







RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU 2019

SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE

Słowo wstępne	3
Zrównoważony biznes	5
Together Towards ZERO	6

NASZE AMBICJE

 ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO	8
 ZERO MARNOWANIA WODY	20
 ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU	28
 ZERO WYPADKÓW	37

DODATKOWE INFORMACJE

NASI PRACOWNICY	44
ODPOWIEDZIALNY BIZNES	54
Zarządzanie odpowiedzialnym biznesem	55
Jakość i ciągłe doskonalenie	60
Etyka	64
Zaangażowanie społeczne	68
CARLSBERG POLSKA	70
Model biznesowy	72
Wpływ na otoczenie	73
Historia i nagrody	75
INDEKS GRI	76

METODOLOGIA, ZAKRES I WERYFIKACJA

Niniejszy Raport opisuje istotne kwestie społeczne, etyczne i środowiskowe za rok budżetowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2019 r. Zakres obejmuje dane dotyczące Carlsberg Polska, w tym browarów w Brzesku, Sierpcu, Szczecinie, centrali w Warszawie oraz regionalnych biur sprzedaży w różnych częściach Polski.

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

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

GRUPA CARLSBERG



40,000+ ludzi z pasją

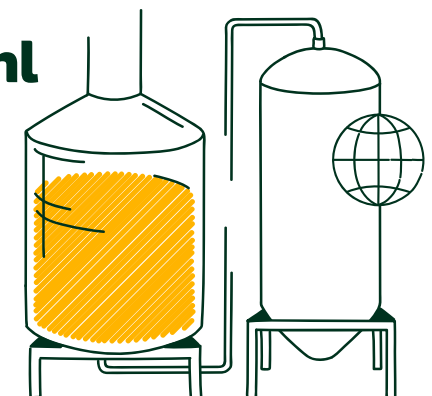


118 m hł

piwa wysokiej jakości warzonego w...

82

lokalizacjach na świecie



PARTNERSTWO W PROGRAMIE TOWARDS ZERO



„Nikt samotnie nie rozwiąże wyzwań przed którymi stoi świat. Tworząc partnerstwa jesteśmy w stanie szybciej osiągać postępy i dokonywać zmiany, która inaczej nie była by możliwa.

Cees't Hart,
CEO, Carlsberg Group

**TOGETHER
TOWARDS
ZERO**



Naszą misją jest „Warzemy dla lepszego dziś i jutra”. Warzemy i sprzedajemy wysokiej jakości piwa, które są wysoko cenione przez naszych klientów i zapewniamy nam sukces komercyjny. My natomiast przyczyniamy się do lepszego jutra, inwestując i wprowadzając innowacje w naszym programie zrównoważonego rozwoju „Razem w kierunku ZERO”.

„Razem” to słowo kluczowe. Nasz sukces związany jest z naszymi partnerami, konsumentami i światem przyrody, od którego wszyscy jesteśmy zależni. Razem jesteśmy w stanie robić szybsze postępy i wprowadzać zmiany, które w innym przypadku nie byłyby możliwe. W 2019 roku Grupa Carlsberg osiągnęła dobre wyniki, w tym zdrowy wzrost wyniku, silną poprawę marży i silne przepływy pieniężne.

To pozwala nam inwestować w technologię, innowacje i zwiększanie wydajności potrzebne do osiągnięcia naszych celów w walce ze zmianami klimatu. Na COP25 w Madrycie podpisaliśmy Ambicję Biznesu pod celem 1,5°C, potwierdzając nasze zobowiązanie do zwalczania zmian klimatu i dążenie do osiągania celów naukowych, które dostoso-

wują naszą działalność do bardziej ambitnego poziomu Porozumienia Paryskiego.

Osiągnęliśmy staty postęp w realizacji naszych ambicji dotyczących **ZERO emisji dwutlenku węgla**, zmniejszając względną emisję w browarach o 13% w całej Grupie i zwiększając udział odnawialnych źródeł energii do 56% naszego całkowitego zużycia energii elektrycznej, a jednocześnie zmniejszyliśmy względne zużycie wody o 3%, do 3,0 hl / hl. Robimy duże postępy w zakresie innowacyjnych opakowań zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju; w tym przetomowych technologii, takich jak butelka green fibre bottle. Ostatnio zaprezentowaliśmy jej dwa prototypy badawcze.

Nasza ambicja **ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu** jest dla nas kluczowa - wysłała wyraźny sygnał do konsumentów, zachęcając do odpowiedzialnej i umiarkowanej konsumpcji. Nie możemy wprawdzie całkowicie kontrolować sposobu, w jaki ludzie konsumują nasze produkty, możemy natomiast umożliwić większy wybór, zwiększając dostępność i akceptowalność napojów bezalkoholowych, jednocześnie odpowiedzialnie reklamując

nasze marki i lepiej informując konsumentów.

Zgodnie z naszą ambicją kultury **ZERO wypadków**, z przyjemnością informuję o kolejnym znaczącym obniżeniu wskaźnika wypadków, o 15%. To pokazuje, co można osiągnąć dzięki ciężkiej pracy i bezwzględnej koncentracji na zdrowiu i bezpieczeństwie. Wciąż jest wiele do zrobienia. W dalszym ciągu szkolenia i komunikację skupiamy na obszarach, w których ma to największe znaczenie, szczególnie poprzez program dotyczący zasad ratowania życia.

Z naszego ostatniego badania satysfakcji pracowników z przyjemnością dowiedzieliśmy się, że ponad 90% z nich uważa, że pracują w firmie odpowiedzialnej społecznie i ekologicznie. Pracownicy widzą, co naprawdę robimy na co dzień, ich opinia jest dla nas bardzo ważna. Jesteśmy na dobrej drodze, ale jest jeszcze wiele do zrobienia, aby osiągnąć nasze ambicje i postęp w kierunku ZERO.

Cees't Hart,
CEO, Carlsberg Group



TOGETHER TOWARDS ZERO



Szanowni Państwo,

Z przyjemnością oddajemy w Państwa ręce kolejny Raport Zrównoważonego Rozwoju, podsumowujący nasze działania w tym obszarze za rok 2019.

W Carlsberg Polska kwestie zrównoważonego rozwoju traktujemy z należytą im uwagą. Działamy zgodnie z przyjętymi w Grupie Carlsberg ambicjami zawartymi w strategii Together Towards ZERO. Obejmuje

ona cztery cele, które zamierzamy osiągnąć do roku 2030, tj. ZERO śladu węglowego, ZERO marnowania wody, ZERO wypadków i ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Ambicje te są zgodne z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDGs). Niniejszy raport prezentuje stopień realizacji tych celów. Pokazujemy w nim postępy naszych browarów Bosman, Kasztelan i Okocim w zakresie odpowiedzialnego gospodarowania wodą i zrównoważonego procesu warzenia piwa oraz dążenia do osiągnięcia neutralności klimatycznej. W raporcie znajdują Państwo również informacje na temat naszych działań wzmacniających kulturę bezpieczeństwa pracy, promujących odpowiedzialną konsumpcję alkoholu i wspierających społeczności lokalne.

Kluczowym wyzwaniem dla przemysłu jest ograniczenie niekorzystnego wpływu na środowisko. Zmiany klimatyczne stały się faktem. Ich skutki są odczuwalne zarówno dla ludzi, całej planety, jak i biznesu. Dlatego jednym z naszych priorytetów jest konsekwentna redukcja emisji CO₂ i efektywne zarządzanie energią.

Woda to cenne źródło natury i nieodzowny składnik piwa. W poszanowaniu jej zasobów, podejmujemy działania i poszukujemy rozwiązań, które pomogą nam osiągnąć „ZERO marnowania wody”. Konsekwentne monitorowanie i redukcowanie jej

zużycia, inwestycje w browarach i wdrażane innowacje, pozwalają efektywnie gospodarować wodą, by w rezultacie dążyć do zamknięcia obiegu. Odzwierciedleniem naszych działań jest zmniejszenie średniego zużycia wody w browarach na jeden hektolitr gotowego piwa. Z satysfakcją posłużę się przykładem Browaru Kasztelan, gdzie w 2019 r. średnie zużycie wody wyniosło 2,64 hl/hl gotowego piwa (w porównaniu do 3,1 hl/hl w 2018 r.).

W Carlsberg Polska chcemy, by bezpieczeństwo było zakorzenione w kulturze naszej pracy. Dzięki wdrożeniu szeregu działań i programów, udało się osiągnąć długotrwały trend ograniczania liczby wypadków skutkujących zwolnieniem lekarskim. W 2019 r. ich liczba wyniosła 9, tyle samo co rok wcześniej. Bezpieczeństwo pracowników jest jednym z naszych priorytetów, dlatego nie zamierzamy ustawać w wysiłkach.

Jesteśmy odpowiedzialnym producentem alkoholu i zależy nam mocno na tym, by nasi konsumenci dokonywali świadomych wyborów. Od 2017 r. prowadzimy program społeczny pod hasłem „Trzeźwo myślę”, którego celem jest promocja odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu jako elementu nowoczesnego stylu życia. W 2019 r. z przekazem edukacyjnym kampanii zapoznano się ok. 6 mln odbiorców. W ramach samoregulacji od wielu lat umieszczamy znaczki

odpowiedzialnościowe na opakowaniach naszych piw. Stwarzamy też naszym konsumentom większe możliwości wyboru, rozwijając portfel piw o warianty bezalkoholowe. W raporcie opisujemy także działania na rzecz lokalnych społeczności przy naszych browarach. Od 2014 r. prowadzimy program grantowy „InicJaTyWy”, którego beneficjentem są mieszkańcy Brzeska Sierpca, Szczecina i okolic. W 2019 r. odnowiliśmy formułę programu, adresując ją do organizacji pozarządowych i instytucji pożytku publicznego, by z tej perspektywy poznać lokalne potrzeby. W rezultacie zrealizowanych zostało dziewięć wartościowych projektów społecznych.

Raport publikujemy w szczególnym momencie, gdy świat, obok zmian klimatycznych, zmagają się z globalną epidemią COVID-19. Skutki obu tych zjawisk dotykają nas wszystkich. Podjęliśmy już szereg działań, by zabezpieczyć pracowników i wesprzeć lokalne społeczności. Ważne jest szybkie reagowanie na te wyzwania teraz, z myślą o przyszłości, dla lepszego dziś i jutra.

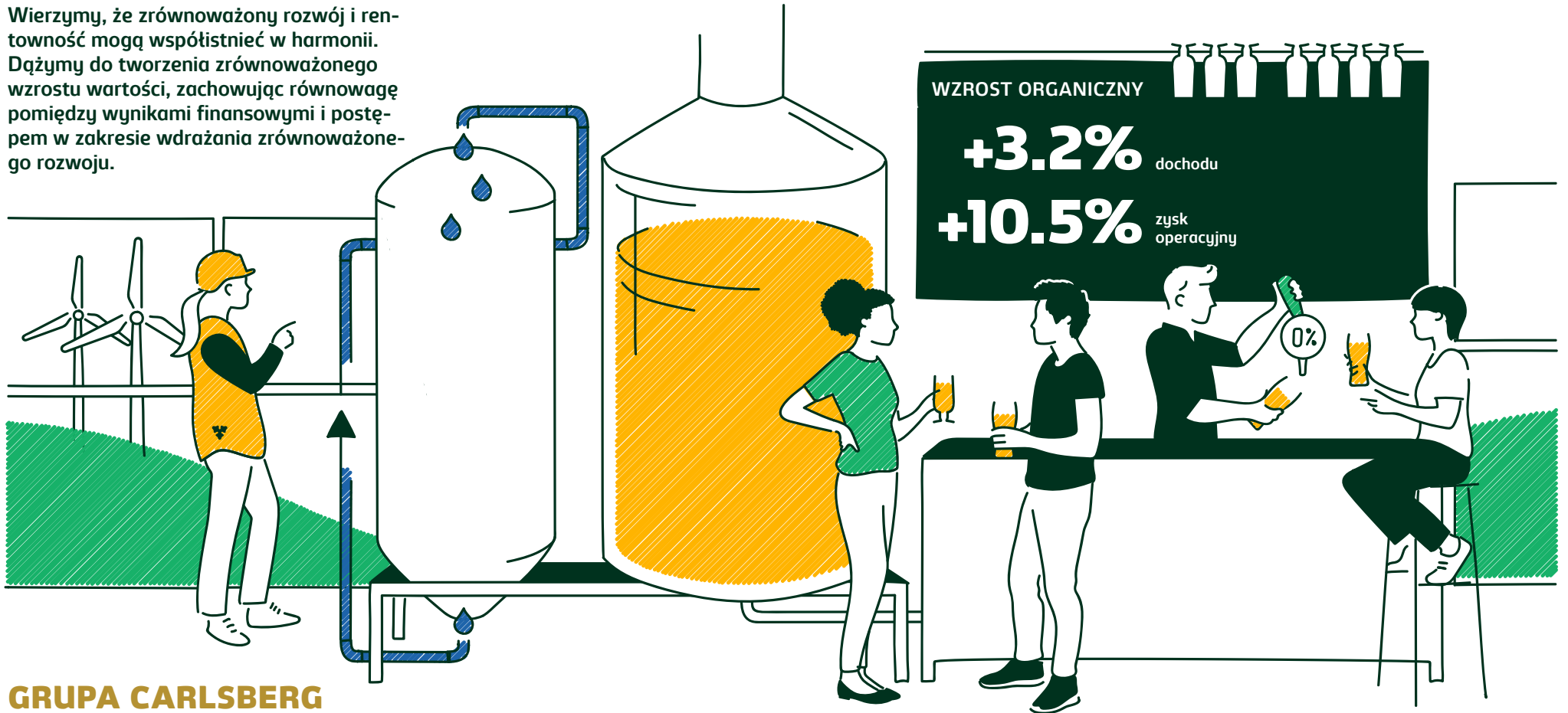
Serdecznie zachęcam do lektury Raportu. Z chęcią poznamy Państwa opinie. Zapraszamy do kontaktu.

Z pozdrowieniami,

Paul Davies
Prezes Zarządu Carlsberg Polska

BIZNES ODNOSZĄCY SUKCESY TO ZRÓWNOWAŻONY BIZNES

Wierzymy, że zrównoważony rozwój i rentowność mogą współistnieć w harmonii. Dążymy do tworzenia zrównoważonego wzrostu wartości, zachowując równowagę pomiędzy wynikami finansowymi i postępem w zakresie wdrażania zrównoważonego rozwoju.



GRUPA CARLSBERG

13%

redukcji względnych emisji dwutlenku węgla

3%

redukcji względnego zużycia wody

7%

globalnego wzrostu wolumenu piw bezalkoholowych

3%

redukcji wskaźnika nieobecności w pracy z powodu wypadków

44 mld DKK 1,2 mln

kontrybucja podatkowa w krajach, w których prowadzimy operacje

stworzonych pośrednich lub indukowanych miejsc pracy

TOGETHER TOWARDS ZERO

Nasza misja „Warzymy dla lepszego dziś i jutra” kieruje naszą działalnością od ponad 170 lat. Oznacza to, że jesteśmy dziś zaangażowani w warzenie wysokiej jakości piwa, jednocześnie starając się stawić czoła globalnym wyzwaniom, aby jutro było lepsze.

Nasza odpowiedź na globalne problemy zmian klimatu, niedoboru wody i zdrowia publicznego to nasz program zrównoważonego rozwoju, Together Towards ZERO. Określa

on cztery ambicje zrównoważonego rozwoju:

- ZERO emisji dwutlenku węgla,
- ZERO marnowania wody,
- ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji i kulturę
- ZERO wypadków.

Wyznaczyliśmy sobie konkretne i mierzalne cele na lata 2022 i 2030, które stanowią podstawę każdej ambicji. Ten raport pokazuje nasze postępy w 2019 r.

PARTNERSTWA DLA CELÓW

Cele Zrównoważonego Rozwoju ONZ (SDG) stanowią plan rozwoju dla dobrze prosperującego i zrównoważonego świata. Dostosowaliśmy nasze ambicje i cele do celów zrównoważonego rozwoju, w obrębie których możemy wywrzeć największy wpływ. Kluczem jest SDG17, Partnerstwo na rzecz Celów, a „razem” to jedyny sposób, w jaki zmierzamy w kierunku ZERO.

BUDOWANIE ODPORNEGO BIZNESU

Nasza strategia biznesowa SAIL'22 określa jasne priorytety strategiczne dla wzmocnienia naszej działalności, jednocześnie przygotowując nas do przyszłego wzrostu. Together Towards ZERO jest kluczowym priorytetem SAIL'22, określającym jak stawiamy czoła globalnym wyzwaniom i budujemy odporność organizacji. Sukces biznesowy umożliwia nam inwestowanie w najnowsze technologie i innowacje aby osiągnąć cele zrównoważonego rozwoju. To z kolei pozwala nam rozwijać biznes.

Mamy długą historię badań i innowacji, jego centrum stanowi laboratorium badawcze Carlsberg w Kopenhadze. Dzisiaj nasza społeczność młodych naukowców tytułem doktora, ma za zadanie opracowywanie i badanie technologii, które pomogą nam osiągnąć ambicje Together Towards ZERO. W 2019 r. skoncentrowaliśmy wysiłki na rozwiązaniach w zakresie zmniejszania ilości ścieków w browarach i ich recyklingu, a także możliwości zrównoważenia i zmniejszenia zapotrzebowania na energię.

NASZA STRATEGIA KORPORACYJNA SAIL'22



NASZA MISJA

Niektórzy muszą długo szukać swojego celu, dla nas był on zawsze oczywisty. Dążymy do doskonałości każdego dnia. Dokładamy starań, aby warzyć jeszcze lepsze piwa, które towarzyszą konsumentom w radosnych momentach życia, zbliżając ich do siebie. Nie dążymy wyłącznie do osiągnięcia krótkoterminowego zysku, gdy mamy możliwość kształtowania lepszego jutra dla nas wszystkich.



NASZE AMBICJE

Dążymy do bycia skuteczną, profesjonalną i atrakcyjną firmą. Sukces to zrównoważony i organiczny wzrost, profesjonalizm to status marki najchętniej wybieranej przez konsumentów natomiast atrakcyjność oznacza generowanie wartości dla udziałowców, pracowników i społeczeństwa.



NASZE PRIORYTETY

Kluczowe priorytety w ramach SAIL'22 to koncentracja na wzroście, zapewnienie najwyższej jakości działania oraz stworzenie kultury zwycięstwa. Ich realizacja umożliwi nam spełnienie czwartego priorytetu jakim jest budowa wartości dla udziałowców i społeczeństwa.

REALIZACJA CELÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU (SDG)



KONCENTRUJEMY SIĘ NA NASTĘPUJĄCYCH CELACH SDG:

3.5 Wzmocnić zapobieganie i leczenie uzależnień od środków odurzających, w tym nieodpowiedzialnego spożycia alkoholu.

3.6 Do 2020 roku zmniejszyć o połowę liczbę wszystkich rannych i ofiar śmiertelnych w wypadkach drogowych na świecie.

6.4 Do 2030 roku znacząco podnieść efektywność wykorzystywania wody we wszystkich sektorach oraz zapewnić zrównoważony pobór wody oraz dostawy wody pitnej.

6.5 Do 2030 roku wdrożyć zintegrowane zarządzanie zasobami wodnymi na wszystkich poziomach.

7.2 Do 2030 roku znacząco zwiększyć udział odnawialnych źródeł energii w globalnym miksie energetycznym.

7.3 Do 2030 roku podwoić wskaźnik wzrostu globalnej efektywności zużycia energii.

8.8 Chronić prawa pracownicze oraz promować bezpieczne środowisko pracy.

12.2 Do 2030 roku zapewnić zrównoważone zarządzanie i efektywne zużycie zasobów naturalnych.

12.5 Do 2030 roku istotnie obniżyć poziom generowania odpadów poprzez zapobieganie ich powstawaniu, redukcję, recykling i ponowne użycie.

12.6 Zachęcać przedsiębiorstwa, w szczególności te duże i międzynarodowe, do wdrażania praktyk w zakresie zrównoważonego rozwoju i uwzględniania informacji na ten temat w swoich cyklicznych raportach.

12.9 Wspierać kraje rozwijające się we wzmocnieniu ich zdolności naukowych i technologicznych dążących do utworzenia bardziej zrównoważonych wzorców konsumpcyjnych i produkcyjnych.

13.1 Wzmocnić zdolności adaptacyjne i odporność na zagrożenia klimatyczne oraz katastrofy naturalne we wszystkich krajach.

13.3 Zwiększyć poziom edukacji oraz potencjał ludzki i instytucjonalny, podnieść poziom świadomości na temat łagodzenia zmian klimatycznych, adaptacji i skutków zmian klimatycznych oraz systemów wczesnego ostrzegania przed zagrożeniami.

17.16 Wzmocnić globalne partnerstwo na rzecz zrównoważonego rozwoju, uzupełniając o partnerstwa wielostronne.

17.17 Zachęcać do tworzenia i promować efektywne partnerstwa publiczne, publiczno-prywatne i z udziałem społeczeństwa obywatelskiego.



ZERO
ŚLADU
WĘGLOWEGO



ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO

Konsekwencje zmian klimatu są coraz bardziej widoczne i odczuwalne – wydłużone okresy suszy powodujące wyniszczenie gleby, jak również intensywne fale burz i opadów stają się stałym elementem naszej codzienności.

Mając świadomość konsekwencji dla ludzi i gospodarki, a zarazem roli biznesu w tym kontekście, aktywnie włączamy się w dążenie do neutralności klimatycznej. Wspieramy

realizację Celu Zrównoważonego Rozwoju nr. 13 (Sustainable Development Goals – SDG): Działania w dziedzinie klimatu, a w szczególności cel 13.1, który ma za zadanie wzmocnić odporność na zmiany klimatu. Natomiast w odpowiedzi na Cel Zrównoważonego Rozwoju nr. 13.3 dążymy do inspirowania innych do zmiany w celu poprawy edukacji, świadomości i możliwości reagowania w zakresie łagodzenia i adaptacji do zmian klimatu.



