m³]				Zmiana 2024 vs 2023
	Browar Białystok	Browar Poznań	Browar Tychy	Razem	Razem
Całkowity zrzut wody	185 199	868 236	904 453	1 957 899	-7%

Browar w Poznaniu jest położony na obszarze z potencjalnym stresem wodnym w kolejnych dziesięcioleciach.

Wszystkie ścieki odprowadzane są do miejskich oczyszczalni ścieków.

Stopień oczyszczenia ścieków przed odprowadzeniem	2024	2023	Zmiana 2024 vs 2023
	[m³]		
Brak oczyszczania	1 053 436	1 208 967	-12,9%
Stopień oczyszczenia	904 453	896 676	0,9%

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 305-3

EMISJE W ZAKRESIE 3 W PODZIALE NA KRAJ I KATEGORIĘ GHG Protocol	Kategoria GHG Protocol	Całkowite emisje (tCO ₂ e)	Intensywność emisji dwutlenku węgla (kgCO ₂ e/hl)	Opis
Segment				
Pakowanie	Razem	146 977	12,63	
	1. Zakupione surowce i usługi	146 977	12,63	Pakowanie obejmuje wszystkie zakupione materiały do produkcji opakowań jednostkowych, zbiorczych i transportowych stosowanych do pakowania produktów końcowych. W 2024 r. 86% 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.
Logistyka	Razem	58 074	4,99	
	4. Upstream – transport i dystrybucja	8 265	0,71	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	49 809	4,28	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 2024 r. 54% 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 W ZAKRESIE 3 W PODZIALE NA KRAJ I KATEGORIĘ GHG Protocol	Kategoria GHG Protocol	Całkowite emisje (tCO ₂ e)	Intensywność emisji dwutlenku węgla (kgCO ₂ e/hl)	Opis
Segment				
Chłodzenie produktów	Razem	131 642	11,32	
	13. Downstream – wynajęte aktywa	121 033	10,40	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	10 609	0,91	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	103 284	8,88	
	1. Zakupione surowce i usługi	103 284	8,88	Rolnictwo obejmuje wbudowane emisje ze wszystkich pozyskanych towarów: jęczmienia, kukurydzy, płynnych dodatków i chmielu.
Przetwarzanie składników w procesie warzenia	Razem	31 544	2,71	
	1. Zakupione surowce i usługi	31 544	2,71	Kategoria Przetwarzanie składników w procesie warzenia obejmuje emisje z przetwarzania słodu, syropów i cukru. 88% emisji gazów cieplarnianych z Przetwarzania składników w procesie warzenia w Polsce zostało obliczone na podstawie danych dostawców słodu z Zakresu 1 i 2.
Procesy warzenia piwa	Razem	26 013	2,24	
	1. Zakupione surowce i usługi	8 316	0,71	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	17 697	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.

EMISJE W ZAKRESIE 3 W PODZIALE NA KRAJ I KATEGORIĘ GHG Protocol	Kategoria GHG Protocol	Całkowite emisje (tCO ₂ e)	Intensywność emisji dwutlenku węgla (kgCO ₂ e/hl)	Opis
Segment				
Wydatki	Razem	31 790	2,62	
	1. Zakupione surowce i usługi	30 523	2,62	Emisje z usług takich jak marketing, ubezpieczenia, wsparcie prawne i doradztwo finansowe.
	2. Dobra inwestycyjne	1 267	0,11	Emisje związane z wydatkami inwestycyjnymi.
Odpady	Razem	390	0,03	
	5. Odpady powstałe w wyniku działalności	390	0,03	Emisje ze ścieków oraz odpadów niebezpiecznych i nieszkodliwych.
Podróże biznesowe	Razem	3 353	0,29	
	6. Podróże biznesowe	3 353	0,29	Emisje z różnych form podróży biznesowych: transport lotniczy, kolejowy, morski i drogowy (WTT).
Dojazdy pracowników do pracy	Razem	310	0,03	
	7. Dojazdy pracowników do pracy	310	0,03	Emisje z różnych form dojazdu pracowników do pracy: samochodem, autobusem, pociągiem, motocyklem/skuterem oraz tramwajem.
	RAZEM	533 377	45,74	

*

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.

Dla Kategorii 9 AEI nie uwzględnia emisji GHG związanych z zużyciem energii w magazynach i centrach dystrybucji drugiego rzędu. Firma wyłącza również emisje GHG z przechowywania (chłodzenia) sprzedanych produktów w domach konsumentów. AHA (Asahi Holdings (Australia) Pty Ltd.) nie uwzględnia emisji GHG związanych z transportem odpadów od konsumentów końcowych do wysypisk śmieci/załadów recyklingu. Ponadto tylko AHA oblicza emisje z ulatniania się czynników chłodniczych (HFC).

GRI: 306-3, 306-4

Wytworzone odpady oraz odpady nieskierowane do unieszkodliwienia		2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	Zmiana 2024 vs 2023
Aluminium	wprowadzone [kg]	18 094 016	18 711 714	20 163 925	19 395 646	18 995 885	18 607 899	19 873 426	18 616 761	17 242 311	-3,30%
	poddane recyklingowi [kg]*	9 227 948	9 542 974	10 283 602	11 443 431	9 687 901	9 490 029	10 135 447	9 494 548	8 793 579	-3,30%
	% odzyskany	51	51	51	59	51	51	51	51	51	
Stal opakowaniowa (w tym blacha stalowa oraz pozostałe metale)	wprowadzone [kg]	1 721 845	2 168 616	2 071 419	2 238 348	2 849 752	2 601 883	3 190 834	2 829 020	3 425 011	-20,60%
	poddane recyklingowi [kg]*	1 119 199	1 301 170	1 139 280	1 231 091	1 453 374	1 326 960	1 627 325	1 442 800	1 746 755	-13,99%
	% odzyskany	65	60	55	55	51	51	51	51	51	
Palety drewniane	wprowadzone [kg]	1 720 138	1 450 156	6 081 319	3 387 017	5 137 810	7 281 147	6 489 209	8 759 690	9 161 070	18,62%
	poddane recyklingowi [kg]*	395 632	304 533	1 155 451	643 533	822 050	1 164 984	1 038 273	1 401 550	1 465 771	29,91%
	% odzyskany	23	21	19	19	16	16	16	16	16	
Papier i karton	wprowadzone [kg]	6 968 321	6 696 788	7 795 142	7 329 662	7 245 013	8 021 356	7 447 419	7 189 474	7 596 499	4,05%
	poddane recyklingowi [kg]*	5 086 874	4 687 752	5 144 794	4 837 577	4 419 458	4 893 027	4 542 926	4 385 579	4 633 864	8,51%
	% odzyskany	73	70	66	66	61	61	61	61	61	
Szkło	wprowadzone [kg]	62 438 752	76 132 252	86 779 926	90 825 688	94 965 547	109 115 543	76 880 252	80 769 739	70 200 999	-17,99%
	poddane recyklingowi [kg]*	41 833 964	48 724 641	53 803 554	56 311 927	57 928 984	66 560 482	46 896 954	49 269 541	42 822 610	-14,14%
	% odzyskany	67	64	62	62	61	61	61	61	61	
Tworzywa sztuczne	wprowadzone [kg]	3 048 914	2 969 467	5 086 101	3 326 215	4 438 686	4 332 654	3 432 773	3 487 066	3 678 390	2,68%
	poddane recyklingowi [kg]*	1 372 012	1 187 787	1 525 830	997 864	1 043 091	1 018 174	806 702	819 460	864 422	15,51%
	% odzyskany	45	40	30	30	23,5	23,5	23,5	23,5	23,5	