CELE 2030

ZERO

EMISJI DWUTLENKU WĘGLA W BROWARACH GRUPY

30%

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

CELE 2022

50%

REDUKCJI EMISJI DWUTLENKU WĘGLA W NASZYCH BROWARACH

100%

ENERGII ELEKTRYCZNEJ Z ODNAWIALNYCH ŹRÓDEŁ W NASZYCH BROWARACH GRUPY

ZERO

ZASTOSOWANIA WĘGLA W NASZYCH BROWARACH

15%

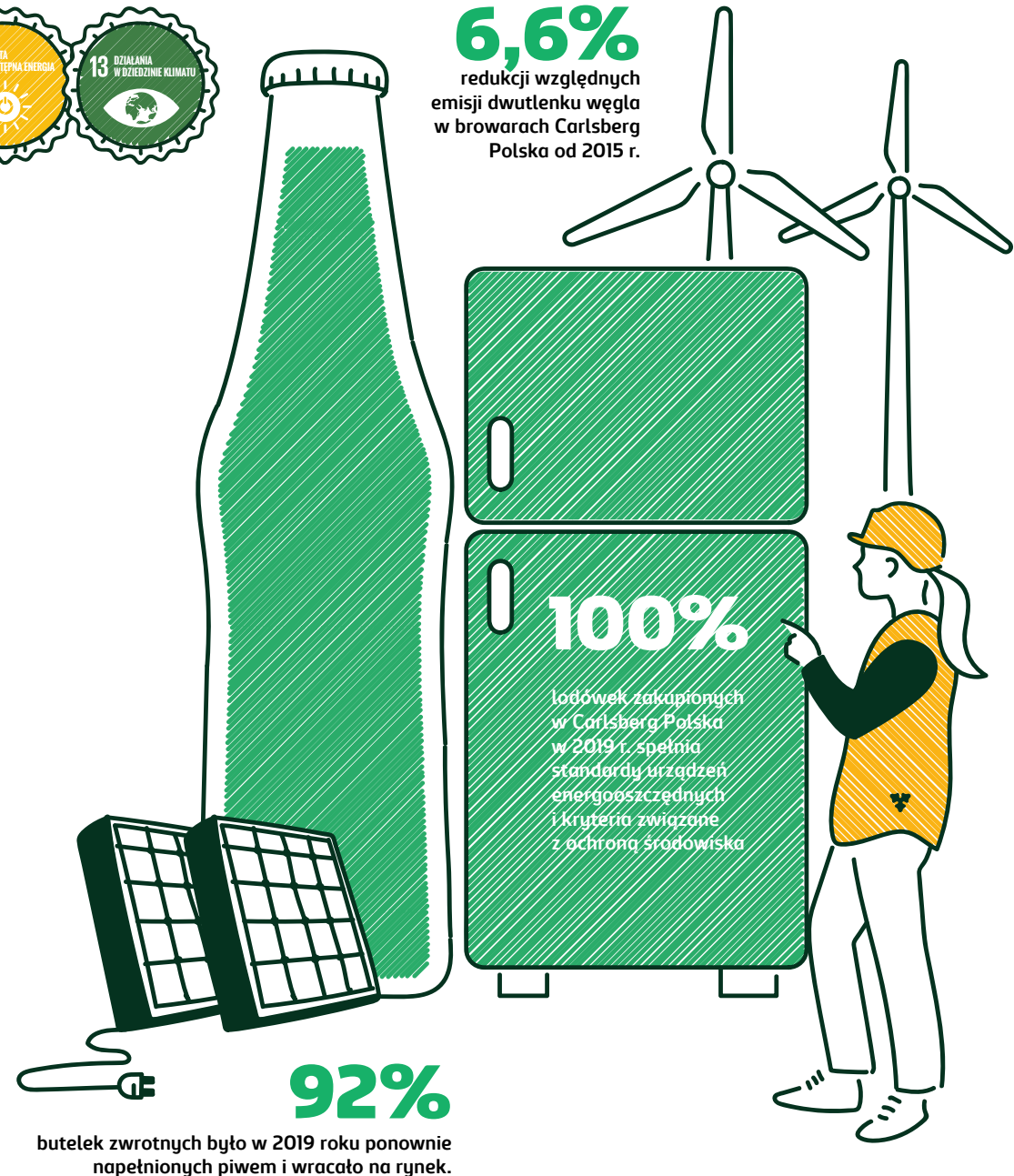
REDUKCJI EMISJI DWUTLENKU WĘGLA TYPU BEER-IN-HAND W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

30

PARTNERSTW W CELU REDUKCJI EMISJI DWUTLENKU WĘGLA W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI

100%

REDUKCJI EMISJI Z CHŁODZENIA



Nasza strategia Together Towards ZERO zakłada redukcję emisji CO₂ zgodnie z ambitniejszym celem Porozumienia Paryskiego tzn. ograniczenia wzrostu temperatury do 1,5°C. Jest to cel oparty na nauce o zmianach klimatycznych (tzw. „Science Based Target”)¹. Ambicją jest osiągnięcie poziomu dekarbonizacji wymaganego do utrzymania wzrostu temperatury na świecie

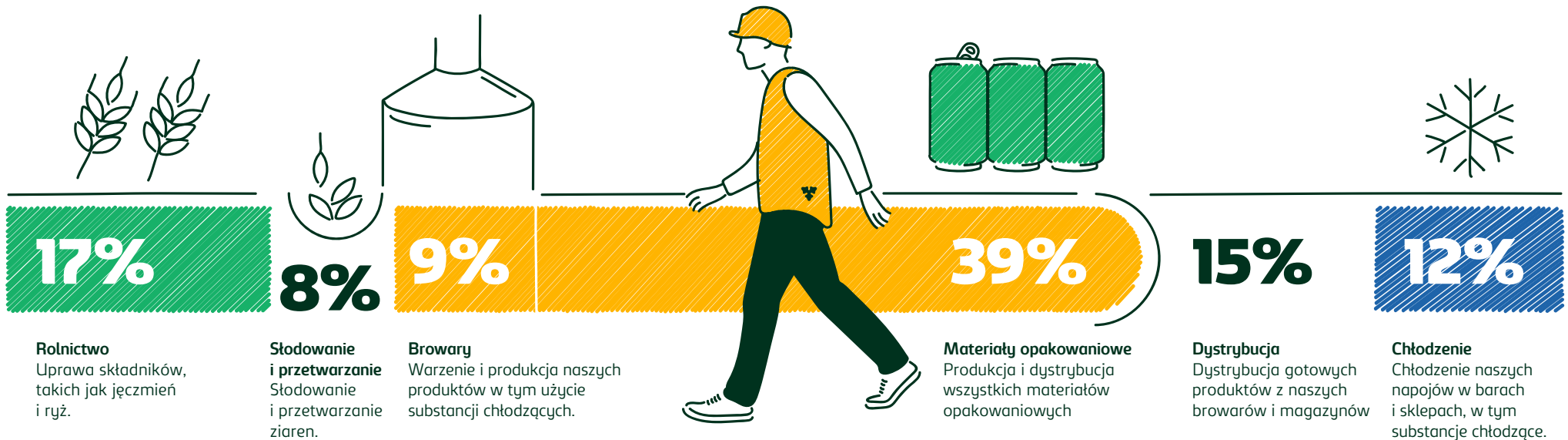
poniżej 1,5°C w porównaniu z temperaturami przedindustrialnymi.

Jako Grupa dążymy do wyeliminowania emisji w naszych browarach do roku 2030 i ograniczenia emisji w łańcuchu wartości, tzw. emisji „beer-in-hand” o 30% względem bazowego roku 2015. W celu doskonalenia zarządzania aspektami związanymi z klimatem jesteśmy

na poziomie ogólnosiwiatowym zaangażowani w raportowanie emisji w ramach Carbon Disclosure Project. W 2016 r. wraz z organizacją Carbon Trust wyliczyliśmy kompleksowy rozkład śladu węglowego w naszym łańcuchu wartości.



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



¹ Więcej informacji o inicjatywie można znaleźć na: sciencebasedtargets.org

NASZE WYNIKI ZA 2019 ROK

CAŁKOWITE ZUŻYCIE ENERGII ORAZ EMISJA CO₂ W CARLSBERG POLSKA

	2015	2016	2017	2018	2019
ENERGIA (kWh/hl)	20,2	20,4	20,3	19,7	19,6
CO₂ (kg CO₂/hl)	3,0	3,1	3,0	2,9	2,8

CAŁKOWITE ZUŻYCIE ENERGII W BROWARACH CARLSBERG POLSKA (KWH/HL)

	2015	2016	2017	2018	2019
OKOCIM	21,83	21,81	21,51	21,3	20,83
KASZTELAN	16,5	17,16	17,05	15,76	15,18
BOSMAN	21,58	22,16	22,76	22,34	25,42

EMISJA CO₂ W BROWARACH CARLSBERG POLSKA (KG CO₂/HL)

	2015	2016	2017	2018	2019
OKOCIM	3,4	3,4	3,29	3,16	3,08
KASZTELAN	2,4	2,49	2,51	2,28	2,18
BOSMAN	3,08	3,15	3,26	3,17	3,54

Rok 2019 był kontynuacją działań w zakresie realizacji celu ZERO Śladu węglowego, potwierdzeniem stabilnego trendu obniżania zarówno zużycia energii jak również poziomu emisji gazów cieplarnianych. Było to możliwe mimo wzrostu zużycia energii w Browarze Bosman, co wynikało

z realizacji dużej inwestycji – Projektu GRYF, a w szczególności rozruchu nowej instalacji i linii pakującej, co miało wpływ na wydajność i energochłonność. Konsekwentnie najlepsze wyniki odnotowujemy w Browarze Kasztelan, co jest efektem modernizacji zakończonej w 2015 roku - jednej

z największych inwestycji w branży piwnej w ostatnich latach w Polsce. Browar Kasztelan dzięki temu znajduje się w czołówce browarów w Grupie Carlsberg, jeśli chodzi o efekty działań na rzecz klimatu.

OSIĄGNIĘCIA 2019

BOSMAN

Zamontowanie czujników ruchu do sterowania oświetleniem korytarzy w pomieszczeniach biurowych

Montaż nowego, ekonomicznego skraplacza amoniaku - ograniczenie zużycia energii elektrycznej i wody

Budowa nowych magazynów, dróg, placów postojowych i rozładunkowych

Montaż nowej linii technologicznej filtracji piwa w ramach Projektu GRYF

KASZTELAN

Poprawa efektywności pracy kotłów gazowych

Modernizacja instalacji ciepłej

OKOCIM

Wykonanie instalacji odwróconej osmozy dla wody na kotlewni

Instalacja nowej sprężarki powietrza z odzyskiem ciepła

Wykonanie nowej rury parowej DNI50 z kotlewni na pakowanie

PLANY 2020

BOSMAN

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

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

KASZTELAN

Poprawa efektywności energetycznej (odzysk ciepła)

OKOCIM

Uruchomienie kotlewni na biogaz na oczyszczalni (obecna kotlewnia jest opalana koksem)

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

Wymiana sprężarki amoniakalnej na typ o wyższej sprawności

DZIAŁANIA NA RZECZ KLIMATU W BROWARACH

BROWAR OKOCIM

W ciągu ostatnich kilku lat w Browarze Okocim dokonaliśmy szeregu inwestycji i modernizacji, aby zredukować zużycie mediów. Wśród zrealizowanych działań warto wspomnieć o obniżeniu strat energii cieplnej na kotlewni dzięki zastosowaniu odwróconej osmozy, instalacji nowoczesnej, wysokosprawnej sprężarki powietrza z odzyskiem ciepła i przeprowadzeniu modernizacji sieci parowej przesyłowej, prowadzącej z kotlewni na dział pakowania.

W 2019 roku ograniczono zużycie energii cieplnej o 5 proc., porównując do 2018 roku (13,9 kWh/hl w porównaniu do 14,6 kWh/hl w 2018 r.). Zużycie energii elektrycznej zostało zmniejszone o 7 proc. w stosunku do 2018 roku i wynosiło 5,6 kWh/hl (w porównaniu do 6 kWh/hl w 2018 r.).

PRZYKŁADOWE PROJEKTY ZREALIZOWANE W LATACH 2015-2018 MAJĄCE NA CELU OBNIŻENIE ZUŻYCIA ENERGII:

ENERGIA CIEPLNA

- Izolacja armatury parowej na wszystkich działach browaru.
- Izolacja zbiornika PVPP skutkująca oszczędnością energii cieplnej.
- Instalacja odzysku ciepła z pomieszczenia kotlewni do podgrzewania powietrza zasilającego palniki gazowe kotłów parowych.
- Modernizacja instalacji odzysku ciepła ze zbiornika kondensatu na warzelni.
- Obniżenie strat na odsalanie kotłów – zastosowanie wody zdemineralizowanej.
- Wdrożenie monitoringu odwadniaczy – zastosowanie kamery termowizyjnej.
- Modernizacja węzła pary na leżakowni.

ENERGIA ELEKTRYCZNA

- Wymiana sprężarki amoniakalnej na wysokosprawną z regulacją wydajności.
- Instalacja układu optymalizującego pracę skraplaczy - mokry termometr.
- Budowa układu optymalizującego pracę sprężarek amoniakalnych.
- Optymalizacja pracy sprężarek powietrza (podział instalacji na nisko i wysokociśnieniową).
- Obniżenie ciśnienia pracy sprężarek powietrza z 6,5 na 6,3 bar.
- Wymiana chłodnicy dla sprężarek powietrza.
- Okresowy monitoring stanu technicznego łożysk w silnikach i pompach.

W 2019 ROKU BYŁY TO NATOMIAST:

ENERGIA CIEPLNA

- Wymiana zbiornika kondensatu na kotlewni.
- Wymiana zbiornika kondensatu na warzelni.
- Modernizacja sieci parowej i kondensatu zasilającej dział pakowania.

ENERGIA ELEKTRYCZNA

- Wymiana skraplaczy amoniakalnych.
- Wymiana starej sprężarki powietrza na mniej energochłonną z odzyskiem energii cieplnej do ogrzewania pomieszczeń.



Na oczyszczalni ścieków w Brzesku należącej do Browaru Okocim uruchomimy instalację odzysku biogazu z procesu fermentacji osadów ściekowych. Służy ona do zasilania kotłów wodnych podgrzewających wodę do celów technologicznych i ogrzewania pomieszczeń, eliminując tym samym spalanie paliw kopalnych. Planujemy budowę instalacji kogeneracji zasilanej biogazem do produkcji energii elektrycznej z wykorzystaniem ciepła odpadowego do celów grzewczych. Instalacje wykorzystujące biopaliwa zmniejszą emisję gazów cieplarnianych do atmosfery.

Marek Stachowicz,
Menedżer ds. Projektów Infrastruktury
w Browarze Okocim

BROWAR BOSMAN

W efekcie rozbudowy browaru w ostatnich 2 latach powstało wiele nowych instalacji, wprowadzono nowe technologie i zwiększono liczbę oraz różnorodność produktów. Realizacja prac rozruchowych obniżyła efektywność energetyczną na niektórych wydziałach i spowodowała wzrost wskaźników zużycia energii.

W browarze już od 1999 roku funkcjonuje instalacja służąca do odzysku CO₂ z procesu fermentacji. Odzyskany dwutlenek węgla jest wykorzystywany do operacji procesowych, np. do wypychania powietrza z instalacji i tanków, aby ograniczyć kontakt tlenu z piwem. W 2018 roku uruchomiliśmy nową instalację umożliwiającą wykorzystywanie ciepła z amoniaku z instalacji chłodniczej do zgazowania CO₂ używanego w produkcji. W 2019 roku, by zapewnić efektywność energetyczną i cieplną, przeprowadzono m.in. termomodernizację budynków i izolację wymienników ciepła i instalacji. Poza inwestycjami na co dzień realizowane są również małe projekty i optymalizacje, w tym pomysły naszych pracowników - usprawnienia zgłaszane w ramach programu ciągłego doskonalenia.

PRZYKŁADOWE PROJEKTY ZREALIZOWANE W LATACH 2015-2018 MAJĄCE NA CELU OBNIŻENIE ZUŻYCIA ENERGII:

- Modernizacja kotłowni gazowej – zastosowano nowe energooszczędne palniki na obu kottach i układ z sondą O₂ do automatycznej regulacji składu paliwa.
- Wdrożenie układu zgazowania ciekłego CO₂ wykorzystujący ciepło z procesu upłynniania CO₂ oraz chłodzenia amoniaku.
- Instalacja nowego energetycznie korzystnego skraplacza w układzie amoniakalnym.
- Umieszczenie nowego zbiornika wody bezpośrednio pod skraplaczami.
- Wykorzystanie zbiornika wodnego na warzelni do buforowania gorącej wody celem uniknięcia strat w czasie zatrzymywania i rozruchu warzelni.

W 2019 ROKU BYŁY TO NATOMIAST:

- Modernizacja układu wodnego pompy próżniowej B2 (eliminacja piany) - pomysł i wykonanie naszego pracownika.
- Termomodernizację budynków i izolację wymienników ciepła i instalacji.

W PLANACH NA ROK 2020 MAMY:

- Instalacja nowej energooszczędnej sprężarki sprężonego powietrza z przetwornicą.
- Wykorzystanie ciepła spalin z kottłów do podgrzewu powietrza do kotła.



W Browarze Bosman mocno wykorzystujemy własny dwutlenek węgla do produkcji piwa, który powstaje podczas procesu fermentacji. Dzięki jego ponownemu wykorzystaniu w naszych piwach, konsekwentnie redukujemy emisję dwutlenku węgla do atmosfery, unikając przy tym jego produkcji i transportu z zewnątrz. W roku 2019 odzyskaliśmy ponad 2 mln kg własnego dwutlenku węgla. Ciągłe pracujemy nad optymalizacją tego procesu, aby osiągać jak największe korzyści tak ekonomiczne, jak i środowiskowe.

Michał Kupis,
Kierownik ds. inwestycji
w Browarze Bosman

BROWAR KASZTELAN

Modernizacje i duże inwestycje w rozbudowę, jakie miały miejsce w poprzednich latach, zaowocowały uzyskaniem bardzo dobrych wskaźników zużycia mediów. Konsekwentnie je obniżamy przez zastosowanie nowoczesnych technologii i rozwiązań służących ochronie środowiska. W 2018 roku przeprowadziliśmy kompleksową wymianę oświetlenia i sterowania w magazynach, co umożliwiło redukcję zużycia energii elektrycznej o blisko 33% w stosunku do poprzednich rozwiązań. Rokrocznie odnotowujemy również wzrost OEE oznaczający zwiększenie wydajności linii, co w efekcie powoduje zmniejszenie kosztów produkcji takich jak energia elektryczna, ciepła, zużycie wody, czy czas pracy.

W 2019 roku średnie zużycie energii elektrycznej wynosiło 4,2 kWh/hl (w porównaniu do 4,4 kWh/hl w 2018 r.) a energii cieplnej - 9,8 kWh/hl (w porównaniu do 10,3 kWh/hl w 2018 r.), co sprawia, iż Kasztelan jest niekwestionowanym liderem wśród browarów Grupy Carlsberg.

PRZYKŁADOWE PROJEKTY ZREALIZOWANE W LATACH 2015-2018 MAJĄCE NA CELU OBNIŻENIE ZUŻYCIA ENERGII:

ENERGIA CIEPLNA

- Wykorzystanie ciepła z wody gorącej z warzelni na rozlewni do podgrzewania piwa.
- Odzysk ciepła ze spalin kotła parowego i wykorzystanie do CO oraz na rozlewni.
- Odzysk ciepła ze sprężarki powietrznej i wykorzystanie do CO i CWU.
- Modernizacja instalacji odzysku ciepła pfaaduko na warzelni.



W 2019 ROKU BYŁY TO NATOMIAST:

- Modernizacja układu spalania w kotle z wymianą palnika.
- Modernizacja instalacji kondensatu wraz z wymianą odwadniaczy.
- Modernizacja instalacji pary wraz wymianą zaworu regulacyjnego na warzelni.
- Poprawa izolacji termicznej.

ENERGIA ELEKTRYCZNA

- Optymalizacja pracy urządzeń chłodniczych w oparciu o mokry termometr.
- Płynna regulacja wydajności sprężarek amoniakalnych z wykorzystaniem falownika.
- Optymalizacja układów chłodniczych amoniak/glikol.
- Wykorzystywanie wody studziennej do chłodzenia brzeczek - rezygnacja z produkcji wody lodowej.
- Wymiana oświetlenia na LED.
- Optymalizacja parametrów produkcji sprężonego powietrza.

W PLANACH NA ROK 2020 MAMY:

- Wymiana części napędów na linii butelkowej na energooszczędne.
- Praca nad koncepcją wykorzystania ciepła odpadowego z procesu na liniach rozlewniczych.



W Kasztelanie od wielu lat staramy się obniżyć zużycie ciepła na cele produkcyjne, a przez to zużywać mniej gazu. Oprócz modernizacji instalacji ciepłych, staramy się kojarzyć strumienie ciepłe. Odzyskujemy ciepło odpadowe z procesów produkcyjnych, które powtórnie wykorzystujemy, ograniczając w ten sposób spalanie gazu. Obecnie pracujemy nad kolejnym projektem pozwalającym wykorzystywać ciepło odpadowe z procesu produkcji piwa w obszarze pakowania.

Jacek Turowski,
Kierownik Infrastruktury
w Browarze Kasztelan

REDUKCJA NASZEJ EMISJI TYPU „BEER-IN-HAND”

Jednym z celów w ramach ZERO śladu węglowego jest redukcja emisji dwutlenku węgla typu beer-in-hand w łańcuchu wartości. Oznacza to dążenie do optymalizacji w magazynowaniu i logistyce, współpracę z partnerami handlowymi oraz gospodarke opakowaniową.

OPAKOWANIA

Gospodarowanie opakowaniami ma bardzo wymierne przełożenie na poziom emisji gazów cieplarnianych w toku produkcji oraz w obrębie dystrybucji i użytkowania. Kwestie ekologiczne pojawiają się tu na każdym etapie życia opakowania począwszy od pomysłu – składu, materiału, wykonania, poprzez produkcję, dystrybucję i użytkowanie przez klientów i konsumentów, skończywszy na utylizacji bądź ponownym wykorzystaniu. Innowacje i nieustanna optymalizacja w tym obszarze są istotne zarówno pod kątem ograniczania ilości odpadów jak też redukcji emisji CO₂.

PROJEKTOWANIE – SNAP PACK

W 2018 r. Grupa Carlsberg zastoso- wala innowacyjne eko-rozwiązanie polegające na zastąpieniu folii termokurczliwej spajającej wielopak piwa specjalnym biodegradowal- nym klejem łączącym puszki. Dzięki temu Grupa zamierza zredukować ilość odpadów z tworzyw sztucz- nych na świecie o ponad 1 200 ton rocznie – co odpowiada 60 milio- nom plastikowych torebek. Daje to również możliwość zredukowania

ilości tworzyw sztucznych używa- nych w tradycyjnych wielopakach o ok. 76 proc..

Jest to pionierska technologia, pierwsze tego typu rozwiązanie w branży piwowarskiej. Zostało ono wprowadzone na razie w ograniczo- nym zakresie. W pierwszej kolejności zastosowano je na flagowej marce Carlsberg, natomiast pierwsza maszyna do produkcji tego typu opakowania znajduje się w Polsce.



PRODUKCJA



Konsekwentnie ograniczamy wagę puszek poprzez zmniejszanie grubo- ści ścianki puszki, co przekłada się na mniejszy poziom emisji podczas transportu. W 2019 roku szacun- kowo w 33 proc. grubość blachy, z której produkowane są puszki wynosiła 0,24 mm (w porównaniu do 0,27 mm w 2016 roku). Zmiany dotyczą też wieczka puszki - średni- ca szyjki wynosiła w 2019 roku - 202 (czyli 52 mm).



Analogicznie ograniczyliśmy wagę szkła w butelce do 303 gramów obecnie w porównaniu do 320 gra- mów 2016 roku. W ramach butelki zwrotnej 0,5l zwiększa się udział lżejszej butelki w rynku.

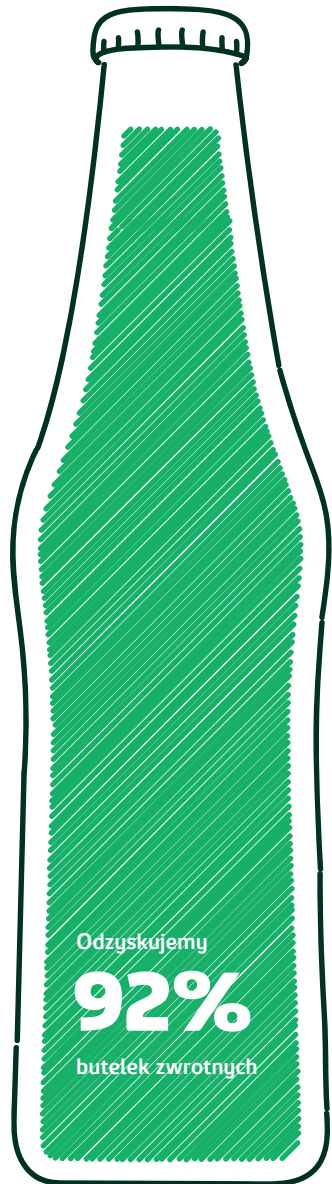


Od lat wdrażamy proeko- logiczne rozwiązania w za- kresie opakowań, zarówno w duchu gospodarki o obiegu zamkniętym, jak również po prostu redukując ilość wyko- rzystywanych surowców. Takie podejście generuje korzyści biznesowe oraz środowiskowe wpisując się w ambicje progra- mu Together Towards ZERO.

Jarosław Sepioto,
Menedżer ds. rozwoju opakowania



Kolejnym z kluczowych materiałów opakowaniowych jest folia używa- na w wielopakach piw. Ją również odchudziliśmy do 0,045mm dla mniejszych paków oraz do 0,050 dla większych paków (np. 8-paków). Dotyczy to także folii transparentnej na zgrzewki. Tu nastąpiła redukcja z 0,050 mm na 0,040 mm, co ozna- cza mniejsze zużycie o 20%.



DYSTRYBUCJA I UŻYTKOWANIE ORAZ PONOWNE WYKORZYSTANIE

Opakowaniem, które daje duży potencjał ograniczenia wpływu na środowisko jest butelka zwrotna. Taką butelkę można wykorzystać przynajmniej 20 razy – niestety w Polsce dzieje się to średnio od 8 do 12 razy. Niemal 42 proc. naszego piwa w opakowaniach detalicznych jest sprzedawane właśnie w tej formie. Natomiast w 2019 roku 92% butelek zwrotnych w Carlsberg Polska było ponownie napełnionych piwem i wróciło na rynek.

Jednym z rodzajów odpadów, jaki u nas występuje, są paski opakowaniowe. Celem redukcji zajmowanej przestrzeni ładunkowej mielimy je za pomocą specjalnych niszczarek, a resztki powstałe w ten sposób poddawane są recyklingowi, co ogranicza również liczbę transportów wywozowych dla tego odpadu.

W przypadku jednego z naszych piw zastąpiliśmy karton jako opakowanie zbiorcze skrzynką wielorazowego użytku, dzięki czemu ograniczyliśmy ilość odpadów wprowadzanych na rynek.

MAGAZYNOWANIE

Nieodłącznym elementem produkcji jest konieczność magazynowania. W tym obszarze również realizujemy działania minimalizujące nasz wpływ

na środowisko naturalne. Są one prowadzone na 3 poziomach:

ORGANIZACJA PRACY

W Browarze Okocim funkcjonuje system buforowania i transportu palet z pustą butelką zwrotną z magazynów zewnętrznych do depaletyzatorów, czego celem jest uwolnienie przestrzeni dla magazynu wyrobu gotowego. Uruchomiliśmy akumulatorownie z automatycznym systemem kolejowania baterii

ZASADA FIFO W STACJI ŁADOWANIA BATERII

Ładowanie baterii jest sterowane zautomatyzowanym systemem, dzięki czemu cykl ładowania nie jest zaburzany. System informuje, którą baterię można pobrać co określa po stopniu jej naładowania. Oszczędność energii wynika z całkowitej eliminacji „doładowywania” baterii na „chwile”. Dzięki temu rozwiązaniu możliwe jest przeprowadzenie pełnego cyklu ładowania wraz z wystąpieniem baterii przez co żywotność baterii znacznie się wydłuża.

FIFO (First In First Out), co znacząco przedłuża ich żywotność oraz ogranicza zużycie prądu. Usprawniamy również ruch pojazdów optymalizując przejazdy.

INWESTYCJE I NOWE ROZWIĄZANIA

Wśród przykładowych inwestycji zaczętych bądź zrealizowanych w ostatnich latach warto wspomnieć:

- Automatyzację linii przenośników, dzięki czemu zredukowaliśmy o 20% flotę wózków widłowych, poprawiliśmy ergonomię pracy, zoptymalizowaliśmy drogi transportowe, a w rezultacie zwiększyliśmy pojemność całkowitą magazynu o 4%, ograniczając tym samym liczbę wywozów produktów do magazynów zewnętrznych.
- Wymianę wózków widłowych z gazowych na elektryczne, co jest już w 95% zrealizowane. Planujemy również wymianę baterii na litowo-jonowe co zapewni większą wydajność energetyczną oraz lepsze zdolności przeładunkowe i wydłużą żywotność baterii.
- Instalację oświetlenia LED wraz z automatycznym sterowaniem na magazynie oraz na placach zewnętrznych. System umożliwia regulowanie mocy opraw

przez pomiary natężenia światła dziennego docierającego do wnętrza hali przez świetliki dachowe zapewniając odpowiednie parametry natężenia oświetlenia dla magazynów.

- Recykling zużytych skrzynek po piwie, co uwolniło powierzchnię magazynową.

ZARZĄDZANIE POWIERZCHNIĄ MAGAZYNOWĄ

Kolejnym obszarem działania związanym z poprzednimi dwoma jest dążenie do zwiększania powierzchni magazynowej, dzięki czemu możliwa jest redukcja transportów między magazynem zewnętrznym i danym browarem. Rozwiązania tego typu są realizowane zarówno w Brzesku jak i Sierpcu. W 2019 roku natomiast w Browarze Bosman uruchomiliśmy nowe centrum dystrybucyjne zlokalizowane bliżej tras wylotowych. W rezultacie ograniczyliśmy ruch w obrębie miasta, a zarazem skróciliśmy trasy przejazdów.



Realizacja strategii beer in hand nie zawsze oznacza duże i przelomowe zmiany. Bardzo ważna jest nasza rutynowa codzienna praca oraz ciągłe usprawnianie operacji logistycznych.

To nasze skupienie na każdym poprawnie zaplanowanym do realizacji zamówieniu. Szczegółowa analityka już na poziomie zlecenia, jaki logistyczny model dostawy jest najbardziej skuteczny i optymalny. Wszystkie te codzienne, wydawać by się mogło mikro decyzje, składają się w większą całość. Z małych puzzli budujemy duży i wyraźny efekt redukcji CO₂.

Dariusz Krasoń,
Menedżer ds. Transportu i Dystrybucji
w Carlsberg Polska

LOGISTYKA

Transport produktów i tym samym opakowań to jeden z podstawowych obszarów wpływających na całościowy poziom emisji w naszym modelu biznesowym. Pracę nad zmniejszaniem wpływu w tym zakresie realizujemy poprzez:

SYSTEMY ZARZĄDZANIA TRANSPORTEM

Optymalizujemy procesy logistyczne poprzez redukcję liczby przejechanych kilometrów, likwidację pustych przebiegów aut dostawczych i maksymalnie efektywne wykorzystanie floty samochodowej. Narzędziem używanym w tym celu jest wdrożony w 2018 roku Transportation Management System (TMS). Pracujemy również nad zmianą schematów załadunkowych w transportach międzymagazynowych oraz w dystrybucji do klientów w celu maksymalnego wykorzystania powierzchni załadunkowej i ograniczeniu ilości realizowanych transportów. Zakończony w 2019 roku przetarg pozwolił nam jeszcze lepiej dopasować profil naszych operatorów logistycznych do kierunków i regionów dostaw.

WSPÓŁPRACĘ Z KLIENTAMI

Zwiększamy skalę odbiorów własnych - jest to projekt realizowany w ścisłej współpracy z naszymi

klientami. Redukujemy liczbę pustych kilometrów przejechanych przez ciężarówki, z korzyścią zarówno dla klienta jak i dla Carlsberg.

OPTIMALIZACJE PRZESTRZENI ZAŁADUNKOWYCH NA CIĘŻARÓWKACH

W 2019 roku pracowaliśmy nad poprawą wypełnienia ciężarówek, w rezultacie poprawiliśmy wskaźniki tzw. „load factor” (wypełnienie ciężarówki) w dystrybucji i zwrotach opakowań o ponad 4% co przekłada się na ponad 750 tys. przejechanych kilometrów mniej.

Z częścią naszych kluczowych klientów wprowadziliśmy projekt polegający na wyższym piętrzeniu palet w zwrotach pustych opakowań. Zamiast standardowych 5 warstw pustych opakowań, klienci zwracają po 7 warstw. Efektywność dla każdego takiego transportu poprawiona aż o 20%

W Szczecinie zastąpiliśmy dotychczasową flotę autami nowej generacji DAF CF, które pozwalają przewieźć o 10 proc. więcej palet niż stare samochody, co przekłada się na mniej kursów i oszczędność paliwa a w efekcie mniejszą emisję CO₂.

WYNAJEM PALET

Korzystamy z usługi wynajmu palet, dzięki czemu realnie zmniejszyliśmy wpływ na środowisko w tym zakresie. Udało nam się zredukować*:

- Zużycie drewna o **297 589 dm³**, co oznacza uratowanie 288 drzew od ścięcia

- Emisję dwutlenku węgla o **443 418 kg**, to o 10 okrążeń kuli ziemskiej mniej
- Produkcję odpadów o **49 845 kg**, to o 12 pełnych śmieciarek mniej

*Dane wg. CHEP Polska Sp. z o.o.



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

		OKOCIM	KASZTELAN	BOSMAN
NO_x	kg	7168,8	9 953,52	1461,168
SO_x	kg	2390,69	92,7	28,032
CO₂	kg	10 441 897,70	5 273 288,90	5 463 658,428
CO	kg	5376,95	727,94	54,312
Pyły	kg	3582,27	71,44	28,908

POCHODNIA SPALANIA BIOGAZU

		OKOCIM	KASZTELAN*	BOSMAN
SO₂	kg	1,32	Nie dotyczy	315,36
NO₂	kg	281,7	Nie dotyczy	68,325
CO	kg	70,42	Nie dotyczy	-
Pył	kg	3,28	Nie dotyczy	-

¹ Brak biogazu

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

		OKOCIM	KASZTELAN*	BOSMAN
Objętość gazów skierowanych do spalania [tys. m³]	tys. m ³	401,5	Nie dotyczy	79,539
Objętość gazów wypuszczonych do atmosfery [tys. m³]	tys. m ³	0	Nie dotyczy	0

¹ Brak biogazu

CAŁKOWITA WAGA ODPADÓW WEDŁUG METODY POSTĘPOWANIA Z ODPADEM

		OKOCIM	KASZTELAN	BOSMAN
Powtórne wykorzystanie odpadu	Mg	0,0	0,0	2 096,7
Recykling (w tym recykling organiczny, np., kompostowanie) osady ściekowe	Mg	2098,27	0,0	1 233,9

CAŁKOWITA WAGA ODPADÓW WEDŁUG RODZAJU ODPADU

		OKOCIM	KASZTELAN	BOSMAN
Odpady niebezpieczne	Mg	6,158	0,006	3,331
odpady bezpieczne	Mg	6005	8 110,90	2368,573

CAŁKOWITA WAGA ODPADÓW WEDŁUG RODZAJU ODPADU

		OKOCIM	KASZTELAN	BOSMAN
szkło [Mg]	Mg	1643,97	886,4	540,1
papier/makulatura	Mg	856,31	528,5	242,84
tworzywa sztuczne	Mg	239,2	115,4	85,3
ziemia krzemkowa	Mg	1844,9	5959,0	212,2
drewno	Mg	774,3	240,5	0,0
komunalne	Mg	187,08	208,1	96,26
Inne	Mg	458,9	173,006	0
Total	Mg	6 004,66	8 110,906	2 371,904





ZERO
MARNOWANIA
WODY





Ochrona zasobów wodnych i racjonalne gospodarowanie to jeden z filarów naszej odpowiedzialności w zakresie ochrony środowiska. Dążymy do tego poprzez realizację inwestycji oraz zwiększanie efektywności i optymalizację produkcji.

Woda stanowi ok. 92 proc. gotowego piwa, stanowiąc równocześnie o jego jakości. Na gotowy produkt

CELE 2030

50%

REDUKCJI ZUŻYCIA WODY
W NASZYCH BROWARACH

PARTNERSTWO

NA RZECZ OCHRONY WSPÓLNYCH
ZASOBÓW WODNYCH NA
OBSZARACH WYSOKIEGO RYZYKA

przypada ok. 25 proc. wody zużywanej w browarze. Używana jest także w procesach technicznych (np. woda kottowa) i higienicznych (np. do mycia instalacji produkcyjnej). W browarach prowadzony jest m.in. stały monitoring zużycia wody celem natychmiastowej diagnozy wszelkich odchyłeń i eliminacji ewentualnych niekontrolowanych wycieków. Ponadto, doskonalone jest zarządzanie gospodarką wodną i ściekami. Od momentu wdrożenia programu

CELE 2022

25%

REDUKCJI ZUŻYCIA WODY
W NASZYCH BROWARACH

OBNIŻENIE

ZUŻYCIA WODY DO POZIOMU
2,0 HL/HL W BROWARACH
NA OBSZARACH WYSOKIEGO
RYZYKA



5,9%

Poprawa względem
2015 roku

2015 stan wyjściowy:

3,07 hl/hl

2019 wynik:

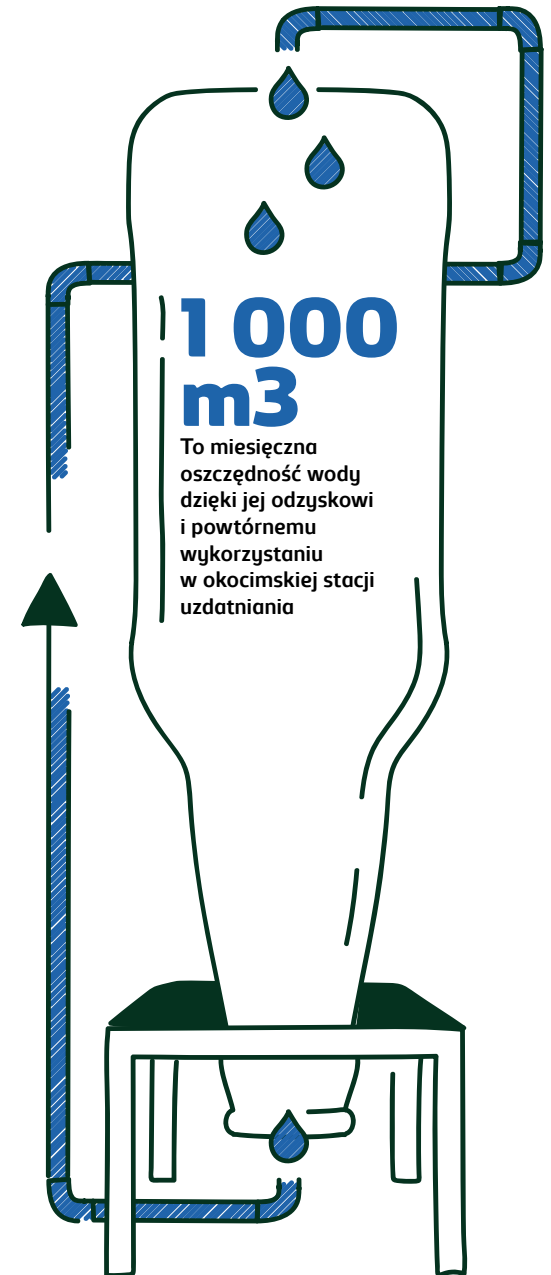
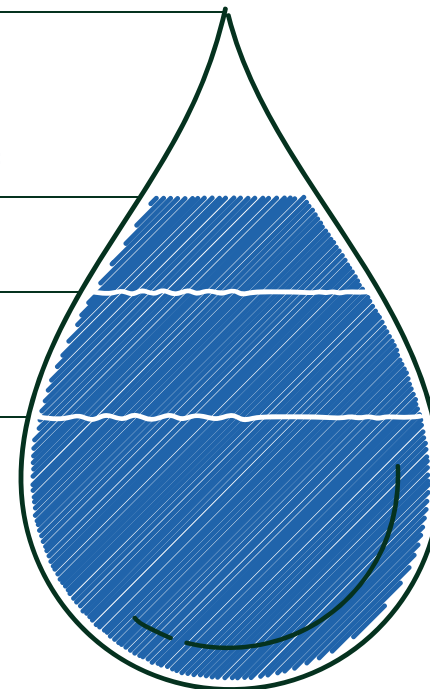
2,89 hl/hl

2022 cel:

2,5 hl/hl

2030 cel:

1,7 hl/hl



zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO, cele Grupy Carlsberg koncentrują się na osiągnięciu poziomu ZERA marnowania wody w browarach, w tym zmniejszenia o połowę zużycia wody w procesie produkcji piwa. Ambicją Grupy Carlsberg jest ograniczenie zużycia wody z 3,4 hl wody na hl piwa (dane bazowe z 2015 r.) do 1,7 hl /hl do roku 2030.

Carlsberg Polska aktywnie uczestniczy w realizacji tego celu. Około dekadę temu w Polsce do produkcji 1 hl piwa standardowo browary zużywały 5-7 hl wody. Dzisiaj w Carlsberg Polska wykorzystuje się ok. 2,9 hl wody na 1 hl gotowego piwa.

Ostatnie lata to okres intensywnych inwestycji w naszych browarach. Wśród kluczowych warto wymienić modernizację oczyszczalni w Browarze Okocim w Brzesku, rozbudowę i modernizację Browaru Kasztelan oraz rozbudowę Browaru Bosman w ramach Projektu Gryfin.

NASZE WYNIKI ZA 2019 ROK

OSIĄGNIĘCIA 2019

BOSMAN

Instalacja w Browarze Bosman układu do zbijania piany w instalacji pompy Vacuum monobloku linii butelkowej B2 - ograniczenie zużycia wody

Korekta procedur CIP na instalacjach technologicznych - ograniczenie zużycia wody i ciepła

KASZTELAN

Zmniejszenie zużycia wody w Kasztelanie – optymalizacje ciągłego doskonalenia

OKOCIM

Odzysk wody z płukania filtrów węglowych, piaskowych i wymienników jonitowych

Monitoring zużycia wody na terenie browaru, montaż liczników

Wykorzystanie zaworów przodownic w instalacjach mycia ręcznego

PLANY 2020

BOSMAN

Zamontowanie w Browarze Bosman na pasteryzatorze linii puszkowej P1 instalacji do uzdatniania wody chłodzącej - ograniczenie zużycia wody i ciepła

Dalsze optymalizacje procedur instalacji CIP

KASZTELAN

Analiza optymalizacji zużycia wody w Kasztelanie

Przygotowanie koncepcji wymiany myjki butelek

OKOCIM

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

Kolejne projekty odzysku wody z procesów technologicznych i powtórne wykorzystanie.

W 2019 roku odnotowaliśmy istotny postęp w osiągnięciu celu ZERO marnowania wody. Udało nam się zejść do zużycia wody poniżej poziomu 3 hl/hl osiągając zużycie na poziomie 2,89 hl/hl. Było to możliwe mimo wzrostu zużycia wody w Browarze Bosman, co wynikało z realizacji dużej inwestycji – Projektu GRYF. Największą redukcję natomiast udało się osiągnąć w Browarze Kasztelan, co jest efektem kilkuletnich dużych inwestycji w browarze.

W planach na 2020 rok mamy szereg projektów analitycznych i optymalizacyjnych, w tym wdrażanie i wymianę dobrych praktyk pomiędzy browarami. Na szczególną uwagę zasługują projekty mające na celu odzyskiwanie wody, takie jak odzysk wody z płuczek puszek, z odparowywania brzezki czy odzysk wody i skroplin odparowania ze zbiorników kondensatów parowych.

GOSPODAROWANIE WODĄ W BROWARACH

Działania w zakresie oszczędności wody w browarach obejmują trzy obszary:

1) Optymalizacja zużycia wody w procesach produkcyjnych i poza-produkcyjnych poprzez inwestycje, monitoring, usprawnianie i wdrażanie nowych standardów w tym zakresie.

2) Wdrażanie obiegu zamkniętego, czyli przykładowo ponowne wykorzystywanie wód płuczających do innych procesów niewymagających parametrów sanitarnych (np. w przypadku myjki butelek, czy stacji CIP).

3) Podnoszenie standardów oczyszczania ścieków, w tym zachowanie najwyższych standardów oczyszczania.

Doskonalenie standardów zarządzania wodą i ściekami w naszych browarach to m.in. ścisły monitoring i budowa kultury pracy mającej na uwadze podnoszenie efektywności zużycia wody. Kluczem do sukcesu

jest ścisły monitoring umożliwiający szybką identyfikację obszarów ryzyka. Inwestycje i modernizacje na rzecz optymalizacji zużycia wody to zarówno duże projekty – jak modernizacja oczyszczalni ścieków, ale również mniejsze realizacje takie jak montaż urządzeń o obniżonym współczynniku wodochłonności.



W naszych browarach dokładamy starań, by odpowiedzialnie korzystać z cennego zasobu natury, jakim jest WODA. Poszukujemy rozwiązań, które pozwolą spełnić nasze zobowiązanie „ZERO marnowania WODY”. Konsekwentnie prowadzone działania monitorujące, zaangażowanie zespołu oraz wdrażane inwestycje w browarach pozwalają efektywnie zarządzać gospodarką wodną, zmniejszając regularnie zużycie wody. Dobrym tego przykładem jest Browar Kasztelan, który stale doskonali procesy, obniżając w 2019 roku zużycie wody o 5% względem 2018 roku i osiągając rewelacyjny wynik 2,63 hl/hl. Rok 2020 będzie stał pod znakiem dalszych intensywnych prac dążących do zamknięcia obiegu wody.

Jarosław Wojt,
Dyrektor Produkcji w Carlsberg Polska



WZGLĘDNE ZUŻYCIE WODY PRZEZ CARLSBERG POLSKA (HL/HL)

2015	2016	2017	2018	2019
3,07	3,06	2,98	3,04	2,89

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

	2015	2016	2017	2018	2019
OKOCIM	3,03	3,03	3	3,02	2,94
KASZTELAN	3	2,98	2,85	3,06	2,63
BOSMAN	3,3	3,29	3,15	3,05	3,31

BROWAR OKOCIM

W Browarze Okocim w ostatnich latach szereg inwestycji pozwolił na optymalizowanie i zmniejszanie zużycia wody przy jednoczesnym wzroście produkcji. Jednym z kluczowych projektów była modernizacja oczyszczalni, dzięki czemu spełnia ona obecnie najnowsze, wyśrubowane normy środowiskowe i ma ogromne znaczenie dla browaru i lokalnej społeczności. Koszt tej inwestycji to ok. 11 mln zł. W ubiegłym roku najważniejszymi działaniami był odzysk wody z płukania filtrów piaskowych i węglowych w Stacji Uzdatniania Wody i ze skraplaczy, gdzie oczekiwane oszczędności oscylują w granicach do 3 000 m³/miesiąc. W 2019 roku średnie zużycie wody w Browarze Okocim wynosiło 2,9 hl/hl gotowego piwa (w porównaniu do 3,02 hl/hl w 2018 roku).