Produkty uboczne i odpady wytworzone w procesie produkcyjnym (stan na 31 grudnia 2024 roku)	2024	2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	Zmiana 2024 vs 2023
	[Mg]									
Produkty uboczne (młóto, pyły słodowe, drożdże uboczne)	207 933	223 408	241 523	247 282	277 584	271 146	283 339	262 350	277 729	-6,93%
Odpady inne (w tym stłuczka szklana, papier i karton, aluminium, blacha, tworzywa sztuczne, drewno, ziemia okrzemkowa, zużyte etykiety), z wyłączeniem odpadów komunalnych	7 614	19 127	21 784	22 670	21 755	19 055	20 218	22 221	23 507	-60%
Odpady niebezpieczne	40,5	36,5	37,5	48,1	42	46,1	28,4	28	30	10,96%

Odpady skierowane do unieszkodliwienia

GRI 306-5

Całkowita masa odpadów skierowanych do unieszkodliwienia z podziałem na ich skład [t]	2024	2023
16 10 02 zużyta ziemia okrzemkowa	552,5	464,8
16 05 06* zużyte chemikalia analityczne i laboratoryjne	1,3	1,5
19 08 01 kratki	0,0	14,1
17 06 04 materiały izolacyjne	0,2	1,3
16 05 09 chemikalia	0,0	0,3
20 03 01 komunalne 89%	0,0	21,9
15 01 11* opakowania zawierające substancje niebezpieczne, pojemniki ciśnieniowe	0,1	0,1

Masa odpadów niebezpiecznych i innych niż niebezpieczne skierowanych do unieszkodliwienia z podziałem na metodę i miejsce unieszkodliwienia	2024	2023	2024	2023	zmiana 2024 vs 2023	
	Masa odpadów niebezpiecznych		Masa odpadów innych niż niebezpieczne		Masa odpadów niebezpiecznych	Masa odpadów innych niż niebezpieczne
	[t]					
Spalanie (z odzyskiem energii)	0	0	0	0,3	0%	-100%
Spalanie (bez odzysku energii)	0	0	0	0	0%	0%
Składowanie	0	0	21,9	20,7	0%	5,8%
Inne metody unieszkodliwienia	1,5	1,6	1 138,1	480,2	-6,3%	137,0%

Całkowita masa odpadów niebezpiecznych skierowanych do unieszkodliwienia z podziałem na metodę unieszkodliwienia [t]	2024	2023	Zmiana 2024 vs 2023
Spalanie (z odzyskiem energii)	-	-	-
Spalanie (bez odzysku energii)	-	-	-
Składowanie	-	-	-
Inne metody unieszkodliwiania	1,5	1,6	-6,25%
Razem	1,5	1,6	-6,25%

Całkowita masa odpadów innych niż niebezpieczne skierowanych do unieszkodliwienia z podziałem na metodę unieszkodliwienia [t]	2024	2023	Zmiana 2024 vs 2023
Spalanie (z odzyskiem energii)	0,0	0,3	-100%
Spalanie (bez odzysku energii)	0,0	0,0	0%
Składowanie	21,9	20,7	5,80%
Inne metody unieszkodliwiania	1 138,1	480,2	137,01%
Razem	1 160,0	501,2	131,44%

Znacząca zmiana w danych w porównaniu z 2023 r. wynika ze zmiany klasyfikacji zagospodarowania piwa odpadowego.

W 2024 tylko piwo było unieszkodliwiane na miejscu. Pozostałe odpady były poddawane procesom poza siedzibą.

GRI 401-1

Zatrudnieni pracownicy w podziale na płeć i wiek	2024		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem
Poniżej 30 lat	32	51	83
Od 20 do 50 lat	27	56	83
Powyżej 50 lat	1	4	5
Razem	60	111	171
Wskaźnik zatrudnienia	8,43%	5,93%	

Odejścia pracowników w podziale na płeć i wiek	2024		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem
Poniżej 30 lat	19	42	61
Od 20 do 50 lat	29	84	113
Powyżej 50 lat	15	35	50
Razem	63	161	224
Wskaźnik zatrudnienia	8,85%	8,61%	

GRI 405-2

Stosunek wynagrodzenia zasadniczego i wynagrodzenia wypłacanego kobiet do mężczyzn	Wynagro- dzenie zasadnicze	Wynagro- dzenie wypłacane	Wynagro- dzenie zasadnicze	Wynagro- dzenie wypłacane	Wynagro- dzenie zasadnicze	Wynagro- dzenie wypłacane
	2024		2023		Zmiana 2024 vs 2023	
Dyrektorzy i Zarząd	97,63%	90,15%	110,6%	82,7%	12 p.p.	9 p.p.
Kierownicy	98,45%	89,89%	99,8%	90,2%	-1 p.p.	0 p.p.
Specjaliści	103,36%	86,21%	100,4%	101,6%	3 p.p.	-15 p.p.
Pozostali pracownicy	100,74%	98,94%	102,8%	84,1%	-2 p.p.	18 p.p.

Liczba pracowników z niepełnosprawnością w podziale na stopień niepełnosprawności	2024	2023	zmiana 2024 vs 2023
Znaczny	0	0	
Umiarkowany	8	7	14,29%
Lekki	4	5	-20,00%

GRI 405-1

Całkowita liczba pracowników w podziale na poziom zaszeregowania i wiek	2024			2023			Zmiana 2024 vs 2023		
	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem	Kobiety	Mężczyźni	Razem
	Liczba (udział procentowy)								
Pozostali pracownicy	214 (20,86%)	812 (79,14%)	1026 (100,00%)	221 (20,85%)	839 (79,15%)	1060 (100%)	-3,17%	-3,22%	-3,21%
Specjaliści	322 (30,87%)	721 (69,13%)	1043 (100,00%)	315 (30,29%)	90,2% 725 (69,71%)	1040 (100%)	2,22%	-0,55%	0,29%
Kierownicy	157 (35,36%)	287 (64,64%)	444 (100,00%)	159 (35,41%)	290 (64,59%)	449 (100%)	-1,26%	-1,03%	-1,11%
Dyrektorzy i Zarząd	19 (27,14%)	51 (72,86%)	70 (100,00%)	15 (24,59%)	46 (75,41%)	61 (100%)	26,67%	10,87%	14,75%
Razem	712 (27,56%)	1871 (72,44%)	2583 (100,00%)	710 (27,2%)	1900 (72,8%)	2610 (100%)	0,28%	-1,53%	-1,03%

Indeks treści GRI

Wskaźniki GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Lokalizacja	Pominięcie			
				Pominięte wymagania	Powód	Wyjaśnienie	
GRI 2: Ogólne ujawnienia 2021	OGÓLNE UJAWNIENTIA						
	Organizacja i jej praktyki raportowania						
	2-1	Dane na temat organizacji	str. 4				
	2-2	Podmioty objęte raportowaniem zrównoważonego rozwoju w organizacji	str. 58				
	2-3	Okres objęty raportem, częstotliwość raportowania i dane kontaktowe	str. 58				
	2-4	Korekty informacji	str. 58				
	2-5	Weryfikacja zewnętrzna	str. 58				
	Działalność i pracownicy						
	2-6	Rodzaje działalności, łańcuch wartości i inne relacje biznesowe	str. 50, 53				
	2-7	Pracownicy	str. 27, 58				
	2-8	Osoby świadczące pracę niebędące pracownikami	str. 27, 58				
	Zarządzanie						
	2-9	Struktura i skład organów zarządzających	str. 11				
	2-10	Powoływanie i wybór najwyższych organów zarządzających	str. 11				
	2-11	Przewodniczący najwyższych organów zarządzających	str. 11				
	2-12	Rola najwyższych organów zarządzających w nadzorowaniu zarządzania wpływem	str. 54				
	2-13	Delegowanie odpowiedzialności za zarządzanie wpływem	str. 54				
	2-14	Rola najwyższych organów zarządzających w raportowaniu zrównoważonego rozwoju	str. 11, 54				
	2-15	Konflikty interesów	str. 52				
	2-16	Komunikacja kwestii krytycznych	str. 54				
	2-17	Zbiorowa wiedza najwyższych organów zarządzających	str. 54				
	2-18	Ocena działań najwyższych organów zarządzających	str. 54				
	2-19	Polityki wynagrodzeń	str. 11, 27				
	2-20	Proces ustalania wynagrodzeń	str. 27				
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. 3, 4			
	2-23	Zobowiązania w ramach polityk	str. 6, 8, 52, 54			
	2-24	Realizacja zobowiązań w ramach polityk	str. 54			
	2-25	Procesy łagodzenia negatywnego wpływu	str. 57			
	2-26	Mechanizmy zasięgania porad i sygnalizowania potencjalnych nieprawidłowości	str. 57			
	2-27	Zgodność z prawem i regulacjami	str. 57			
	2-28	Członkostwo w organizacjach	str. 41			
	Angażowanie interesariuszy					
	2-29	Podjęcie do angażowania interesariuszy	str. 41			
2-30	Układy zbiorowe	str. 27				
Istotne zagadnienia						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	Istotne zagadnienia					
	3-1	Proces określania istotnych zagadnień	str. 58			
	3-2	Lista istotnych zagadnień	str. 58			
Obecność na rynku						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 27			
GRI 202: Obecność na rynku 2016	202-1	Stosunek wynagrodzenia pracowników najniższego szczebla do płacy minimalnej na danym rynku, z podziałem na płeć	str. 27			
Materiały i surowce						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 24			
GRI 301: Materiały i surowce 2016	301-1	Wykorzystane materiały i surowce wg masy lub objętości	str. 24			
	301-3	Odzyskane produkty i materiały opakowaniowe	str. 24			
Energia						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 13, 17			
GRI 302: Energia 2016	302-1	Zużycie energii w organizacji	str. 17, 60			
	302-3	Intensywność zużycia energii	str. 17			