PRZYKŁADOWE PROJEKTY ZREALIZOWANE W LATACH 2015-2018 MAJĄCE NA CELU POPRAWĘ GOSPODAROWANIA WODĄ:

- Instalacja odwróconej osmozy dla kotłowni.
- Modernizacja stacji zmiękczenia dla rozlewni, zwiększenie wydajności.
- Odzysk wód popłucznych na Stacji uzdatniania wody technologicznej (SUWT).
- Budowa nowego ujęcia wody na rzece Uszwica.
- Instalacja lampy UV na głównym kolektorze wody na Warzelni.

Ważną częścią gospodarki wodnej w browarze jest stacja uzdatniania wody, gdzie czyste frakcje wody pochodzącej z regeneracji filtrów wody po uzdatnieniu wracają do procesów produkcyjnych i technicznych (np. na kotłowni czy w maszynowni – do uzupełnienia kondensatów parowych w kotłowni i schładzania skraplaczy chłodniczych w maszynowni). Co ciekawe - Browar Okocim w trosce o środowisko wodne prowadzi roczne zarybianie stawów retencyjnych wody używanej po uzdatnieniu do produkcji. Ryby stanowią bio-monitoring wody, co ma wpływ na bezpieczeństwo jej jakości.

PROJEKTY ZREALIZOWANE W 2019 ROKU:

- Instalacja odzysku wody ze skraplaczy, zmięczalni i SUWT.
- Usunięcie wycieku wody z podziemnego kolektora zasilającego Dział Pakowania.

W PLANACH NA ROK 2020 MAMY:

- Odzysk wody ze skroplin z procesu gotowania piwa na Warzelni (schładzacz oparów).
- Odzysk ciepła i skroplin ze zbiorników kondensatów parowych.

BROWAR BOSMAN

W Browarze Bosman w latach 2018-2019 prowadziliśmy tzw. Projekt GRYF, czyli bardzo dużą rozbudowę, w trakcie której powstało wiele nowych instalacji oraz produktów. W rezultacie znacznie zwiększono różnorodność produktów, co wpłynęło z jednej strony na możliwości rozwoju i modernizacji, wprowadzenia nowych technologii i pełnej automatyzacji na Filtracji. W okresie prac rozruchowych, czyli w 2019, prowadzono szereg testów i prób nowej instalacji oraz nowych produktów, co objawiło się wprawdzie chwilowym obniżeniem wskaźników na niektórych wydziałach (co w fazie uruchamiania oraz prób ruchowych instalacji i urządzeń nie jest niczym niezwy-

kłym), ale po fazie optymalizacji pozwolił na znacznie efektywniejsze gospodarowanie mediami w warunkach istotnie powiększonego asortymentu produkcji. W 2019 roku średnie zużycie wody wynosiło 3,3 hl/hl gotowego piwa (w porównaniu do 3,05 hl/hl w 2018 roku). W ubiegłym roku najważniejszym działaniem w tym obszarze była modernizacja układu wodnego pompy próżniowej B2 (eliminacja piany), wg pomysłu pracownika browaru. We wcześniejszych latach dzięki optymalizacji pracy zbiornika gorącej wody na warzelni zmniejszyliśmy zużycie wody, energii i ilości wytwarzanych ścieków co pozwala zaoszczędzić 2000 hl gorącej wody tygodniowo.

PRZYKŁADOWE PROJEKTY ZREALIZOWANE W LATACH 2015-2018 MAJĄCE NA CELU POPRAWĘ GOSPODAROWANIA WODĄ:

- instalacja nowych, energooszczędnych palników na obu kotłach oraz układ z sondą O2 do regulacji.
- Opracowanie układu zgazowania ciekłego CO2 wykorzystującego ciepło z procesu upłynniania CO2 oraz chłodzenia amoniaku (nowatorskie rozwiązanie z rekuperacją).
- Zainstalowanie nowego energetycznie korzystnego skraplacza w układzie amoniakalnym.
- Umieszczenie nowego zbiornika wody pod skraplaczami zamiast w odległym pomieszczeniu, dzięki czemu ograniczono poziom pompowania wody.
- Wykorzystanie zbiornika wodnego na warzelni do buforowania gorącej wody, aby nie tracić wody przy zatrzymaniach warzelni.

PROJEKTY ZREALIZOWANE W 2019 ROKU:

- Modernizacja układu wodnego pompy próżniowej B2 (eliminacja piany) - pomysł i wykonanie naszego pracownika.
- Termomodernizacje budynków i izolacje wymienników ciepła i instalacji (stałe i rozbiernale dla armatury).

W PLANACH NA ROK 2020 MAMY:

- Instalację stacji RO (odwróconej osmozy) na stacji wody na kotłowni parowej.
- Zastosowanie wieży wody chłodzącej pasteryzatora tunelowego.
- Wdrożenie czyszczenia w obiegu wewnętrznym wody do skraplaczy w instalacji chłodzenia amoniakiem.

¹ Więcej na temat Programu na stronie XXX



BROWAR KASZTELAN

Browar Kasztelan od lat nie ustaje w wysiłkach, by zmniejszać zużycie wody, ograniczając swój wpływ na środowisko. W 2019 roku średnie zużycie wody wynosiło 2,64 hl/hl gotowego piwa (w porównaniu do 3,1 hl/hl w 2018). Dzięki tym результатам, browar plasuje się w ścisłej czołówce najlepiej gospodarujących wodą browarów w Grupie.

PRZYKŁADOWE PROJEKTY ZREALIZOWANE

W LATACH 2015-2018 MAJĄCE NA CELU POPRAWĘ GOSPODAROWANIA WODĄ:

- Optymalizacja płukania międzyfazowych na stacjach CIP (zmiana procedur mycia np. skracanie czasu i częstotliwości płukania na podstawie pomiarów i analiz jakości instalacji i wody popłucznej).
- Odzysk wody z płuczki puszek - wykorzystanie do chłodzenia pompy vacuum oraz na lubrykację BI (woda z płuczki puszek obecnie jest zrzucana do kanalizacji, a ze względu na jakość może zostać powtórnie wykorzystana do chłodzenia pompy próżniowej, która nie wymaga wysokiej jakości mikrobiologicznej).

W ubiegłym roku najważniejszymi działaniami w tym obszarze była optymalizacja płukania odzłaziaczy na dziale fermentacji CIP, a także uszczelnienia pompy warzelnej. W ramach odzysku i ponownego wykorzystania wody prowadzimy odzysk nadmiaru wody gorącej w procesie warzenia piwa. Wykorzystujemy schłodzoną wodę używaną wcześniej do podgrzewania piwa przed rozlewem piw do opakowań do pozostałych procesów m.in. do mycia urządzeń.

PROJEKTY ZREALIZOWANE W 2019 ROKU:

- Usunięcie problemów technicznych na instalacji wodnej - usunięto nieszczelności na sieci podziemnej wody.
- Optymalizacja płukania odzłaziaczy - skrócenie na podstawie pomiarów i analiz szarż płukania odzłaziaczy.
- Optymalizacja procesów mycia instalacji technologicznych.

W PLANACH NA ROK 2020 MAMY:

- Kolejne wykorzystanie wód wypychowych na warzelni - do opróżniania instalacji brzezki stosuje się wodę, która zostaje wykorzystana do kolejnych procesów transportu brzezki.
- Wymiana myjki butelek oraz wymiana odzłaziaczy.

CIĄGŁE DOSKONALENIE

Duże inwestycje pozwalają nam skokowo zredukować i optymalizować zużycie wody w naszych działaniach, jednak to codzienne, nawet najdrobniejsze usprawnienia i pomysły naszych pracowników przyczyniają się w dużej mierze do realizacji celu jakim jest ZERO marnowania wody. Trwający od 12 lat i nieustannie rozwijany program Ciągłego Doskonalenia angażujący załogi browarów jest źródłem wielu pomysłów przynoszących realne oszczędności finansowe i środowiskowe pod postacią ograniczania zużycia wody. W 2019 roku, wśród kilkuset zrealizowanych pomysłów, znalazły się m.in. następujące dwa:

OPTIMALIZACJA PROGRAMU MYCIA RUROCIĄGU W BROWARZE KASZTELAN

– dzięki modernizacji i rozszerzeniu funkcjonalności instalacji mycia, przygotowaniu nowych dróg mycia uzyskaliśmy oszczędność na poziomie 156 m³ wody rocznie oraz skróciliśmy czasy niektórych myć.

INSTALACJA UKŁADU KONTROLI POZIOMU PIANY W BROWARZE BOSMAN

– dzięki projektowi możliwa jest kontrola zużycia wody na deklarowanym przez producenta poziomie, co daje wymierne zyski finansowe w skali roku. Pompa vacuum monobloku rozlewu butelek służy do odciągania resztek piwa z przestrzeni nalewaków. Jest chłodzona i uszczelniana wodą sieciową. Mieszanina wody i piwa pieni się, a im więcej piany, tym większa ilość wody jest pobierana.

POBÓR I ODZYSK WODY ORAZ ŚCIEKI

Dominujące źródła poboru wody w naszych browarach wg. lokalizacji są następujące:

BROWAR OKOCIM - wody powierzchniowe.

BROWAR KASZTELAN - wody podziemne (studnie głębinowe).

BROWARY BOSMAN - wody podziemne (studnie głębinowe) oraz zakup wody miejskiej (~10 %).

W Browarze Okocim występuje pobór wody z rzeki Uszwica. Jest to rzeka góraska posiadająca I klasę czystości wód. Pobór i piętzenie wody odbywa się na podstawie stosownych pozwoleń, zgodnie z analizą brak jest negatywnego wpływu na środowisko naturalne (na ujęciu wody zbudowana profesjonalna przepławka dla ryb). Woda surowa jest magazynowana w zarybionych zbiornikach retencyjnych, które również służą do biomonitoringu wody. Rzeka wraz z brzegami przed i za ujęciem wody jest monitorowana i utrzymywana. W rzece występują

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

Wprowadzanie obiegu zamkniętego w kontekście gospodarowania wodą przybiera przykładowo następujące postaci:

Zamknięte procesy mycia CIP (circulation in place) – każdy wydział w browarze ma swoją stację CIP,

która służy przykładowo do mycia tankofermentorów, warzelni, filtrów, instalacji piwa i urządzeń rozlewniczych. Istnieje tu wysoki potencjał do oszczędzania wody, która jest kilkakrotnie wykorzystywana w układzie zamkniętym.

Powtórne wykorzystanie wody płuczczącej z myjki butelek do procesu mycia skrzynek.

Zawracanie wody ze skraplaczy, uzdatnianie i ponowne wykorzystanie.

ODZYSK WODY Z PROCESÓW PRODUKCYJNYCH

	OKOCIM	KASZTELAN	BOSMAN
Objętość wody łącznie pobranej przez organizację [m ³]	1 105 466	650 136	350 079
Objętość wody powtórnie wykorzystanej lub poddanej recyklingowi [m ³]*	18 250 co stanowi 1,7%	Brak pomiaru	Brak pomiaru

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



Browar Okocim odzyskuje wodę z procesu regeneracji wymienników jonitowych oraz wodę ze schładzania skraplaczy amoniakalnych. Prowadzony jest również odzysk ostatniej wody płuczającej filtry piaskowe na Stacji Uzdatniania Wody. Ponadto odzysk wody i jej powtórne wykorzystanie w stacji uzdatniania wody daje oszczędności na poziomie 1000 m³ miesięcznie.

Browar Kasztelan odzyskuje nadmiar wody gorącej z procesu chłodzenia brzezki piwnej i wykorzystuje ją do podgrzewania piwa przed monoblokiem oraz schłodzoną do innych procesów produkcyjnych.

Browar Bosman posiada liczne rozwiązania umożliwiające odzysk i ponowne wykorzystanie wody, przykładowo:

- Wykorzystanie wody odzyskanej z oczyszczalni do okresowego płukania sit filtrujących ścieki zamiast używania do tego celu czystej wody. Magazynowanie

gorącej wody z odzysku ciepła w specjalnym zbiorniku. Każda warzelnia ma nadmiar gorącej wody, zamiast ją zrzucić, magazynujemy ją w zbiorniku i wykorzystujemy w późniejszym okresie do procesów warzenia piwa.

- Gaszenie piany w obiegu wodnym pompy próżniowej. Każda pompa próżniowa jest uszczelniana wodą i posiada swój zbiornik wody w układzie zamkniętym. W momencie gdy temperatura tejże wody wzrośnie pojawia się piana, która powoduje nieprawidłową pracę pompy. Dotychczas spieniona woda była wylewana do kanału, a na jej miejsce dobierano czystą wodę zimną. Po modernizacji piana w wodzie gaszona jest za pomocą odrobiny środka antypiennego co pozwala wyeliminować dobieranie czystej zimnej wody z powodu wypieniania. Zużycie wody na pompie linii B2 obniżyło się średnio o 24 m³ na dobę.



GOSPODARKA ŚCIEKAMI

Browar Okocim - ścieki oczyszczone z oczyszczalni odprowadzane są do rzeki Uszwicy zgodnie z pozwoleniem na odprowadzanie oczyszczonych ścieków. Na odpływie badane są parametry fizykochemiczne. Oczyszczalnia browaru pełni funkcje przemysłowo-komunalne służąc również mieszkańcom Brzeska.

Browar Kasztelan - ścieki odprowadzane są do kanalizacji miejskiej. Browar posiada instalację do uśredniania ścieków (obecnie nie pracuje ze względu na dobrą jakość ścieków)

Browar Bosman - oczyszczone ścieki odprowadzane są do kanału rzeki Odry.



GOSPODARKA ŚCIEKAMI

	OKOCIM	KASZTELAN	BOSMAN
Objętość ścieków	1 110 854 m ³ *	563 560 m ³ **	365 000 m ³

*Łączna objętość ścieków w Oczyszczalni w Brzesku w 2019 roku to 2 317 381 m³, w tym ścieki miejskie to 1 206 527 m³

** Browar wraz ze stodownią



ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU



ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU



Nasze piwa często znajdują się w centrum wydarzeń towarzyskich, a my chcemy, by ludzie cieszyli się nimi w sposób odpowiedzialny.

Podstawą podejścia Grupy Carlsberg jest budowa partnerstw. Współpracujemy z rządami, klientami oraz pozostałymi kluczowymi interesariuszami i partnerami branżowymi by umożliwiać, informować i edukować na temat odpowiedzialnych wyborów.

Kultura spożycia poprawia się w wielu częściach świata. Według danych Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) nastąpił spadek o 11% przypadków epizodycznego nadmiernego spożywania alkoholu w Europie pomiędzy 2010 i 2016 rokiem. Pozytywny trend dotyczy 29 z 30 krajów, w tym Polski¹. Międzynarodowy Ruch na rzecz Odpowiedzialnej Konsumpcji (IARD – International Alliance for Responsible Drinking) donosi natomiast

o spadku odsetka przypadków śmierci w wypadkach drogowych w wyniku spożycia alkoholu w 34 na 36 państw. Polska znajduje się w grupie państw gdzie poziom ten obniżył się o 30-60%². Jednakże, nie oznacza to, że problem nieodpowiedzialnej konsumpcji znikł.

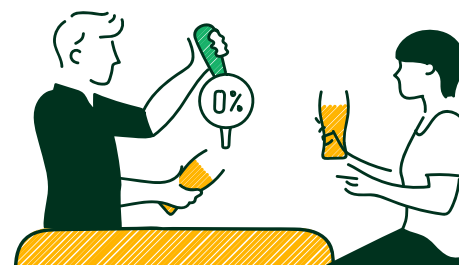
100%

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

W ciąży nie piję alkoholu

Nigdy nie jeżdżę po alkoholu

18 Alkohol. Tylko dla pełnoletnich



36%

dynamika wzrostu sprzedaży piw bezalkoholowych Carlsberg Polska (wolumen sprzedaży 2019 vs. 2018 r.)

CELE 2030

100%

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

CELE 2022

100%

DOSTĘPNOŚCI PIWA BEZALKOHOLEWEGO

100%

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

100%

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

99,5%

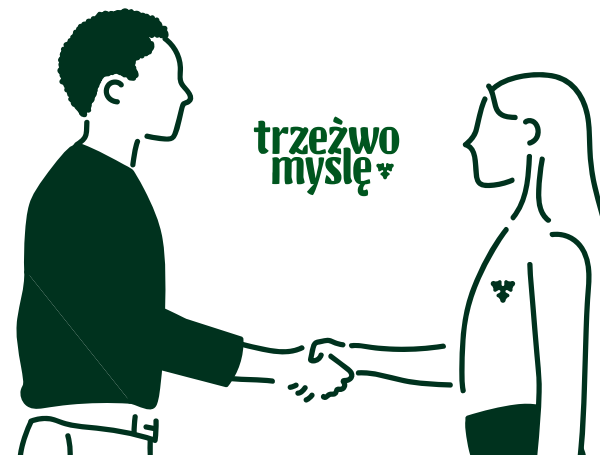
piw w ofercie Carlsberg Polska posiada zamieszczone na etykiecie informacje na temat składników i wartości odżywczych na 100 ml produktu



trzeźwo myślę

6 mln

osób – to zasięg naszej kampanii "Trzeźwo myślę" w 2019 roku.



¹ World Health Organization. Status report on alcohol consumption, harm and policy responses in 30 European countries. 2019.

² International Alliance of Responsible Drinking. Trends report drink driving. 2019.

Tworząc partnerstwa na rynkach, na których działa Grupa Carlsberg oraz współpracując z zespołami doradców i ekspertów w kwestiach społecznych i behawioralnych projektujemy programy stymulujące zmianę, promujące odpowiedzialne wzorce konsumpcji alkoholu.

Nasze podejście składa się z trzech sposobów, jakimi wspieramy konsumentów i społeczeństwo w ograniczaniu szkodliwego spożycia alkoholu:

1. STWARZANIE MOŻLIWOŚCI

Aby ułatwić konsumentom podejmowanie przemyślanych, świadomych decyzji, powiększamy nasze portfolio napojów bezalkoholowych. Do 2022 r. sprawimy, że produkty te będą dostępne na każdą okazję wszędzie tam, gdzie znajdują się nasze piwa zawierające alkohol. Ich popularność rośnie, co wynika z kilku trendów: koncentracji na zdrowiu i dobrym samopoczuciu, dążeniu do umiaru oraz coraz szerszej ofercie wysokiej jakości napojów bezalkoholowych.

2. INFORMOWANIE

Aby pomóc naszym konsumentom w podejmowaniu odpowiedzialnych decyzji dotyczących konsumpcji alkoholu, dążymy do umieszczania symboli odpowiedzialnościowych, a także informacji o wartościach odżywczych i składnikach na wszystkich opakowaniach skierowanych do konsumentów oraz w internecie. Aktualnie 100% naszych piw alkoholowych posiada na etykietach symbole odpowiedzialnościowe, które przestrzegają konsumentów przed jazdą po spożyciu alkoholu,

piciu w ciąży lub przez nieletnich. Natomiast 99,5% piw posiada informacje na temat składników i wartości odżywczych na 100 ml produktu. Informacje takie znajdują się we wszystkich naszych komunikatach marketingowych. Czynimy to zarówno w punktach sprzedaży, jak też w naszej komunikacji marketingowej. Dodatkowo na naszych platformach cyfrowych wdrożyliśmy rozwiązania w celu zapobiegania udostępniania treści osobom małoletnim.

3. ZACHĘCANIE DO ODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI

Podczas gdy konsumenci sami decydują o tym, jak spożywają nasze piwa, my możemy wspierać ich w dokonywaniu mądrych wyborów. Komunikując się za pomocą naszych marek staramy się angażować społeczeństwo w debatę na temat odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Może się ona odbywać dzięki współpracy z partnerami mającej na celu zachęcanie do mądrego wyboru alkoholu. Wspólnie prowadzimy kampanie i programy promujące odpowiedzialną konsumpcję alkoholu. Tam, gdzie bezpośrednie zaangażowanie jest niemożliwe, współpracujemy z organizacjami, które posiadają dostęp i wiarygodność, aby nieść nasze przesłanie.

NASZE PODEJŚCIE



STWARZANIE MOŻLIWOŚCI

Oferujemy szeroki zestaw piw bezalkoholowych, które konsumenci mogą wybierać na różne okazje.



INFORMOWANIE

Dostarczamy informacje na temat odpowiedzialnej konsumpcji na opakowaniach i w internecie, umożliwiając świadome wybory w zakresie konsumpcji alkoholu.



ZACHĘCANIE DO ODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI

Zachęcamy konsumentów do dokonywania pozytywnych wyborów dot. spożycia alkoholu poprzez dialog i zaangażowanie.

NASZE DZIAŁANIA

2019 rok był kolejnym krokiem realizacji naszego Programu TTZ w obszarze **ZERO nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu**. Kontynuowaliśmy działania w 3 obszarach – rozwijaliśmy ofertę piw bezalkoholowych, zwiększaliśmy zasięg i dostępność informacji o odpowiedzialnej konsumpcji, składzie, kaloryczności oraz wartościach odżywczych naszych piw, jak również zachęcaliśmy konsumentów do świadomych wyborów poprzez cykliczne programy takie jak "Trzeźwo Myśle", czy współpracę w ramach Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie”.



OSIĄGNIĘCIA 2018

Ok. 6 milionów
całkowity zasięg kampanii „Trzeźwo myślę” w 2019 r.

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

48%
dynamika wzrostu sprzedaży piw bezalkoholowych (mierzona wolumenem sprzedaży)

PLANY 2019

Realizacja kampanii „Trzeźwo myślę” i innych inicjatyw dot. promocji odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu i utrzymanie dotarcia z przekazem edukacyjnym na poziomie roku 2019

Utrzymanie poziomu: 100 proc. opakowań z informacją o składzie i kaloryczności oraz 100 proc. znaczków odpowiedzialnościowych

Dalszy rozwój oferty z segmentu piw zero %



” Działania na rzecz odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu to nasza podstawowa odpowiedzialność. Realizujemy ją na kilku poziomach począwszy od samoregulacji w obrębie branży, skończywszy na zachęcaniu do świadomego i odpowiedzialnego spożycia w ramach kolejnej już kampanii „Trzeźwo myślę”. Ważnym aspektem i odpowiedzią na potrzeby konsumentów jest również rozwój segmentu piw o obniżonej i zerowej zawartości alkoholu.

Beata Ptaszyńska-Jedynak,
Dyrektor ds. komunikacji w Carlsberg Polska

STWARZANIE MOŻLIWOŚCI

PIWO BEZALKOHOLOWE

Głównymi trendami w naszej branży jest coraz mniejsza konsumpcja czystego alkoholu pod postacią piwa, zmniejszenie zawartości procentowej alkoholu w piwie, spadek sprzedaży piw mocnych oraz umacnianie się pozycji piw bezalkoholowych³.

Rynek piw bezalkoholowych rozwija się nadal wyjątkowo dynamicznie. Źródłem tego zjawiska można upatrywać w rosnącym zainteresowaniu konsumentów zbilansowanym trybem życia, odpowiedzialnym podejściu do konsumpcji alkoholu oraz coraz bardziej ciekawej i różnorodnej ofercie piw 0,0%, która zachęca do próbowania orzeźwiających i ciekawych nowości. Dziś już nawet najbardziej wybredni konsumenci mogą znaleźć odpowiadający im profil smakowy. Biorąc pod uwagę bardzo szybki rozwój tego segmentu i zmianę przyzwyczajeń Polaków, piwo bezalkoholowe będzie jeszcze długo utrzymywać wysokie dynamiki wzrostu.



” W 2019 r. wypiliśmy blisko 0,6 miliona hektolitrow piwa alkoholowego mniej w porównaniu do 2018 r. Jeszcze kilka lat temu nie spodziewaliśmy się tak imponującego wzrostu sprzedaży piw 0,0%. Browarnicy obserwując rosnące zainteresowanie konsumentów tą kategorią, powiększają ofertę. Dynamiczny rozwój tej gałęzi piwnego rynku sprawia, że i w tym roku nie zbraknie u nas licznych, bezalkoholowych premier

Paul Davies,
prezes Zarządu Związku Pracodawców
Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie,
Prezes Zarządu Carlsberg Polska.



Z analiz firmy Nielsen wynika, że piwa 0,0% stworzyły osobną, silną kategorię, ponieważ stanowią już już niemal 5 proc. rynku piwa i taki sam odsetek rynku napojów bezalkoholowych. Wolumenowo piwa bezalkoholowe wzrosły w 2019 roku o ok. 56 proc.. Spośród piw 0,0% możemy wyróżnić segmenty odpowiadające gustom smakowym konsumentów, mianowicie najchętniej wybierane są warianty smakowe (2,9% kategorii), tuż za nimi lagery (1,6%), a zestawienie zamykają bezalkoholowe specjalności (0,2%), których stale przybywa.

³ Dane Nielsen Audience Measurement

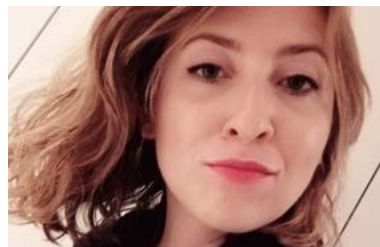
W 2019 roku kontynuowaliśmy rozwój oferty piw bezalkoholowych, aby sprostać oczekiwaniom konsumentów. Większość naszych nowości stanowiły piwa bezalkoholowe 0,0%:

Okocim Jasne Okocimskie 0,0%

Okocim Radler Sycylijska
Pomarańcza z limonką 0,0%

Okocim Radler
Jabłko z czereśnią 0,0%

Somersby Pear 0,0%



” Odpowiadając na ten trend Carlsberg Polska rozwija swoją ofertę. W 2019 roku wprowadziliśmy z sukcesem 4 nowe warianty nie zawierające alkoholu. Stoją za nimi marki cieszące się zaufaniem konsumentów – Okocim i Somersby. Zależy nam by nasze produkty nie miały alkoholu, za to były pełne smaku. Dbamy o to, by konsumenci w łatwy sposób odnajdywali produkty bezalkoholowe, wprowadziliśmy więc specjalne lodówki z czytelnymi oznaczeniami i materiały komunikacyjne.

Aleksandra Koszewska,
AFB Brand Manager w Carlsberg Polska



INFORMOWANIE

SAMOREGULACJA BRANŻY

Reklamy piwa podlegają regulacjom zawartym m.in. w Ustawie o wychowaniu w trzeźwości i wynikającym z nich ograniczeniom: nie mogą być adresowane do nieletnich, kojarzyć się z sukcesem życiowym, z wypoczynkiem, a w telewizji mogą być emitowane po godzinie 20. Wraz z pozostałymi przedstawicielami

branży piwowarskiej ustanowiliśmy dodatkowe zasady spisane w Kodeksie Etyki Reklamy.

Dodatkowo na każdym opakowaniu i w każdej reklamie znajdują się tzw. symbole odpowiedzialnościowe, które przestrzegają konsumentów przed jazdą po spożyciu alkoholu, picie w ciąży lub przez nieletnich.





Informacja na temat wartości odżywczych (g/100ml)

Kalorie	44 kcal
Wartość energetyczna	184 kJ
Wartość energetyczna	44 kcal
Tłuszcze	0 g
W tym kwasy tłuszczowe nasycone	0 g
Węglowodany	3,1 g
W tym cukry	0,9 g
Białko	0,4 g
Sól	<0,01g

RADA ETYKI REKLAMY

Ważnym aspektem naszych działań jest zadbanie o uczciwość i etykę w formułowaniu przekazu reklamowego. Carlsberg Polska jest członkiem wspierającym Radę Reklamy, a Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie”, do którego należymy, jest jej sygnatariuszem. Organ Rady Reklamy czyli Komisja Etyki Reklamy rozpatruje skargi na przekazy reklamowe zgłaszane przez konsumentów i przedsiębiorców. W 2019 roku odnotowaliśmy dwie skargi na reklamę

Carlsberg Polska, w obu przypadkach rozstrzygnięcie Komisji Etyki Reklamy było dla nas pozytywne.

ZWIĄZEK PRACODAWCÓW PRZEMYSŁU PIWOWARSKIEGO „BROWARY POLSKIE”

Już 11 lat uczestniczymy w pracach Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie”, wspierając wspólne działania branżowe na rzecz odpowiedzialnej konsumpcji. Od 2019 roku Prezesem Zarządu Związku został Paul Davies - Prezes Zarządu Carlsberg Polska.



Informacja na temat składu

Ekstrakt	11,8%
Alkohol	6%

Składniki:

woda, sód jęczmienny, jęczmień (J), syrop z pszenicy i siodu jęczmiennego (S), chmiel JS lub SJ – w zależności od kolejności użytych składników

Wartość energetyczna w 100 ml 183 kJ/44 kcal.

5 września 2019 r. w Brukseli członkowie The Brewers of Europe podpisali porozumienie o dobrowolnym zobowiązaniu do podawania informacji konsumenckiej na wszystkich opakowaniach jednostkowych piwa. Ma ono zostać zrealizowane do 2022 r. Carlsberg Polska, tak jak pozostałe browary zrzeszone w Związku Browary Polskie, wypełniły to zobowiązanie już w 2019 roku. Oznacza to zawarcie na etykietach piwa informacji o pełnym składzie i wartości odżywczej piwa.

PROGRAM „W RODZINIE SIŁA!”

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



PROGRAM „W RODZINIE SIŁA!”

2019 to już drugi rok programu realizowanego przez NS ZZ Solidarność Branża Spożywcza ze wsparciem ZPPP Browary Polskie. Celem jest pomoc rodzicom w ochronie niepełnoletnich przed dostępem do alkoholu i inicjacją alkoholową. Program zachęca dorosłych do dawania dzieciom dobrego przykładu odpowiedzialnych zachowań wobec

alkoholu. Stworzony został Dekalog Odpowiedzialnego Rodzica – zbiór zasad pomagających uniknąć zagrożeń wynikających z nieodpowiedzialnego picia napojów z procentami. Program został objęty honorowym patronatem Ministra Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej. Łączny zasięg działań w ramach programu to ponad 4 600 osób. W listopadzie 2019 w Centrum Kultury i Sztuki w Sierpcu

odbyło się spotkanie z cyklu „Współczesny nastolatek – wyzwania dla rodzica”. Odyła się debata z udziałem psycholog dziecięcej dr Aleksandry Piotrowskiej oraz dziennikarki Odety Moro, założycielki Fundacji Szczęśliwe Macierzyństwo. Dyskusja dotyczyła trudnych dla rodzica pytań i sytuacji, zaś trzonem debaty był Dekalog.

ODPOWIEDZIALNY SPRZEDAWCA

Kolejnym wspólnym projektem branży realizowanym już od lat jest platforma www.odpowiedzialny-sprzedawca.pl. Aby przeciwdziałać spożyciu alkoholu przez nieletnich narzędzie to edukuje pracowników sklepów w zakresie umiejętności asertywnego odmawiania sprzedaży alkoholu osobom nieuprawnionym do jego zakupu. Od początku pro-

gramu przeszkolonych zostało w ten sposób 37 523 Sprzedawców (stan na 31 grudnia 2019r.), w 2019 roku były to 523 osoby.

ZACHĘCANIE DO ODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI

III EDYCJA KAMPANII TRZEŻWO MYŚLĘ

„Trzeźwo myślę” to zarówno odpowiedzialne myślenie, jeśli chodzi o konsumpcję alkoholu, ale również - podejście do życia, odpowiedzialność za siebie i innych. To hasło przewodnie i filozofia naszej kampanii prowadzonej już trzeci rok.

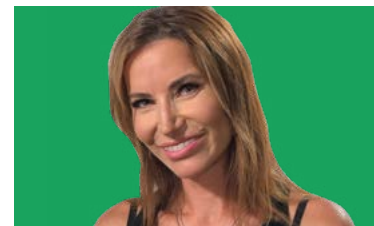
Promujemy odpowiedzialną konsumpcję alkoholu jako element nowoczesnego stylu życia. Robimy to łącząc działania angażujące konsumentów m.in. poprzez akcje prowadzone w barach i pubach oraz edukacyjne w mediach społecznościowych i placówkach medycznych na terenie kraju. Przekaz kierujemy w szczególności do kobiet w ciąży, kierowców i opiekunów małoletnich dzieci.

Zasięg kampanii w 2019 r.
– ok. 6 mln osób.

Podstawą kampanii są wyniki badania „Kocham Życie – Trzeźwo Myślę”, przeprowadzonego przez nas w 2018 roku. Jego celem było określenie stopnia odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu w Polsce. Analizowaliśmy następujące obszary:

- znaczenie „trzeźwego myślenia” w życiu
- zmiany w postawach społecznych dot. alkoholu np.: coraz większy brak akceptacji prowadzenia samochodów po alkoholu
- asertywność w odmawianiu

W każdej edycji wspierają nas influencerzy. W 2019 roku ambasadorami byli Vienio – warszawski raper i kucharz znany z ognistego temperamentu i własnego zdania na każdy temat, Karolina Pilarczyk – pierwsza polska drifterka, podwójna Mistrzyni Europy w drifcie i ambasadorka serwisu Moto.pl oraz Kasia Bigos – znana trenerka fitness i ambasadorka serwisu Myfitness.pl.



Karolina Pilarczyk,
pierwsza polska drifterka,
Podwójna Mistrzyni Europy w drifcie

Ambasadorzy nagrali materiały filmowe, w których w charakterystyczny dla siebie sposób interpretują, czym jest dla nich „trzeźwe myślenie” i jak się nim kierować w codziennym życiu. Wywiady z nimi można zobaczyć na ich profilach społecznościowych, serwisach Agory oraz na kanałach społecznościowych Carlsberg Polska.

Kolejny rok z rzędu kampanii towarzyszyły działania informacyjno-edukacyjne w ponad 100 placówkach medycznych grupy Lux Med i grupy Medicover w całej Polsce. Dedykowany spot był emitowany przez okres miesiąca.

trzeźwo myślę*



ŚWIATOWY DZIEŃ ODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI PIWA (GLOBAL BEER RESPONSIBILITY DAY).

Kolejny raz włączyliśmy się w tę międzynarodową inicjatywę łączącą branżę piwną w budowaniu świadomości i odpowiedzialnych postaw w kontekście spożywania alkoholu. W 2019 roku skupiliśmy

się na uświadamiającej komunikacji wewnętrznej, przypominając pracownikom o naszych działaniach w tym obszarze i zachęcając ich do odpowiedzialnych wyborów.

* Badanie przeprowadzone przez agencję badawczą SW Research w 2018 roku na zlecenie Carlsberg Polska.



ZERO
WYPADKÓW



ZERO WYPADKÓW



Zapewnienie bezpieczeństwa wszystkim osobom pracującym dla nas oraz z nami jest jedną z podstaw tego jak prowadzimy biznes

Osiągnięcie tego, by zasady BHP były nieustannie na uwadze wymaga odpowiedzialnego przywództwa, osobistego zaangażowania oraz bezwzględnego przestrzegania zasad bezpieczeństwa i rutyny zachowań.

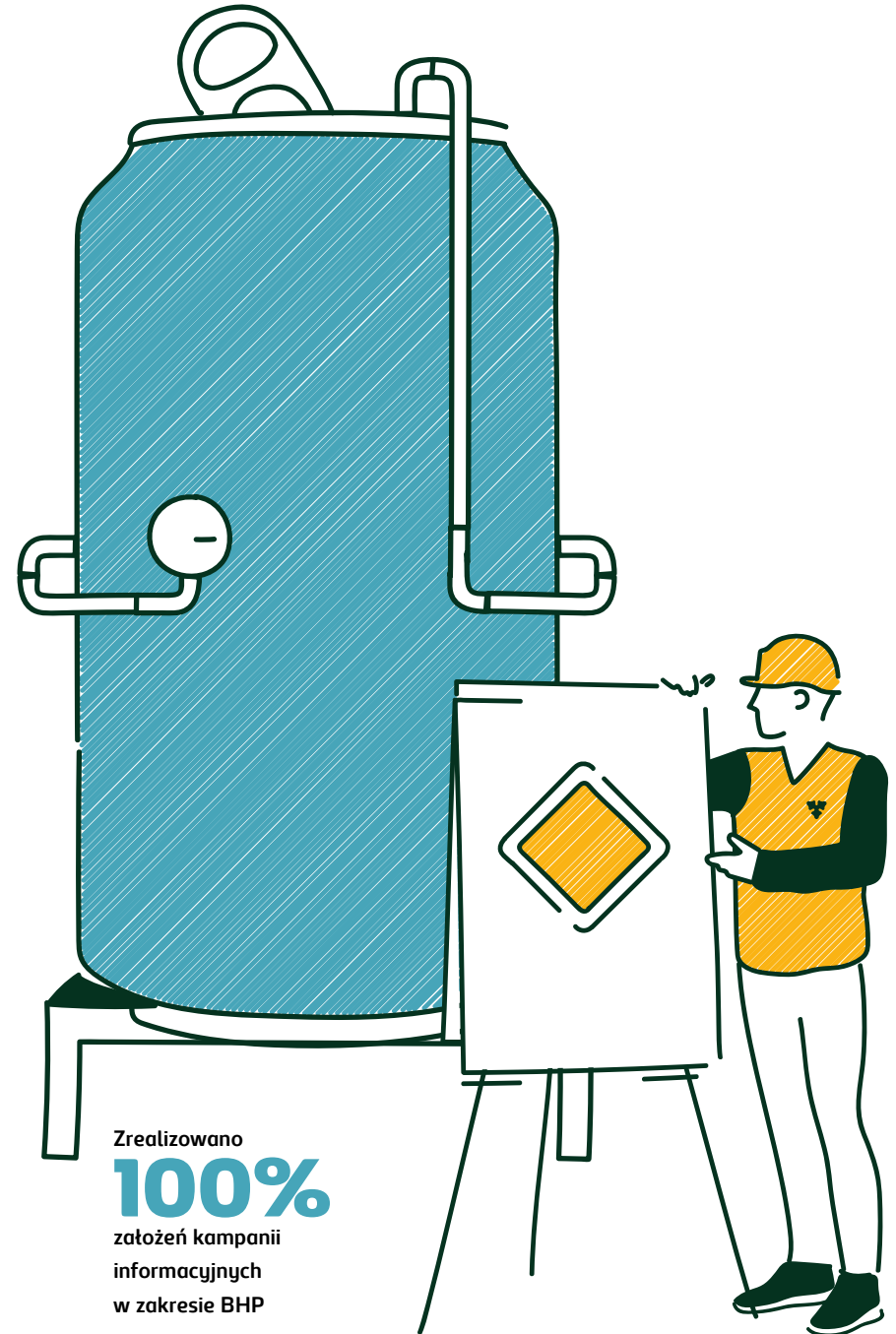
Choć osiągamy postęp w tym zakresie, nie możemy spocząć na laurach. Naszym celem jest redukcja wskaźnika wypadków do poziomu zero. Nie będzie to możliwe bez silnego zaangażowania każdego pracownika od prezesa i dyrektorów browarów, kończąc na pracownikach linii produkcyjnych oraz osobach reprezentujących naszych zewnętrznych partnerów i dostawców.

CELE 2030
ZERO WYPADKÓW

CELE 2022
REDUKCJA WSKAŹNIKA WYPADKÓW ROK DO ROKU



Ponad **600** uczestników Dni Bezpieczeństwa w naszych browarach



Zrealizowano **100%** założeń kampanii informacyjnych w zakresie BHP

NASZE WYNIKI ZA 2019 ROK

Podstawą naszych działań jest ciągła edukacja i uświadamianie, co realizujemy przez szkolenia, dni bezpieczeństwa w browarach oraz programy BEZPIECZNA PIĄTKA i 5 ZŁOTYCH ZASAD Grupy Carlsberg wprowadzonych w 2018 roku. Równie istotne jest zachęcanie pracowników do aktywnego uczestnictwa w tworzeniu kultury bezpieczeństwa co dzieje się zarówno przez program ciągłego doskonalenia KAIZEN¹ jak również poprzez tzw. obserwacje. Jest to identyfikacja zachowania lub warunków technicznych, które „w sprzyjających warunkach” mogą spowodować uraz, chorobę, stratę materialną lub środowiskową. Zarówno KAIZENy jak też obserwacje mają na celu zgłaszanie przez pracowników kwestii i sytuacji potencjalnie wypadkowych i zapobieganie im.

Wszystkie nasze browary posiadają certyfikowany System Zarządzania Bezpieczeństwem i Higieną Pracy OHSAS 18001. Służy on zapobieganiu urazom pracowników i związanych z nimi strat, eliminowaniu chorób zawodowych i minimalizowaniu absencji chorobowej, zaangażowaniu pracowników w działania w zakresie BHP.

	2018	2019
Wypadki śmiertelne	0	0
Wypadki ze zwolnieniem lekarskim	9 + 3 zewnętrzne*	9 + 3 zewnętrzne
Wypadki bez zwolnienia lekarskiego	13 + 2 zewnętrzne	4 + 1 zewnętrzny
Zgłoszone sytuacje potencjalnie niebezpieczne (near-miss)	117	151
Obserwacje behawioralne / techniczne	6695	17 467

W 2019 roku odnotowaliśmy istotny postęp na drodze do osiągnięcia celu ZERO wypadków na dwóch poziomach:

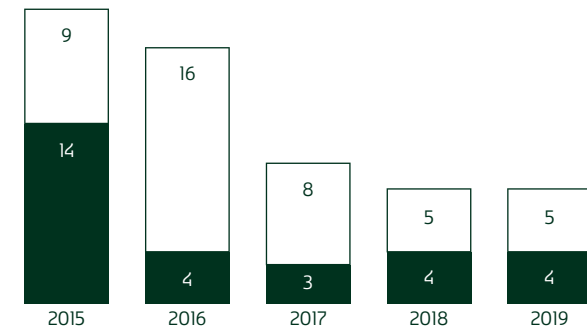
1. Zmniejszyliśmy poziom wypadków bez zwolnienia lekarskiego o blisko 70%
2. Zwiększyliśmy poziom obserwacji behawioralnych i technicznych o 261%, czyli o blisko 11 000 obserwacji

Jednym z naszych priorytetów na 2019 (który planujemy utrzymać w 2020 roku) było zaangażowanie pracowników w aktywne uczestnictwo w poprawie bezpieczeństwa

swojego miejsca pracy. Każda zgłoszona obserwacja to potencjalne źródło wypadku. Analogicznie near-miss, czyli sytuacje potencjalnie wypadkowe omawiany w zespołach działowych celem weryfikacji, czy podobna sytuacja nie może wydarzyć się w innym dziale, browarze, czy funkcji. Ich identyfikacja, a następnie eliminacja, pozwala na kształtowanie bezpieczniejszego środowiska pracy. Warto podkreślić, iż w obserwacjach aktywnie uczestniczyło ponad 95% pracowników browarów i magazynów.

W poprzednim roku utrzymaliśmy obniżony poziom 9 wypadków ze zwolnieniem lekarskim. W dalszym

WYPADKI ZE ZWOLNIENIEM LEKARSKIM 2015-2019



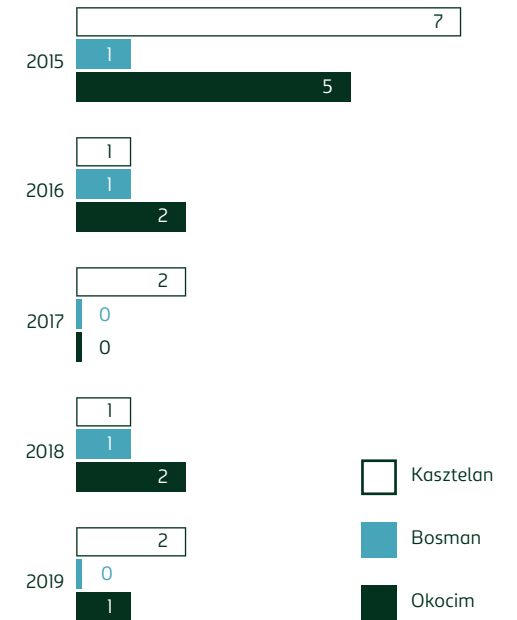
■ LTA Supply Chain (Wypadki ze zwolnieniem Produkcja i Logistyka)
 □ LTA Sales & Marketing (Wypadki ze zwolnieniem Sprzedaż i Marketing)

¹ Więcej na temat Programu – patrz str. X

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



LICZBA WYPADKÓW ZE ZWOLNIENIEM (LTA – LOST TIME ACCIDENT) W POSZCZEGÓLNYCH BROWARACH W LATACH 2015-2019



ciągu wyzwaniem są dla nas pracownicy firm zewnętrznych pracujący na terenach naszych browarów – liczba wypadków, w których uczestniczyli wyniosła 3 analogicznie jak w roku 2018.

Procedury i szybkie reagowanie

Każdy wypadek zgłaszany jest natychmiast (do 24 godzin) do specjalistów BHP. W tym samym czasie opracowywany jest raport wypadkowy i wysyłany do Grupy Carlsberg. Kolejne 24 godziny to czas na przygotowanie pełnego raportu wraz z przyczynami wypadku.



Jarosław Juszczyk, Menedżer ds. BHP w Carlsberg Polska

„Każdego dnia dokładamy starań, by podnosić świadomość i wzmacniać kulturę bezpieczeństwa wśród pracowników. Dlatego cieszy ogromne zaangażowanie w sferze obserwacji BHP. Za każdą obserwacją stoi zidentyfikowane przez pracownika ryzyko lub zachowanie, a identyfikacja to prosta droga do eliminacji zagrożenia i podnoszenia bezpieczeństwa w naszej firmie.

BEZPIECZNA PIĄTKA

Zachowania i codzienne postawy każdego z pracowników mają przełożenie na poziom bezpieczeństwa. Pragnąc podnosić poziom dążymy do zwiększania wśród pracowników poziomu świadomości bezpieczeństwa i roli każdego z nich w tym zakresie. Jednym z podstawowych programów jest tzw. „Bezpieczna piątka” określająca 5 kroków niezbędnych do wykonania pracy w bezpieczny sposób.