Wskaźniki GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Lokalizacja	Pominięcie		
				Pominięte wymagania	Powód	Wyjaśnienie
	302-4	Redukcja zużycia energii	str. 17			
Woda i ścieki						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 20			
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	303-1	Interakcje z wodą jako zasobem wspólnym	str. 20			
	303-3	Pobór wody	str. 20			
	303-4	Odprowadzanie wody	str. 20, 61			
	303-5	Zużycie wody	str. 20, 61			
Emisje						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 13			
GRI 305: Emisje 2016	305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1)	str. 14			
	305-2	Pośrednie energetyczne emisje gazów cieplarnianych (Zakres 2)	str. 14			
	305-3	Inne pośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 3)	str. 14, 61			
	305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych	str. 14			
	305-5	Redukcja emisji gazów cieplarnianych	str. 14			
Odpady						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 22			
GRI 306: Odpady 2020	306-1	Wytwarzanie odpadów i znaczące skutki związane z odpadami	str. 22, 24			
	306-2	Zarządzanie znaczącymi skutkami związanymi z odpadami	str. 22, 24			
	306-3	Wytworzone odpady	str. 22, 24, 63			
	306-4	Odpady nieskierowane do unieszkodliwienia	str. 63			
	306-5	Odpady skierowane do unieszkodliwienia	str. 64			
Zatrudnienie						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 27, 65			
GRI 401: Zatrudnienie 2016	401-1	Nowi pracownicy i rotacja pracowników	str. 27, 65			
BHP						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 28			