EDUKACJA I SZKOLENIA

Edukacja i szkolenia to nieodłączny element działań uświadamiających aby zwiększyć bezpieczeństwo. Każdego roku wybieramy i komunikujemy wybrane zagadnienia w formie kampanii informacyjnych.

W 2019 roku dotyczyły one prowadzenia prac na wysokości, w przestrzeniach zamkniętych oraz nadzoru nad podwykonawcami. Regularnie organizowane są również szkolenia z udzielania pierwszej pomocy dla pracowników w browarach i biurach. Kontynuowaliśmy również tzw. H&S Leadership Training. Są to szkolenia dla osób z kadry kierowniczej w zakresie znaczenia roli Lidera w budowie kultury bezpieczeństwa i wykorzystywania narzędzi, które mamy, aby wzmocnić komunikację w obszarze BHP.

Oprócz szkoleń i warsztatów z określonych zagadnień w zakresie BHP, pracownicy browarów są regularnie informowani o zasadach bezpieczeństwa poprzez oznaczenia w browarach, plakaty i newslettery. Z kolei dla wszystkich gości Carlsberg Polska przygotowaliśmy filmy edukacyjne, które są przewodnikiem bezpiecznego poruszania się po terenie browarów.

5 ŻŁOTYCH ZASAD

Kolejnym programem mającym na celu uświadamianie, ale również wskazywanie konkretnych aspektów w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy jest wprowadzone w 2018 roku 5 ŻŁOTYCH ZASAD Grupy Carlsberg mogących uratować życie. Obejmują one najbardziej ryzykowne obszary naszej działalności i potencjalnych zagrożeń wypadkami:

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

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

OSIĄGNIĘCIA 2019

Kształtowanie kultury bezpieczeństwa poprzez szkolenia z Przywództwa w BHP oraz promocję obserwacji związanych z bezpieczeństwem pracy.

Kampanie szkoleniowe dotyczące prac na wysokości oraz prac w przestrzeniach zamkniętych. Szkolenie z pierwszej pomocy dla liderów sił sprzedaży.

Pilot – szkolenie online dotyczące zagrożeń podczas poruszania się samochodem dla sił sprzedaży.

Dni Bezpieczeństwa w 3 browarach. Udział ponad 600 osób w trzech lokalizacjach.

PLANY 2020

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

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

Kontynuacja szkolenia „online” dotyczącego zagrożeń podczas poruszania się samochodem dla całej organizacji.

Kontynuacja Dni Bezpieczeństwa w browarach.

BEZPIECZEŃSTWO NA DROGACH

W trosce o bezpieczeństwo pracowników instalowane są w ich autach służbowych AlkoStopy. Obecnie 66 proc. samochodów służbowych w firmie posiada AlkoStopy (w 2018 – 38 proc.). We wrześniu 2019 roku rozpoczęliśmy cykl szkoleń online z zasad bezpiecznej jazdy dla użytkowników samochodów w Carlsberg Polska.

Szkolenie składa się z trzech lekcji zwracających uwagę na najczęściej występujące zagrożenia związane z prowadzeniem samochodu:

Lekcja nr 1: MIT o podzielności

uwagi ukazujący negatywny wpływ korzystania z telefonu podczas prowadzenia samochodu na czas reakcji kierowcy.

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

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

W browarach w ramach prac poprawiających bezpieczeństwo ruchu drogowego i pieszego wykonaliśmy

m.in. przebudowę wjazdu do browaru Bosman, modernizację drogi w okolicy Starej Leżakowni w Browarze w Brzesku wraz z sygnalizacją świetlną oraz kontynuowaliśmy prace związane dodatkowym oznaczeniem ścieżek dla pieszych oraz ich fizycznym oddzieleniem od



Do projektu zapraszamy tych pracowników, którzy odnotowali znaczne przekroczenie prędkości bądź spowodowali wypadek lub mają znacząco wyższe od innych zużycie paliwa. Obecnie w projekcie uczestniczy 21 osób. Jestem przekonany, że ten element znakomicie uzupełni paletę profilaktycznych działań zmierzających do celu „ZERO wypadków” spowodowanych przez naszych kierowców.

Michał Soćko
Menedżer Floty Samochodowej
w Carlsberg Polska

dróg. W roku 2019 w dalszym ciągu mierzyliśmy prędkość pojazdów na terenie naszych browarów. Dodatkowo przygotowano nowe bezpieczne miejsca składowania materiałów do produkcji.

DZIEŃ BEZPIECZEŃSTWA W BROWARACH

Ponad 160 pracowników w Szczecinie, 270 w Brzesku, około 170 osób w Sierpcu, a także pracownicy firm zewnętrznych uczestniczyli w Dniu Bezpieczeństwa zorganizowanym po raz kolejny w naszych Browarach. W 2019 roku do stacji związanych z 5 ZŁOTYMI ZASADAMI dodaliśmy

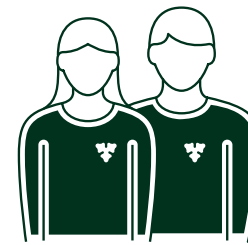
stację związaną z bezpieczeństwem przy pracy ze stężonymi środkami chemicznymi. Prezentowane materiały oraz ćwiczenia opracowane zostały przez przedstawicieli naszych browarów. Tematyka poszczególnych stacji prezentowała się następująco:

1. Bezpieczeństwo na drogach i w magazynach – symulacje sytuacji na drodze i w magazynie, w kontekście bezpieczeństwa pieszych przebywających w pobliżu.
2. LOTO oraz zakaz zdejmowania osłon z maszyn i omijania syste-

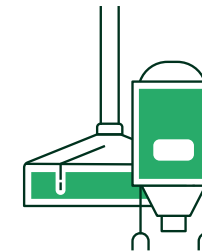
BEZPIECZNE AUTO CARLSBERGA

Działając w ramach programu Bezpieczne Auto Carlsberga (BACa), zorganizowaliśmy szkolenia na autodromach dla 156 użytkowników aut służbowych. Niezmiennie od lat ćwiczymy jazdę w trudnych warunkach, aby budować umiejętność właściwej oceny sytuacji, świadomość niebezpieczeństw, możliwych skutków zbyt szybkiej jazdy. Wpisuje się to w kompleksowy komunikat

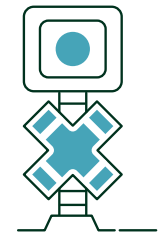
dla naszych pracowników, że zależy nam na bezpiecznej i zrównoważonej jeździe. W 2019 roku program BACa wzbogacił się o nowy element szkoleniowy. Proponujemy użytkownikom samochodów służbowych, którzy wykazują niewystarczającą wiedzę w zakresie bezpieczeństwa drogowego, monitorowanie stylu jazdy w oparciu o wskazania Telemetrii. W ten sposób łatwiej jest wskazać obszary do poprawy i zmierzyć progres.



600
PRACOWNIKÓW



3
BROWARY



6
STACJI
TEMATYCZNYCH

mów bezpieczeństwa - prezentacja zagadnień odcinania energii podczas prowadzonych prac remontowych i na maszynach oraz ryzyk związanych z nie zachowaniem procedur bezpieczeństwa.

3. Praca na wysokości oraz prace w przestrzeni zamkniętej - pokaz najlepszych praktyk podczas prac na wysokości oraz stosownego przygotowania. Ćwiczenia ze sprzętem do określonych sytuacji, również potencjalnie wypadkowych.

4. Szkolenie Chemia – Oczyszczanie - przypomnienie podstawowych zagrożeń, i sposobów ich ograniczania podczas pracy ze środkami chemicznymi.

5. Udzielanie pierwszej pomocy – pokaz podstawowych technik, w szczególności z użyciem defibrylatora (AED).

6. Ogólne zasady BHP w tym analiza wypadków, near -missów i obserwacji z browarów Carlsberga - analiza danych z ostatniego roku.



POMYSŁY USPRAWNIAJĄCE KAIZENY

Kultura ciągłego doskonalenia jest żywa w naszych browarach. Najlepsze pomysły na usprawnianie miejsca pracy pochodzą od pracowników bezpośrednio zaangażowanych w dany proces. Jednym z tematów, w którym zachęcamy załogę do zgłaszania tzw. KAIZENów jest bezpieczeństwo i higiena pracy.

BROWAR BOSMAN – USUNIĘCIE RYZYKA OPARZEŃ

Dostarczanie syropu na warzelnię wymagało podłączenia bądź odłączenia kolanka z panelu, co mogło grozić oparzeniem, gdyż w kolanku pozostawały resztki gorącej wody, a używanie klucza hakowego mogło stwarzać sytuacje potencjalnie wypadkowe. KAIZEN założył wyeliminowanie konieczności częstego zdejmowania kolanka poprzez dospawanie do niego elementu pozwalającego na bezpośrednie podłączenie węża, który obecnie stosowany jest w większości przypadków.

BROWAR OKOCIM – ELIMINACJA KONIECZNOŚCI PRACY NA WYSOKOŚCI

Pompka umożliwiająca dozowanie dodatków do zbiorników tęgów w stacji CIP-2 umieszczona była na wysokości około trzech metrów. W wyniku tego wszelkie operacje takie jak kontrola pracy, otwieranie, zamykanie zaworów, remonty musiały być wykonywane z drabiny lub podestu. KAIZEN założył przeniesienie układu niżej na wysokość, która umożliwi pracownikowi bezpiecznie wykonać pracę, bez konieczności pracy na wysokości.

BROWAR KASZTELAN – ZACHOWANIE BEZPIECZNEJ ODLEGŁOŚCI

Przycisk potwierdzający wjazd palety z pustą butelką znajdował się w polu pracy wózka widłowego. KAIZEN założył przeniesienie przycisku w obszar oddalony od miejsca pracy wózka widłowego z zachowaniem przepisowych 3m. W wyniku czego nastąpiła poprawa bezpieczeństwa pracy operatora.



NASI PRACOWNICY

NASI PRACOWNICY

Zaangażowanie naszych pracowników, budowa kultury organizacyjnej w oparciu o określone wartości oraz nieustanny rozwój to nasze kluczowe zadania w obszarze zarządzania kapitałem ludzkim. Jesteśmy innowacyjnym, dynamicznym i inspirującym miejscem pracy. Stawiamy na pracę zespołową oraz odpowiedzialne podejście do naszego biznesu piwowarskiego.

Pracujemy zgodnie z misją „Warzymy dla lepszego dziś i jutra” oraz Kulturą 3A, w której ważne są dla nas:

ALIGNMENT
(UZGODNIENIE)

ACCOUNTABILITY
(ODPOWIEDZIALNOŚĆ)

ACTION
(DZIAŁANIE)

KONKURS
AMBASADORZY KULTURY 3A
otrzymaliśmy aż


 **443**
zgłoszenia

z których jury wyłoniło

 **30**
osób

 **84%**
pracowników jest
zadowolonych z pracy

 **79%**
zaangażowanie
pracowników

 **4,89 na 5**
średnia ocena szkoleń
otwartych w edycji
jesiennej 2019



1405
pracowników
w 2019 roku



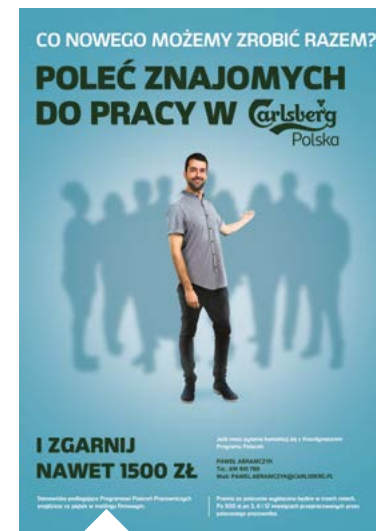
26%
naszej kadry
to kobiety (359)



74%
naszej kadry
to mężczyźni (1046)



16 394
łączna liczba
godzin szkoleniowych
naszych pracowników
w 2019 roku



**#CONOWEGO
MOŻEMY
ZROBIĆRAZEM**

strategia działań employer branding oparta na badaniu Employer Value Proposition.

Rok 2019 to realizacja strategii Employer Brandingowej #CoNowegoMożemyZrobićRazem w zgodzie z Kulturą 3A. W komunikacji postawiliśmy na dumę z naszych osiągnięć, takich jak uwarzenie pierwszego lagera na ziemiach polskich czy wprowadzenie pierwszego piwa w puszcze. Podkreślaliśmy, że warzymy doskonale, znane piwa i jesteśmy innowacyjni. Zwróciliśmy uwagę na to, że szukamy kandydatów do pracy, którzy chcą mieć realny wpływ na warzenie dla lepszego dziś i jutra, dla których ważne są nasze wartości. Rok 2020 będzie kontynuacją, a zarazem dostosowaniem lokalnych aktywności do założeń globalnej strategii Employer Brandingowej, ogłoszonej przez Grupę Carlsberg z końcem 2019 roku.

Małgorzata Wenclaw-Kosińska,
Kierownik ds. Rozwoju i Szkoleń

Budowanie marki pracodawcy w celu utrzymania obecnych pracowników i pozyskiwania nowych talentów

BUDOWA MARKI PRACODAWCY

Całość działań budujących markę pracodawcy (Employer Branding) w 2019 r. oparliśmy na koncepcie strategicznym „Co nowego możemy zrobić razem?”. Bazuje on na innowacyjności firmy, jej osiągnięciach i tworzeniu nowych, przełomowych rozwiązań. Obszar ten został uznany przez pracowników jako jeden z istotniejszych filarów

EMPLOYER VALUE PROPOSITION (EVP)

Proces ten oparty był na badaniach, w których udział wzięło 120 pracowników Grupy, reprezentujących wszystkie działy i stanowiska. Zapewniło nam to szerokie spojrzenie na potrzeby i oczekiwania każdej z grup docelowych. W trakcie procesu zdefiniowaliśmy zestaw wyróżników Grupy Carlsberg jako pracodawcy. Wypracowaliśmy plan komunikacji i działań prowadzących do pozyskania talentów, który skutecznie realizujemy.

Employer Value Proposition (EVP)

podczas procesu budowania strategii employer branding.

W komunikacji Pracodawcy postawiliśmy na promocję największych osiągnięć i innowacji Grupy Carlsberg, z których jesteśmy dumni. Zarówno globalnych, takich jak odkrycie skali pH oraz lokalnych, jak pierwsze w Polsce piwo w puszcze. W komunikacji podkreślaliśmy fakt, że jako firma warzymy doskonałe znane piwa, lubimy wyzwania i kusi nas wymyślanie nowych rozwiązań, dlatego jesteśmy innowatorami w branży piwnej. Zwracamy też uwagę na to, że szukamy kandydatów, którzy chcą mieć realny wpływ na tworzenie nowych rozwiązań i być częścią zmian, które wdrażamy, inspirując partnerów biznesowych, konkurencję i rynek.

Działania rozpoczęliśmy w kwietniu, zaczynając "wewnątrz" organizacji. We wszystkich browarach i biurach umieściliśmy plakaty z nową kampanią, a założenia projektu przedstawiliśmy w przygotowanym przez nas wideo oraz opisaliśmy w gazecie firmowej, w której zamieściliśmy także wywiady z naszymi pracownikami. Podziękowaliśmy także, przy okazji, naszym zespołom za udział w procesie strategicznym, bo bez nich nasza komunikacja nie mogłaby

być tak prawdziwa i skuteczna.

W sierpniu, w ramach procesu budowania marki pracodawcy, wdrożyliśmy odmieniony system poleceń pracowniczych, dzięki któremu nasi pracownicy zaczęli częściej polecać do pracy swoich znajomych.

Na zewnątrz organizacji zmieniliśmy komunikację z kandydatami poprzez lepiej dopasowane ogłoszenia i formularze rekrutacyjne. Zrealizowaliśmy kilka akcji promujących pracę w naszych browarach i pojawiliśmy się na wybranych targach pracy, promując się zgodnie z nową strategią. Nasze komunikaty rekrutacyjne znalazły się też na naczepach samochodów dostawczych w Szczecinie, zachęcając mieszkańców do aplikowania do naszego browaru.

Wewnętrznie, w ramach #CoNowegoMożemyZrobićRazem, odświeżyliśmy formułę szkoleń wprowadzających dla nowych pracowników, mając na celu ich szybszą integrację w naszym zespole. Podczas spotkania w biurze głównym w Warszawie, powitanie nowo zatrudnionych osób odbywa się przy kawie i ciastku. Dla nowych osób wprowadziliśmy też upominek w postaci zestawów powitalnych (welcome pack'ów), wręczanych w ekologicznych torbach. Częścią



Carlsberg Polska

SKALA pH TO NASZE ODKRYCIE.

CO NOWEGO MOŻEMY ZROBIĆ RAZEM?

Aplikuj na: carlsbergpolska.pl/pracuj-z-nami



Carlsberg Polska

PIERWSI W POLSCE WPROWADZILIŚMY PIWO W PUSZCE.

CO NOWEGO MOŻEMY ZROBIĆ RAZEM?

Aplikuj na: carlsbergpolska.pl/pracuj-z-nami

Carlsberg Polska

UWARZYLIŚMY PIERWSZE JASNE PEŁNE W POLSCE.

CO NOWEGO MOŻEMY ZROBIĆ RAZEM W BROWARZE BOSMAN?

OPERATOR PRODUKCJI

Będiesz pracował z produktami, które wywołują emocje...
Prawdopodobnie najlepszymi na świecie...

CO OTRZYMASZ?

- Jasny system premiowy
- Opielka medyczna w LuxMed
- Umowa o pracę
- Karta sportowa
- Możliwość awansu
- Wczasy pod gruszą
- Pracę w nowoczesnym parku maszynowym
- Szkolenia z procesu produkcji piwa
- Wycieczki dla pracowników i ich rodzin
- ... uwarzone przez Ciebie piwo, na święta

CO BĘDZIESZ ROBIĆ?

- Warzyć piwo z tradycjami
- Liczyć się od pasjonatów
- Dbać o jakość naszych produktów
- Współtworzyć jedno z najbezpieczniejszych miejsc pracy w kraju
- Mieć wpływ na przebieg procesów produkcji piwa

CZEGO OCZEKUJEMY?

- Chęci do nauki i doskonalenia się
- Umiejętności pracy w zespole
- Odpowiedzialności za swoją pracę
- Gotowości do pracy w trybie tryzmiánowym, także w weekendy
- Dobrej organizacji pracy

APLIKUJ

programu wprowadzającego dla osób dołączających do naszej organizacji jest także zwiedzanie browaru, połączone z warsztatami nt. procesu warzenia piwa oraz przybliżającymi historię firmy Carlsberg na świecie i w Polsce. Podczas tych spotkań przedstawiamy naszą misję oraz strategię: SAIL'22 i zrównoważonego rozwoju. Pokazujemy założenia programu Together Towards ZERO, opisujemy charakterystykę sprzedaży naszych produktów, przedstawiamy portfolio naszych marek, zakres działania HR'u, procesy logistyki i łańcucha dostaw oraz ważne zagadnienia prawne. Dla wszystkich nowych i obecnych pracowników wprowadziliśmy również dedykowane e-szkolenie „Witaj w Carlsberg Polska”.

W kolejnym roku pracować będziemy nad dywersyfikacją źródeł pozyskiwania kandydatów, ze szczególnym uwzględnieniem w pełni mierzalnych kampanii online, opartych o dane oraz budowania profili naszych kandydatów. Narzędzia, z których będziemy korzystać pozwolą nam skutecznie zwiększać efektywność i budować markę pracodawcy Grupy Carlsberg. Wizerunkowo będziemy dopasowywać nasze działania lokalne do wytycznych globalnej strategii Employer Brandingowej, ogłoszonej pod koniec 2019 roku.

CO NOWEGO MOŻEMY ZROBIĆ RAZEM?

POLEĆ KOLEŻANKĘ DO PRACY W Carlsberg Polska

I ZGARNIJ NAWET 1500 ZŁ

Pracuj w nowoczesnym parku maszynowym w pełni mierzalnych kampanii online, opartych o dane oraz budowania profili naszych kandydatów. Narzędzia, z których będziemy korzystać pozwolą nam skutecznie zwiększać efektywność i budować markę pracodawcy Grupy Carlsberg. Wizerunkowo będziemy dopasowywać nasze działania lokalne do wytycznych globalnej strategii Employer Brandingowej, ogłoszonej pod koniec 2019 roku.

CO NOWEGO MOŻEMY ZROBIĆ RAZEM?

POLEĆ KOLEGĘ DO PRACY W Carlsberg Polska

I ZGARNIJ NAWET 1500 ZŁ

Pracuj w nowoczesnym parku maszynowym w pełni mierzalnych kampanii online, opartych o dane oraz budowania profili naszych kandydatów. Narzędzia, z których będziemy korzystać pozwolą nam skutecznie zwiększać efektywność i budować markę pracodawcy Grupy Carlsberg. Wizerunkowo będziemy dopasowywać nasze działania lokalne do wytycznych globalnej strategii Employer Brandingowej, ogłoszonej pod koniec 2019 roku.

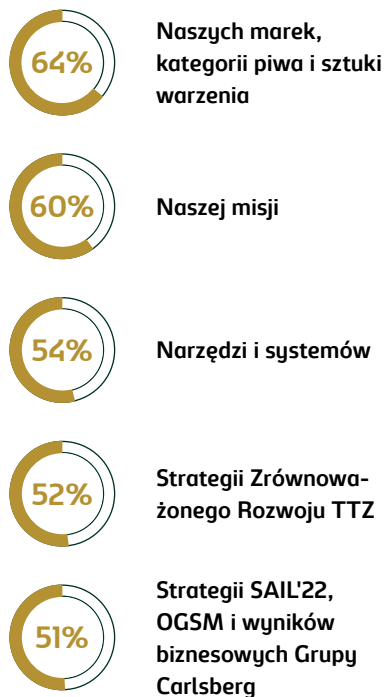
MIJESCE PRACY

SŁUCHAMY NASZYCH PRACOWNIKÓW
W anonimowym badaniu oceniającym komunikację wewnętrzną w Carlsberg Polska udział wzięło 460 pracowników. 88% twierdzi, że „są dobrze poinformowani”, natomiast aż 95% „wie gdzie znaleźć potrzebne im informacje”. Blisko 90% ocenia, iż otrzymuje wystarczająco dużo informacji na temat bieżących spraw, projektów i wydarzeń dot. Carlsberg Polska.