Wskaźniki GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Lokalizacja	Pominięcie		
				Pominięte wymagania	Powód	Wyjaśnienie
GRI 403: BHP 2018	403-1	System zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy	str. 28			
	403-2	Identyfikacja zagrożeń, ocena ryzyka i badanie wypadków	str. 28			
	403-3	Służby bezpieczeństwa i higieny pracy	str. 28			
	403-4	Wpływ pracowników na decyzje, konsultacje i komunikacja w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	str. 28			
	403-5	Szkolenia dla pracowników w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	str. 28			
	403-6	Programy promocji zdrowia dla pracowników	str. 32			
	403-7	Zapobieganie i łagodzenie wpływu na zdrowie i bezpieczeństwo związane z relacjami biznesowymi organizacji	str. 28			
	403-9	Urazy związane z pracą	str. 28			
Szkolenia i edukacja						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 37			
GRI 404: Szkolenia i edukacja 2016	404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika	str. 37			
Różnorodność i równość szans						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 34			
GRI 405: Różnorodność i równość szans 2016	405-1	Różnorodność organów zarządzających i pracowników	str. 34, 65			
	405-2	Stosunek pensji podstawowej i wynagrodzenia całkowitego kobiet do mężczyzn	str. 34, 65			
Zapobieganie dyskryminacji						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 34			
GRI 406: Zapobieganie dyskryminacji 2016	406-1	Przypadki dyskryminacji i podjęte działania naprawcze	str. 34			
Zdrowie i bezpieczeństwo klientów						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 42, 56			
GRI 416: Zdrowie i bezpieczeństwo klientów 2016	416-1	Ocena wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo	str. 42, 56			
	416-2	Przypadki nieprzestrzegania przepisów dotyczących wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo	str. 42, 56			
Rzetelna komunikacja marketingowa, etyczny marketing i sprzedaż						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 42, 54			

Wskaźniki GRI	Numer wskaźnika	Nazwa wskaźnika	Lokalizacja	Pominięcie		
				Pominięte wymagania	Powód	Wyjaśnienie
GRI 417: Marketing oraz znakowanie produktów i usług 2016	417-1	Wymagania dotyczące informowania o produktach i usługach oraz ich znakowania	str. 43			
	417-2	Przypadki niezgodności z zasadami dotyczącymi informowania o produktach i usługach oraz ich znakowania	str. 43			
	417-3	Przypadki niezgodności z zasadami dotyczącymi komunikacji marketingowej	str. 43			
Stosowanie w komunikacji i sprzedaży samoregulacji zapobiegającej spożywaniu alkoholu w sposób nieodpowiedzialny						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 42			
	wskaźnik własny 1	Opis sposobów samoregulacji zapobiegającej spożywaniu alkoholu w sposób nieodpowiedzialny (zapobieganie spożywaniu alkoholu przez nieletnich, kierowców i kobiety w ciąży)	str. 42			
Zarządzanie zrównoważonym rozwojem						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 54			
	wskaźnik własny 2	Lista istotnych zagadnień wziętych pod uwagę przez Zespół ds. Zrównoważonego Rozwoju	str. 54			
System zachowania jakości oraz reformulacja produktów (m.in. niska zawartość cukru)						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 56			
	wskaźnik własny 3	Opis produktów o obniżonej zawartości cukru	str. 56			
Działalność społeczna firmy						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 47			
	wskaźnik własny 4	Opis działań charytatywnych	str. 47			
Inicjatywy pracownicze						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 47			
	wskaźnik własny 5	Lista inicjatyw pracowniczych i liczba godzin przeznaczonych na wolontariat	str. 47			
Działania firmy na rzecz zapobiegania nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu/umiarkowanej konsumpcji alkoholu						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 44			
	wskaźnik własny 6	Opis działań podjętych na rzecz zapobiegania nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu/umiarkowanej konsumpcji alkoholu	str. 44			
Produkty firmy wspierające zdrowy styl życia i podejmowanie odpowiedzialnych wyborów						
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	str. 44			
	wskaźnik własny 7	Lista produktów wspierających odpowiedzialne wybory wprowadzonych na rynek	str. 44			



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 31 grudnia 2024 roku

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

RAPORT NIEZALEŻNEGO BIEGŁEGO REWIDENTA Z WYKONANIA USŁUGI ATESTACYJNEJ DAJĄCEJ OGRANICZONĄ PEWNOŚĆ

Do Zarządu Kompanii Piwowarskiej S.A.

Zakres prac

Przeprowadziliśmy niezależną usługę atestacyjną dającą ograniczoną pewność w zakresie wybranych informacji zaprezentowanych przez Kompanię Piwowarską S.A. (dalej „Spółka”) w Raporcie zrównoważonego rozwoju za okres od 1 stycznia 2024 roku do 31 grudnia 2024 roku (zwanym dalej „Raportem zrównoważonego rozwoju”).