ULUBIONE ŹRÓDŁA INFORMACJI

E-mail	92%
Rozmowy z innymi pracownikami	92%
Spotkania zespołu z przełożonym	89%
Piątkowy e-newsletter	84%
Intranet	83%
Magazyn Carlsbergowo (79% pracowników deklaruje, że czyta Carlsbergowo)	77%
Strona korporacyjna	64%
Spotkania informacyjne (Town Halls)	63%
Spotkania cyklowe (91% wśród działów sprzedaży)	53%

CZUJĘ SIĘ DOBRZE POINFORMOWANY NA TEMAT:



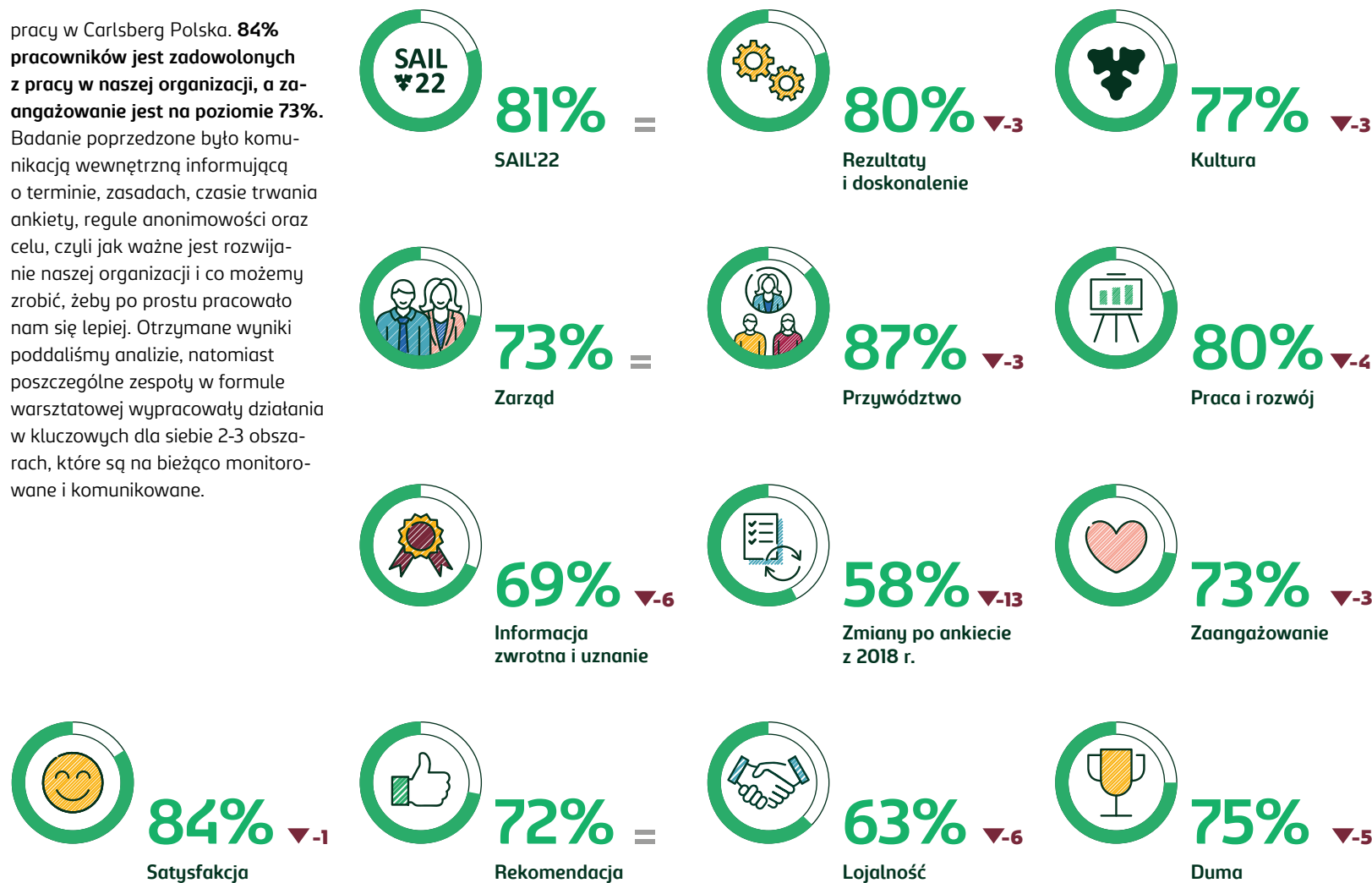
Wśród tematów budzących największe zainteresowanie znajdują się sprawy pracownicze, informacje na temat naszego biznesu/firmy, wieści z branży piwowarskiej, a także informacje o naszych markach.

W tegorocznym badaniu zaangażowania **Moja Opinia** aż 89% pracowników wypowiedziało się na temat

MOJA OPINIA 2019

pracy w Carlsberg Polska. **84% pracowników jest zadowolonych z pracy w naszej organizacji, a zaangażowanie jest na poziomie 73%.** Badanie poprzedzone było komunikacją wewnętrzną informującą o terminie, zasadach, czasie trwania ankiety, regule anonimowości oraz celu, czyli jak ważne jest rozwijanie naszej organizacji i co możemy zrobić, żeby po prostu pracowało nam się lepiej. Otrzymane wyniki poddaliśmy analizie, natomiast poszczególne zespoły w formule warsztatowej wypracowały działania w kluczowych dla siebie 2-3 obszarach, które są na bieżąco monitorowane i komunikowane.

PORÓWNANIE WYNIKÓW VS 2017



BUDUJEMY KULTURĘ ORGANIZACYJNĄ

Od lat rozwijamy Kulturę 3A, w której ważne są dla nas:

ALIGNMENT
(UZGODNIENIE)

ACCOUNTABILITY
(ODPOWIEDZIALNOŚĆ)

ACTION
(DZIAŁANIE)

W 2019 roku w Grupie Carlsberg, w tym w Polsce, realizowaliśmy warsztaty w oparciu o odświeżoną Kulturę 3A. Od października do grudnia, 200 liderów, w ramach 12 grup szkoleniowych, miało okazję wypracować rozwiązania dotyczące naszych wartości, podzielić się swoim doświadczeniem oraz poznać narzędzia, które pozwalają zastosować nabyte umiejętności oraz wiedzę w praktyce.

Browar w Szczecinie

2 grupy
29 uczestników

Browar w Sierpcu

2 grupy
31 uczestników

Hotel Ossa

1 grupa
11 uczestników

Biuro Główne w Warszawie

4 grupy
63 uczestników

Browar w Brzesku

3 grupy
66 uczestników

WARSZTATY KULTURA 3A DLA LIDERÓW



12
grup



200
przeszkolonych liderów



5
lokalizacji
Biuro Główne w Warszawie
browar w Brzesku
browar w Sierpcu
browar w Szczecinie
hotel Ossa



4
trenerów
K. Milewska
R. Kopacz
W. Wala
M. Wenclaw-Kosinska

AMBASADORZY KULTURY 3A

W ramach naszej Kultury, co roku doceniamy i nagradzamy dobrą pracę w ramach Konkursu **Ambasadorzy Kultury 3A**. Otrzymaliśmy aż **443 zgłoszenia**, z których jury wyłoniło 30 laureatów.



30
dni



443
zgłoszenia



155
osób zgłaszających



30
laureatów



6
kategorii

Pasja
Pokora
Praca zespołowa
Profesjonalizm
Przedsiębiorczość
Samosterowność

Celem jest wyróżnianie osób będących przykładem działania zgodnie z naszymi wartościami.

PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ

Szukanie szans i wyzwań, doprowadzanie spraw do końca.

PASJA

Zaangażowanie w pracę, sprawę firmy, optymizm w działaniu.

PRACA ZESPOŁOWA

Umiejętność dostarczania rezultatów w zespołach, współpraca x-funkcyjna.



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

SAMOSTEROWNOŚĆ

Samodzielne działanie, wewnętrzna motywacja.

PROFESJONALIZM

Wysoki (vs rynek) poziom umiejętności i wykonywanej pracy.

POKORA

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



Zgłoszenia są widoczne dla wszystkich pracowników w intranecie i na dedykowanej stronie www. 30 zwycięzców otrzymało tytuł Ambasadora Kultury 3A, nagrodę pieniężną i statuetkę.

**KRYTERIA, KTÓRE BYŁY BRANE POD UWAGĘ PRZEZ JURY, TO:**

jakość zgłoszenia



zgodność z Kulturą 3A



wpływ na innych pracowników



wpływ na działalność firmy

SZKOLENIA I ROZWÓJ

Praca w Carlsberg Polska oznacza nieustanne możliwości rozwoju dla pracowników. Zakładamy, że uczenie się w pracy oraz od współpracowników jest równie ważne, jak poprzez formalne kursy i szkolenia. Dajemy taką możliwość począwszy od obowiązkowych szkoleń wprowadzających czy stanowiskowych, poprzez szkolenia otwarte i dostęp do zdalnej platformy szkoleniowej, skończywszy na programie rozwoju liderów.

Dodatkowo dla menedżerów Sprzedaży i Produkcji prowadzimy warsztaty w formie Train The Trainer, mające na celu przygotowanie ich do roli trenera, dzielenia się wiedzą z podwładnymi, wdrażania do pracy, etc. W 2019 roku wdrażaliśmy także warsztaty Kultura 3A dla liderów. W pięciu lokalizacjach, w ramach 12 grup warsztatowych, przy wsparciu 4 trenerów wewnętrznych, w warsztatach wzięło udział łącznie 200 osób. Warsztaty będą kontynuowane w formie on-line w 2020 roku.

NASZE SZKOLENIA*

Kategorie pracowników	Średnia liczba godzin szkoleniowych		Łączna ilość godzin szkoleniowych	
	2018	2019	2018	2019
Sprzedaż i Marketing	12h	12h	6 089h	6 180h
Produkcja	14h	12h	8 297h	7 404h
Logistyka	14h	12h	2 477h	2 040h
Administracja (HR, Finanse, PR)	8,5h	10h	680h	770h
			17 543h	16 394h

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

Od 2018 roku funkcjonuje platforma szkoleniowa LMS (e-platforma szkoleniowa), która umożliwia pracownikom dostęp do bogatej oferty szkoleń Grupy Carlsberg oraz szkoleń przygotowanych przez Dział Rozwoju i Szkoleń, specjalnie dla pracowników w Polsce.

SZKOLENIA OTWARTE

W dwóch edycjach (wiosennej i jesiennej) szkoleń otwartych w 2019 roku przeszkoliliśmy 283 uczestników, którzy spędzili 196 godzin na salach szkoleniowych. Średnia ocena szkoleń i ich praktycznego zastosowania w codziennej pracy została oceniona w edycji wiosennej na poziomie 4,61, natomiast w jesiennej na poziomie 4,89 (skala 1-5, gdzie 1 nieprzydatne – 5 bardzo przydatne).

Analogicznie jak w latach poprzednich szkolenia cieszyły się dużą popularnością, a listy uczestników zapełniały się w pierwszych godzinach od ich ogłoszenia. W edycji jesiennej rozwijaliśmy naszych pracowników w 14 obszarach, a poza szkoleniami specjalistycznymi, nowymi szkoleniami z obszaru sprzedaży czy zrównoważonego rozwoju, w ofercie pojawiły się tematy dedykowane kadrcie menedżerskiej.

„Ogromna dawka wiedzy dotyczącej zmian klimatycznych oraz mocne zaakcentowanie naszego, niestety negatywnego, wpływu na te zmiany. Prezentacja bardzo ciekawa i fantastycznie prowadzona!

„ Nowe spojrzenie na naszą pracę, wyjście poza rutynę codziennego działania

„ Dzięki temu spotkaniu zrozumiałem, jak ważne jest by umieć się postawić w roli klienta

PROGRAM LIDERZY CARLSBERGA

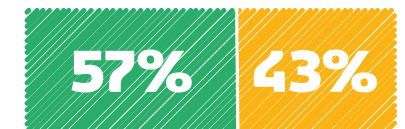
Trzecią edycję programu rozwoju liderów ukończyły w 2019 roku 22 osoby. Uczestnikami były osoby, które są menedżerami, liderami lub sukcesorami na stanowiska menedżerskie, lidarskie.

Szkolenia realizowane są przez trenera zewnętrznego lecz przy wsparciu członków zarządu (angażując się w program, uczestnicząc, dzieląc się doświadczeniem, udzielając feedbacku w prezentacjach przygotowanych przez uczestników na zakończenie programu). Dodatkowo, w 3-ciej edycji wprowadzenie części modułów szkoleniowych zaangażowani byli absolwenci 2-giej edycji, co zostało przyjęte bardzo pozytywnie i na stałe weszło do programu. Szkolenie trwa 6 dni.

OCENA ROCZNA PERFORMANCE MANAGEMENT

Ważnym aspektem doskonalenia, ale również zamknięcia cyklu rozwoju przez szkolenia jest ocena roczna. W 2019 roku w sumie 95% pracowników ją otrzymało, a w tym white collars 57% (pracownicy biurowi i sprzedaż, w tym przedstawiciele handlowi), blue collars 43% (pracownicy produkcji).

95%
pracowników
otrzymało
ocenę



White collars

Blue collars

BENEFITY PRACOWNICZE

Każdemu pracownikowi, niezależnie od wymiaru czasu pracy, zapewniamy dostęp do szeregu świadczeń w pięciu obszarach:



ROZWÓJ Z CARLSBERGIEM

szkolenia, dofinansowania do nauki języka, dofinansowanie do studiów



TWOJE BEZPIECZEŃSTWO

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



ATMOSFERA W NASZEJ FIRMIE

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



WYGODNE NARZĘDZIA PRACY

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



TWÓJ ODPOCZYNEK

karta Benefit Multisport, wczasy pod gruszą, dodatkowy urlop

Od 2018 roku pracownicy poprzez dedykowaną platformę mogą zdalnie administrować swoimi benefitami – wybierając i zmieniając dostępne świadczenia i korzystając z ofert specjalnych. Takie rozwiązanie usprawniło cały proces, ograniczyło konieczność składania papierowych wniosków, zaś pracownicy mają możliwość bieżącego monitorowania statusu.

We wrześniu w porozumieniu z reprezentacją organizacji związkowych działających w Carlsberg Polska, dokonaliśmy wyboru instytucji zarządzającej Pracowniczymi Planami Kapitałowymi, fundując jako pracodawca dodatkową składkę na poziomie 0,5%. Zrealizowaliśmy serię spotkań informacyjnych dla naszych pracowników, oraz w ramach komunikacji wewnętrz-

nej, opublikowaliśmy szczegółowe materiały wyjaśniające mechanizm działania i korzyści uczestnictwa w PPK. W rezultacie osiągnęliśmy wysoki udział pracowników w PPK na poziomie 55%.

Paulina Zawadzka-Laskowska,
Kierownik ds. Wynagrodzeń
i Administracji



W ZDROWYM CIELE ZDROWY DUCH

5 października na stadionie miejskim w Sierpcu na XVII turnieju piłkarskim Carlsberg Cup stawiło się sześć drużyn: Bosman, Kasztelan, Łódź, Okocim, Piwosze i Warszawa. Już od 17 lat organizujemy turniej, którego celem jest przede wszystkim integracja, budowanie wspólnej pasji, radość z gry i dobra zabawa.

Rozgrywki prowadzone są w systemie ligowym czyli każdy gra z każdym. W 2019 roku wygrała drużyna z Okocimia, drugie miejsce należało do Łodzi, zaś trzecie miejsce wywalczył gospodarz turnieju – drużyna Kasztelana. Jak co roku przyznano tytuły „Wyróżniającego się piłkarza” oraz „Najlepszego bramkarza”.



” W 2019 roku koncentrowaliśmy się na świadczeniach pracowniczych, rozwijając platformę benefito-

wą i uruchamiając Pracownicze Plany Kapitałowe. Są one częścią szerszej oferty świadczeń emerytalnych, a nie tylko obowiązkiem ustawowym, stąd decyzja o dodatkowej składce po naszej stronie jako pracodawcy. Wysoki wskaźnik uczestnictwa pracowników pokazuje, że udało nam się zaproponować dobrą ofertę.

CAŁKOWITA LICZBA PRACOWNIKÓW W PODZIALE NA TYP ZATRUDNIENIA I PŁEĆ

Opis rodzaju umowy	Kobieta	Mężczyzna
Umowa na czas określony	29	127
Umowa na czas nieokreślony	313	885
Umowa - okres próbny	10	32
Umowa na zastępstwo	7	2
	359	1046

Dodatkowo zatrudnialiśmy 14 osób w ramach umowy zlecenia oraz 580 przez Agencje pracy tymczasowej w znaczącym stopniu w oparciu o zakup godzin pracy.

RÓŻNORODNOŚĆ W ZARZĄDZIE I W KADRZE PRACOWNICZEJ

Wiek	Zarząd						Reszta organizacji					
	Kobieta			Mężczyzna			Kobieta			Mężczyzna		
	2018	2019	2019	2018	2019	2019	2018	2019	2019	2018	2019	2019
poniżej 30	0	0	0%	0	0	0%	58	58	4%	190	182	13%
od 30 do 50	2	2	29%	4	5	71%	228	246	18%	628	643	46%
powyżej 50	0	0	0%	1	0	0%	46	53	4%	179	216	15%
	2	2	29%	5	5	71%	332	357	26%	997	1041	74%

CAŁKOWITA LICZBA PRACOWNIKÓW W PODZIALE NA PŁEĆ I RODZAJ STANOWISKA

Rodzaj stanowiska	Płeć	Liczba pracowników		Udział %	
		2018	2019	2018	2019
Zarząd	Kobieta	2	2	29%	29%
	Mężczyzna	5	5	71%	71%
	Łącznie	7	7		
Dyrektorzy	Kobieta	4	4	27%	31%
	Mężczyzna	11	9	73%	69%
	Łącznie	15	13		
Kierownicy	Kobieta	66	78	36%	32,5%
	Mężczyzna	119	162	64%	67,5%
	Łącznie	185	240		
Pracownicy nadzorowani:					
Specjaliści	Kobieta	191	204	13%	38%
	Mężczyzna	377	337	87%	62%
	Łącznie	568	541		
Stanowiska wykonawcze	Kobieta	71	71	34%	12%
	Mężczyzna	490	533	66%	88%
	Łącznie	561	604		
Liczba pracowników łącznie	Kobieta	334	359	25%	26%
	Mężczyzna	1002	1046	75%	74%
	Łącznie	1336	1405		



ODPOWIEDZIALNY BIZNES

ZARZĄDZANIE ODPOWIEDZIALNYM BIZNESEM

Zarząd Carlsberg Polska bierze bezpośrednio udział w wyznaczaniu i wdrażaniu Strategii SAIL 22' oraz Programu zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO. Proces delegowania odpowiedzialności w kontekście zarządzania zrównoważonym rozwojem i odpowiedzialnym biznesem powiązany jest z podziałem kompetencji oraz z systemem zarządzania i raportowania ENABLON. Wybrani przedstawiciele wyższego kierownictwa oraz członkowie Zarządu w ramach swoich obszarów kompetencji walidują raportowane dane i nadzorują proces. Prezes Zarządu jest odpowiedzialny za formalną ewaluację i zatwierdzanie raportu zrównoważonego rozwoju.

W każdym obszarze za realizację Programu TTZ odpowiadają dedykowane osoby na stanowiskach kierowniczych i specjalistycznych oraz funkcjonuje szereg dokumentów operacyjnych – polityk i procedur regulujących wybrane

obszary. Wszystkie Spółki Grupy Carlsberg systematycznie zbierają dane w systemie raportowania Enablon. Na jego potrzeby funkcjonuje zespół osób raportujących, tzw. contributors wprowadzających dane oraz validators – zatwierdzających je na poziomie lokalnym oraz Grupy. Dane gromadzone są zgodnie z raportowanymi obszarami zrównoważonego rozwoju: Środowisko, BHP, Etyka Biznesu, Prawa Człowieka i Pracownika, Odpowiedzialna Konsumpcja Alkoholu i Odpowiedzialna Komunikacja Marketingowa.

NASI INTERESARIUSZE

Aktywnie podejmujemy działania na rzecz angażowania naszych interesariuszy; bieżący dialog i komunikacja z wykorzystaniem szeregu narzędzi to konieczność, a zarazem oczywistość w branży konsumencijskiej. Słuchamy potrzeb i oczekiwań poszczególnych grup, jak również inicjujemy prace w odpowiedzi na to, co słyszymy.

STOSUJEMY NASTĘPUJĄCE METODY DIALOGU I KOMUNIKACJI Z POSZCZEGÓLNYMI GRUPAMI INTERESARIUSZY:

Grupa interesariuszy	Metody dialogu
Pracownicy	Bieżąca komunikacja wewnętrzna Intranet i gazетка firmowa Szkolenia Program „InicJaTyWy” i Program Ciągłego Doskonalenia Badanie satysfakcji
Konkurencja	Bieżąca komunikacja rynkowa Współpraca na forum ZPPP - Browary Polskie
Dostawcy Surowców	Komunikacja handlowa Audyty
Firmy transportowe	Komunikacja handlowa Systemy TMS
Klienci / konsumenci	Komunikacja poszczególnych marek Badania reputacji
Grupa/akcjonariusze strategiczni	Bieżąca komunikacja korporacyjna Spotkania i narady
Dostawcy usług marketingowych	Komunikacja korporacyjna Komunikacja poszczególnych marek
Media	Komunikacja korporacyjna Komunikacja poszczególnych marek Badania reputacji
Urzędy	Lokalne inicjatywy Spotkania
Potencjalni pracownicy	Rekrutacja Employer branding
Społeczność lokalna	Program „InicJaTyWy”

REPUTACJA

Jednym z narzędzi badania efektywności naszej komunikacji, a także całościowej percepcji firmy są coroczne badania reputacji. Realizuje je wśród opinii publicznej, klientów i pracowników Grupa Carlsberg na rynkach, na których działa. Tegoroczne wyniki dowodzą, że od lat cieszymy się mocną, dobrą i stabilną reputacją wśród naszych interesariuszy - indeks reputacji Carlsberg Polska wynosi 79,1.

Warto zauważyć, że w 2019, wyniki badania wśród opinii publicznej są na wielu parametrach nieznacznie niższe niż wcześniej co obserwujemy na wszystkich rynkach Grupy. Jest to efektem trendu mniejszego zaufania

i sceptycznego podejścia do firm szczególnie wśród przedstawicieli Generacji Z (18–24 lata). W dobie rosnącego kryzysu klimatycznego konsumenci niepokoją się o przyszłość i zwracają coraz większą uwagę na kwestie zrównoważonego rozwoju i ochrony środowiska naturalnego, uważając, że firmy i rząd robią niewystarczająco dużo

Skala punktacji - badanie reputacji

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

INDEKS REPUTACJI DLA CARLSBERG POLSKA 2019-2016

Carlsberg Polska	2019	2018	2017	2016
Opinia publiczna	79,1	82,4	78,9	78
Klienci	79,5	72,9	64,8	77,5
Pracownicy	83,9	77,5	78,7	74,1

MAPA INTERESARIUSZY – WPŁYW I ZAINTERESOWANIE

W bieżących działaniach musimy uwzględnić to jaki wpływ mają na nas, a my na nich poszczególne grupy interesariuszy, jak również jak wysoki jest poziom ich zainteresowania naszą działalnością. Biorąc to pod uwagę przybieramy różne strategie i metody działania poczynwszy od angażowania interesariuszy o najwyższym znaczeniu dla naszej firmy; poprzez informowanie i zaspokajanie potrzeb tych z nich, którzy wykazują duże zainteresowanie naszą działalnością lub mają potencjalnie duży wpływ na nią; skończywszy na monitorowaniu pozostałych. Jak widać na powyższej ilustracji nasi interesariusze znajdują się w dwóch pierwszych grupach.