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

Zakres naszych prac obejmował wskaźniki wymienione w tabeli poniżej (zwane dalej łącznie „Wybranymi Informacjami”).

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 zasięgania porad i sygnalizowania potencjalnych nieprawidłowości
2-27	Zgodność z prawem i regulacjami
2-29	Podejście 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
306-3	Wytworzone odpady

Forvis 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

306-5	Odpady przeznaczone do utylizacji
401-1	Zatrudnienie nowych pracowników oraz rotacja pracowników
403-1	System zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy
403-6	Promocja zdrowia pracowników
404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika
404-2	Programy podnoszenia kwalifikacji pracowników i programy pomocy w okresie przejściowym
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 informacji i znakowania produktów i usług
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 5	Lista inicjatyw pracowniczych i liczba godzin przeznaczonych na wolontariat
wskaźnik własny 6	Opis działań podjętych na rzecz zapobiegania nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu/umiarkowanej konsumpcji alkoholu
wskaźnik własny 7	Lista produktów wspierających odpowiedzialne wybory wprowadzona na rynek

Kryteria oceny

Wybrane Informacje zawarte w „Indeksie treści GRI” Raportu zrównoważonego rozwoju zostały zaraportowane w sposób określony wytycznymi GRI Standards. Wskaźniki własne zostały opracowane przez Spółkę zgodnie z GRI Standards 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 z GRI Standards.

Odpowiedzialność ta obejmuje również ustanowienie odpowiednich metodyk i wytycznych, pozwalających na przygotowanie Wybranych Informacji zgodnie z GRI Standards, 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, naszej ocenie ryzyka wystąpienia istotnych zniekształceń wskaźników wskutek celowych działań lub błędów, obejmowały wywiady, obserwacje realizowanych procesów, badanie dokumentów, procedury analityczne, oceny stosowności metod obliczeniowych oraz zasad sprawozdawczości, a także dokonywanie uzgodnień z kluczową dokumentacją.

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 GRI Standards, 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 2024 i nie przeprowadzaliśmy żadnych prac w stosunku do pozostałych informacji 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 – „Zarządzanie jakością dla firm wykonujących badania lub przeglądy sprawozdań finansowych lub zlecenia innych usług atestacyjnych lub pokrewnych” 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 „Podręczniku Międzynarodowego kodeksu etyki zawodowych księgowych (w tym Międzynarodowych standardów niezależności)” przyjętym uchwałą nr 207/7a/2023 Krajowej Rady Biegłych Rewidentów z dnia 17 grudnia 2023 roku w sprawie ustanowienia zasad etyki zawodowej biegłych rewidentów, z późn. zm. („Kodeks etyki”). Kodeks etyki 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 2024 rok, we wszystkich istotnych aspektach, nie zostały sporządzone zgodnie z kryteriami raportowania określonymi GRI Standards, a wskaźniki własne - zgodnie z założeniami określonymi przez Spółkę.

Ograniczenie stosowania

Niniejszy raport został sporządzony przez Forvis Mazars Audyt Sp. z o.o. wyłącznie w celu opisanym w części *Zakres prac* niniejszego raportu i nie powinien być wykorzystywany w żadnych innych celach.

Forvis Mazars Audyt Sp. z o.o. nie przyjmuje w związku z tym raportem żadnej odpowiedzialności wynikającej z relacji umownych i pozaumownych (w tym z tytułu zaniedbania) w odniesieniu do stron trzecich w kontekście niniejszego raportu. Powyższe nie zwalnia nas z odpowiedzialności w sytuacjach, w których takie zwolnienie jest wyłączone z mocy prawa.

Działający w imieniu Forvis 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: 2025.08.04 12:08:05 CEST

Kluczowy Biegły Rewident

Nr 13909

forvis
mazars

Małgorzata Pek

Podpis jest prawidłowy
Dokument podpisany przez
Małgorzata Pek
Data: 2025.08.04 15:29:28 CEST

Partner

Warszawa, dnia 4 sierpnia 2025 roku