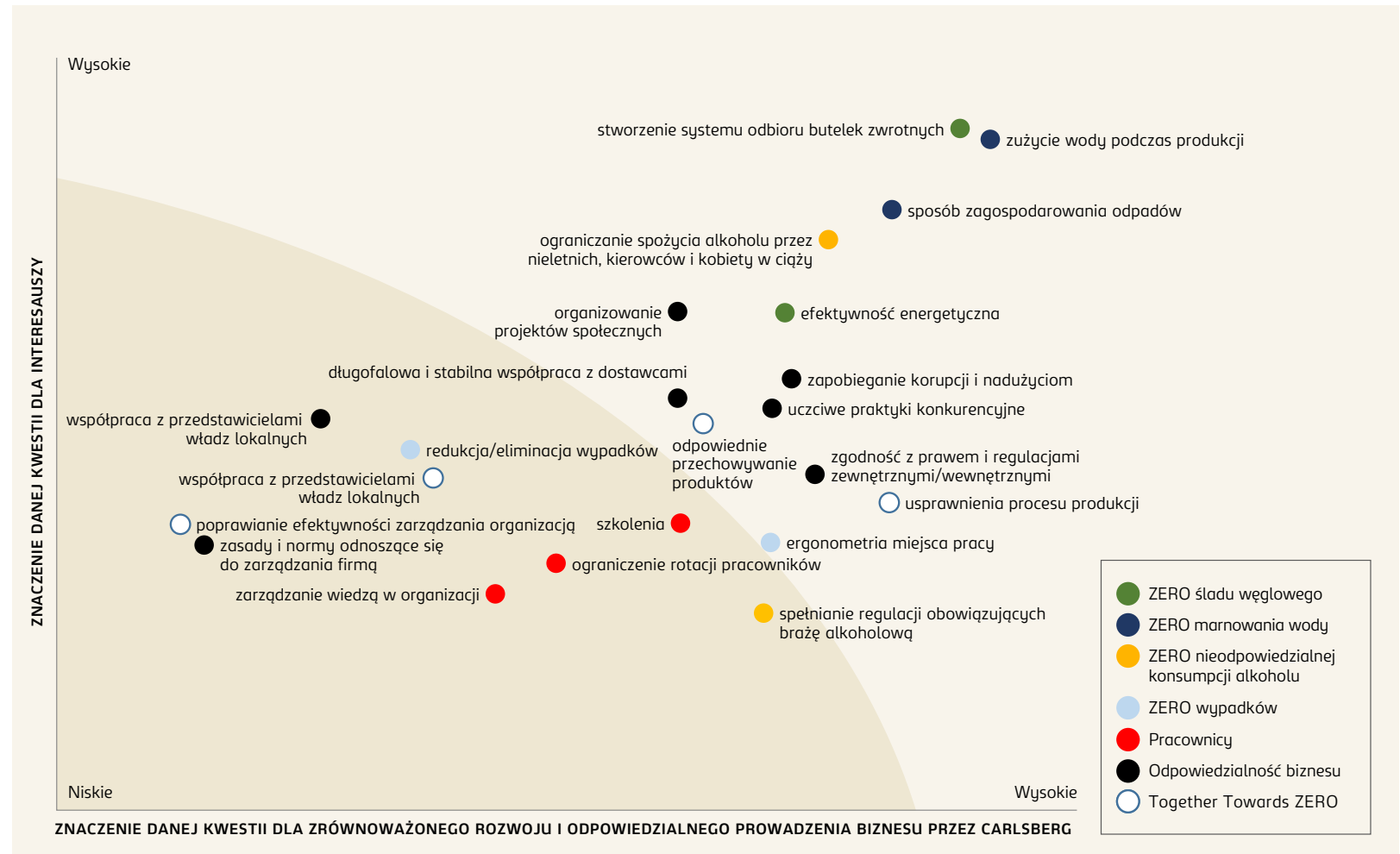
OCENA ISTOTNOŚCI

Opracowanie naszego programu zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO zostało oparte na szerokim procesie angażowania interesariuszy i badania ich oczekiwań i potrzeb w odniesieniu do naszej działalności. Proces oceny istotności (materiality assessment) został poprowadzony przy współpracy z organizacją ekspercką – Business for Social Responsibility.

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

Kluczowe obszary określone przez interesariuszy w znacznej części pokrywają się z wynikami analizy Grupy, a tym samym z ambicjami programu Together Towards ZERO i są wciąż aktualne i kluczowe z perspektywy opracowania raportu i naszej bieżącej działalności

ANALIZA ISTOTNOŚCI Z PUNKTU WIDZENIA INTERESARUSZY ZEWNĘTRZNYCH



KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA I INICJATYWY ZEWNĘTRZNE

Naturalną konsekwencją naszych działań w ramach programu TTZ jest aktywne zaangażowanie w edukację i propagowanie zrównoważonego rozwoju zarówno w odniesieniu do naszych pracowników, jak i szerokiego grona interesariuszy. Dążymy do budowy kultury odpowiedzialności w oparciu o polityki i procedury, jak również inspirowanie i zachęcanie pracowników do działań prospołecznych i proekologicznych. Równocześnie uczestniczymy w wiodących inicjatywach na rynku mających na celu dzielenie się dobrymi praktykami oraz wymianę wiedzy i doświadczeń.

KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA

W komunikacji wewnętrznej regularnie informujemy naszych pracowników o postępach we wdrażaniu programu zrównoważonego rozwoju, zachęcając ich równocześnie do zaangażowania czy poprzez zgłaszanie pomysłów w ramach Programu ciągłego doskonalenia,

czy przez indywidualne działania, czy zmianę w postępowaniu. Poza standardową komunikacją korporacyjną wykorzystujemy do tego również okazje takie jak Godzina dla Ziemi, Międzynarodowy Dzień Ziemi, Święto Wody, Światowy Dzień Środowiska czy Światowy Dzień Działania na rzecz Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

W kontekście naszych pracowników istotne są dwie inicjatywy zewnętrzne, w których uczestniczymy od lat.



Od 4 lat jesteśmy sygnatariuszami Karty Różnorodności będącej potwierdzeniem naszych starań i rozwiązań w tym zakresie, tj. procedur i regulacji dotyczących praw człowieka i pracownika, zawierających jednocześnie podstawy polityki poszanowania różnorodności.



Nasze warszawskie biuro już od 11 lat posiada Certyfikat Zielonego Biura. Wprowadziliśmy rozwiązania ograniczające zużycie wody i energii oraz poprawiające gospodarowanie odpadami, a także stale edukujemy i inspirowujemy naszych pracowników w tym zakresie. Wśród istniejących rozwiązań warto wymienić wykorzystanie zmywarek, dystrybutorów i dzbanków z wodą, stosowanie urządzeń AGD posiadających klasę „A”, prowadzenie monitoringu zużycia papieru, druk dwustronny i wykorzystanie papieru z certyfikatem FSC. W biurze jest też dostępna zgniatarka pet, skrzynki na butelki zwrotne oraz pojemniki na zużyte baterie i tonery. W ramach Koalicji 5 Frakcji, do której należymy, zorganizowano dla pracowników szkolenie z segregacji odpadów, umożliwiające ich powtórne użycie. Zrealizowaliśmy tydzień edukacyjny dedykowany segregacji odpadów.



INICJATYWY ZEWNĘTRZNE

Od 2019 roku aktywnie włączyliśmy się w **Kampanię 17 Celów** tworzoną przez szerokie grono firm i instytucji eksperckich. Jej celem jest pogłębienie wiedzy na temat Agendy 2030, inspirowanie przedsiębiorstw do działania i inicjowanie konkretnych programów dla biznesu na rzecz realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ. Wybrane inicjatywy w ramach Kampanii, w których uczestniczyliśmy w 2019 roku:

Forum Zrównoważonych Opakowań

było pierwszą inicjatywą łączącą firmy z całego łańcucha wartości we wspólnym poszukiwaniu innowacyjnych, bardziej przyjaznych środowisku opakowań. Byliśmy jednym z dwóch partnerów wydarzenia, zaprezentowaliśmy innowacyjne rozwiązanie w zakresie opakowań Snap Pack, jak również przedstawiliśmy realizowane działania takie jak wzmacnianie systemów opakowań butelki zwrotnej, ograniczanie wyko-

rzystania zbędnych opakowań i zmniejszanie ich wagi oraz minimalizowanie pustych przebiegów w transporcie opakowań.



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



Podczas **Forum Inspiracji** w 2019 roku zaprezentowane zostały natomiast nowe inicjatywy firm na rzecz realizacji Celów, a także dyskutowane były największe wyzwania w zakresie realizacji Agendy 2030. Program podzielony był na 3 ścieżki tematyczne – tzw. 3P: people, prosperity oraz planet (ludzie, dobrobyt, planeta), zgodnie z podziałem zawartym w Agendzie. Podczas konferencji poruszane były takie tematy jak: odpowiedź biznesu na zmiany klimatyczne, gospodarka obiegu zamkniętego, zrównoważone opakowania, ekologiczne rolnictwo, odpowiedzialne finansowanie, pracownicy-migranci czy zrównoważony łańcuch dostaw. My prezentowaliśmy nasz kompleksowy program zrównoważonego rozwoju Together Towards ZERO.



Barometr wpływu
Uczestniczyliśmy również w ocenie w ramach Barometru wpływu - narzędziu służącemu mierzeniu wpływu biznesu na realizację Agendy 2030 w Polsce w ramach Kampanii 17 Celów. Analiza wspólnych wyników polskiego biznesu pozwoli zbadać postęp we wdrażaniu priorytetowych Celów Zrównoważonego Rozwoju oraz wskazać obszary wymagające podjęcia działań. To pierwszy polski zestaw wskaźników SDGs dla biznesu. W konsekwencji naszego zaangażowania w Barometr Wpływu, zaraportowaliśmy wybrane wskaźniki Agendy 2030.



W tegorocznym **Rankingu Odpowiedzialnych Firm**, w którym bierzemy udział od dziewięciu lat, zajęliśmy 3 pozycję w kategorii branżowej "Dobra konsumpcyjne, farmacja" i utrzymaliśmy 6. lokatę w klasyfikacji generalnej z poprzedniego roku. Ranking Odpowiedzialnych Firm to uznane zestawienie firm działających w Polsce i ocenianych pod kątem jakości zarządzania społeczną odpowiedzialnością biznesu (CSR).

W 2019 roku, aż 15 naszych przykładów działań z zakresu zrównoważonego rozwoju zostało ujętych w osiemnastej edycji **raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki 2019”**.



W IX edycji **Listków CSR Polityki** po raz drugi otrzymaliśmy Srebrny Listek CSR. Tegoroczne zestawienie skupiało się na ocenie działań związanych z ograniczaniem przez firmy negatywnego wpływu na środowisko naturalne i klimat, zgodnie z realizacją celu 13. z ONZ-owskiej karty Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDG's).



„**Ważnym aspektem naszej komunikacji, a zarazem budowy wiarygodności jest udział w rankingach. Poddanie się zewnętrznej ocenie umożliwia nam nieustanne doskonalenie, zdobywamy konkretne informacje zwrotne - dowiadujemy się jak wypadamy na tle rynku i konkurencji w ramach branży. Dzięki temu analizujemy, co jeszcze możemy usprawnić, zmienić bądź wprowadzić w obszarze zrównoważonego rozwoju.**

Jagoda Jastrzębska,
Kierownik ds. rozwoju odpowiedzialnego biznesu w Carlsberg Polska.

JAKOŚĆ I CIĄGŁE DOSKONALENIE

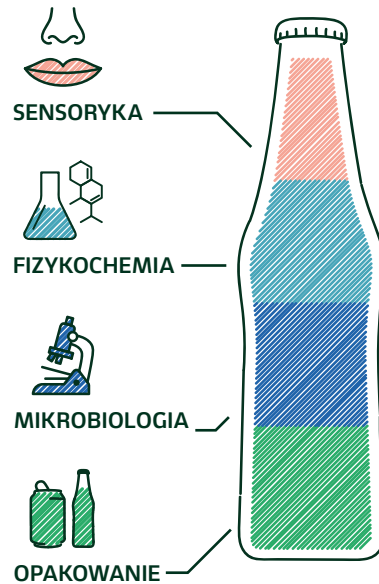
ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ

Jakość to zespół cech wyrobu, które zaspokajają potrzeby konsumenta. Piwo to nie tylko sam płyn, czyli parametry fizyko-chemiczne, mikrobiologiczne, czy sensoryczne. To również opakowanie (jednostkowe bądź zbiorcze) oraz wizerunek piwa na półce. Są to także wszystkie procesy towarzyszące bezpośrednio i pośrednio produkcji piwa, procesowi dystrybucji do klienta, na półkę sklepową oraz konsumpcji.

Wszystko zaczyna się na etapie wyboru surowców. Zanim trafią do browaru, produkująca je fabryka lub dostawca muszą zostać sprawdzeni i przejść pozytywnie nasz audyt. Każdy surowiec i materiał jest szczegółowo weryfikowany podczas przyjęcia do magazynu zgodnie z obowiązującymi standardami i specyfikacjami. Na wszystkich etapach produkcji, od warzelni, przez

fermentację, filtrację, a kończąc na gotowym produkcie, piwo przechodzi szereg analiz mikrobiologicznych, fizykochemicznych i sensorycznych. Każda partia butelek, puszek i kegow przechodzi około 200 analiz zanim trafi do konsumenta.

SKŁADOWE JAKOŚCI PIWA



NASZE CERTYFIKATY

Podczas tworzenia jakości produktów spożywczych prowadzimy analizę zagrożeń w całym łańcuchu dostaw, co wynika z wdrożenia systemu HACCP. W oparciu o posiadane przez nas międzynarodowe standardy i systemy jakości jak ISO 9001, FSSC

2200, GMP, GHP zapewniamy klientom wyroby o najwyższej, powtarzalnej jakości spełniającej ich wymagania. Carlsberg Polska wdrożył i certyfikował system IMS na który składają się normy ISO 9001, ISO 14001, OHSAS18001, FSSC22000.



Dział Zapewnienia Jakości stoi na straży systemów, a co za tym idzie procedur, instrukcji, standardów i obowiązujących specyfikacji. Bierzemy udział w audytach, zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych, audytujemy naszych dostawców, spotykamy się z nimi, pomagamy rozwiązywać problemy w obszarze produkcji, pakowania, dystrybucji, jesteśmy bezpośrednio zaangażowani w procesowanie reklamacji. Budujemy również świadomość jakości w naszej firmie.

Danuta Bytnar,
Pełnomocnik ds. Zapewnienia Jakości,
Quality Manager

WSPÓŁPRACA Z DOSTAWCAMI

Współpraca z dostawcami Grupy Carlsberg zarządzana jest centralnie, co oznacza, iż każdy zatwierdzony dostawca po pozytywnym przejściu kwalifikacji zostaje umieszczony na Liście Zatwierdzonych Dostawców. Centralnie przeprowadzana jest również analiza ryzyka dostawców i na jej podstawie planowana jest częstotliwość audytów. Audytorzy sprawdzają m.in. czy proces produkcji u dostawców jest zgodny z naszymi standardami i procedurami oraz czy pracują oni na odpowiednich systemach. Zależy nam, aby dostawcy respektowali nasze wartości w obszarze odpowiedzialnego i zrównoważonego procesu produkcji.

Nasi dostawcy są audytowani średnio raz na 2-3 lata. W 2019 roku zostało przeprowadzonych 31 audytów w Grupie Carlsberg (West Europe), z czego 2 audyty zostały przeprowadzone z udziałem audytorów Carlsberg Polska.

Blisko współpracujemy z dostawcami, czego przykładem są regularnie spotkania Supplier Relationship Meeting (SRM), podczas których omawiane są niezgodności bądź

reklamacje, które miały miejsce, a także bieżące sprawy, planowane są testy, nowe rozwiązania. Posiadamy Kodeks Postępowania Dostawców i Licencjodawców Grupy Carlsberg. Zawiera on nasze wymagania w takich obszarach jak: prawa pracy i prawa człowieka, BHP, środowisko oraz etyka w biznesie. Dostawca jest odpowiedzialny za zapewnienie przestrzegania zasad Kodeksu przez swoich poddostawców, co oznacza obowiązek poinformowania ich o jego treści oraz zapewnienie wdrażania wszelkich środków zgodnie z jego postanowieniami.

31

**audytów w Grupie Carlsberg
(Region Europa Zachodnia)**

2

**audyty przeprowadzone
z udziałem audytorów
Carlsberg Polska.**



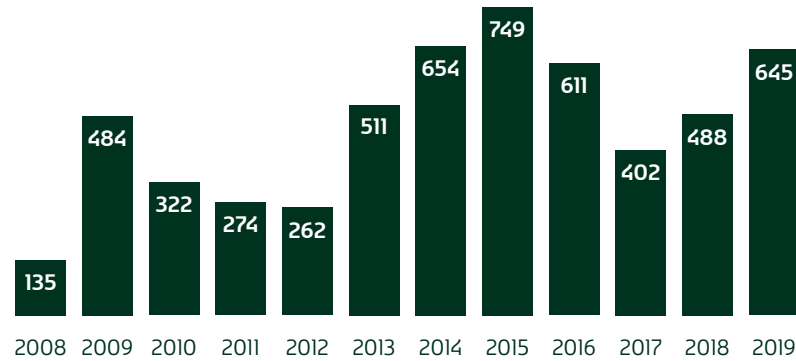
CIĄGŁE DOSKONALENIE

Zaangażowanie pracowników to podstawa ciągłego doskonalenia w naszych browarach. Od 12 lat realizujemy Program Ciągłego Doskonalenia (Kaizen). Dzięki wiedzy, doświadczeniu i znajomości swojego miejsca pracy rokrocznie nasi pracownicy wdrażają usprawnienia przekładające się na poprawę bezpieczeństwa, jakości oraz efektywności. Każdy pomysł jest oceniany pod kątem określonych kryteriów, a dodatkową motywacją jest system punktowy umożliwiający

pracownikom wymianę zgromadzonych punktów na nagrody.

Rok 2019 jest trzecim z rzędu, w którym wzrosła liczba zgłoszonych kaizenów. Łącznie pracownicy zgłosili 645 pomysłów i jest to trzeci najlepszy wynik w historii systemu w Carlsberg Polska. Zdecydowanym liderem był Browar Bosman, w którym pracownicy zgłosili aż 295 pomysłów, osiągając najlepszy wynik w historii browaru i podwojenie liczby kaizenów z roku 2018.

LICZBA KAIZENÓW – CARLSBERG POLSKA



Rok w rok rozwijamy system, dbając o jego atrakcyjność. To, czego nie zmieniamy od lat to idea ciągłego doskonalenia i adresowanie strat, które są potencjalnym źródłem pomysłów dla naszych pracowników. Naszym celem jest nie tylko ilość, ale przede wszystkim jakość kaizenów. Dużo czasu w naszych zespołach poświęcamy na rozwój umiejętności adresowania problemów poprzez usprawnienia (kaizeny).

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



> 5 500
pomysłów optymalizacyjnych od początku Programu



645
pomysłów w 2019 roku



12 lat
funkcjonowania Programu



46
pomysłów zgłosił najaktywniejszy pracownik w 2019 r.



KAIZEN
Awards Poland 2019 wyróżnienie dla Browaru Kasztelan



KROK 1
Poszukaj
strat na swoim stanowisku, np. wody, czasu, piwa, materiałów



KROK 2
Policz
straty, np. ile wody, piwa tracisz? Ile razy wystąpił mikroprzestój? Ile trwała awaria?



KROK 3
Zaproponuj
usprawnienie eliminujące bądź redukujące daną stratę. Przedstaw mierzalne korzyści.

ZGŁASZANE POMYSŁY OCENIAMY POD KĄTEM WPŁYWU NA:



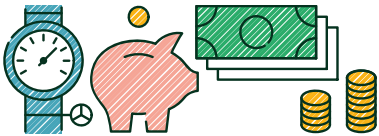
Ludzi
np. wpływ na bezpieczeństwo i ergonomię pracy



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



Serwis
wpływ usprawnienia na proces



Koszty
oszczędności vs zaplanowane koszty wynikające z wdrożenia rozwiązania

WZOREM ROKU 2018 KONTYNUOWALIŚMY INICJATYWY:

PUCHAR PRZECHODNI KAIZEN

nagroda dla działu, który w danej lokalizacji, w danym kwartale zgłosił najwięcej kaizenów w przeliczeniu na osobę. W 2019 roku, pierwszy raz w historii jeden dział cztery kwartały z rzędu zdobył puchar przechodni otrzymując go na stałe.

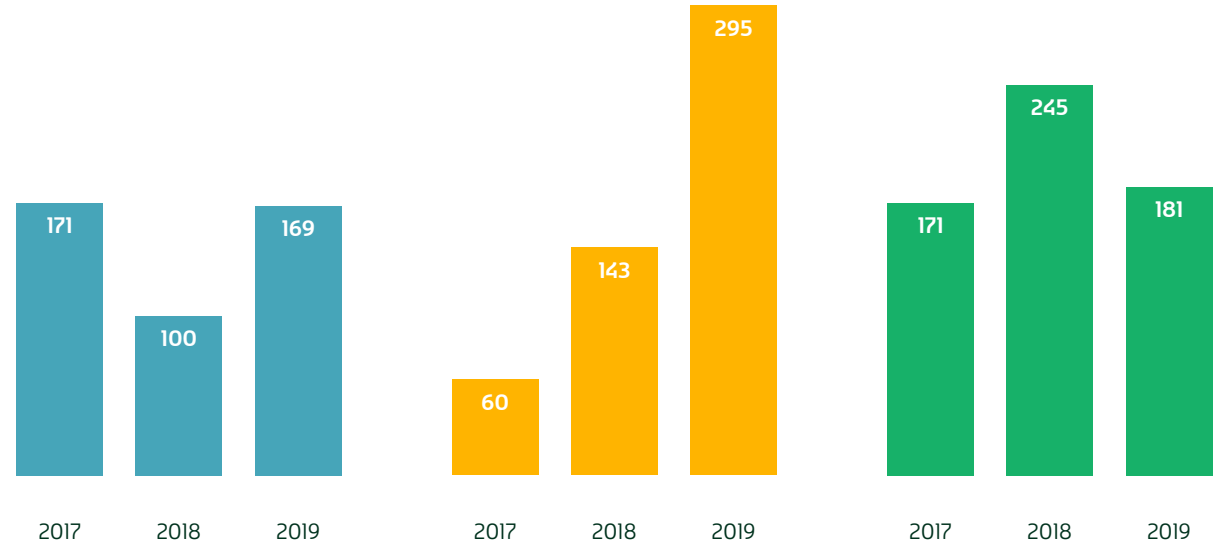
KAIZEN KWARTAŁU

nagroda dla pracownika w danej lokalizacji za najlepszy wdrożony pomysł w danym kwartale.

NAJLEPSZY KAIZEN ROKU

najlepszy wdrożony kaizen w danej lokalizacji.

LICZBA KAIZENÓW W POSZCZEGÓLNYCH BROWARACH CARLSBERG POLSKA



KASZTELAN

BOSMAN

OKOCIM

Autorzy Kaizenów Roku w ramach nagrody jeżdżą na szkolenia zewnętrzne, albo na wizytę benchmarkingową do innych browarów. Stałym punktem w ramach systemu kaizen są cykliczne szkolenia Gemba Kaizen oraz Warsztaty Induction, podczas których wprowadzamy pracowników do metodyki Kaizen.

Rok 2019 to również zewnętrzna nagroda KAIZEN™ AWARDS Poland 2019, przyznawana przez KAIZEN Institute Poland. Wyróżnienie to otrzymał projekt realizowany w Browarze Kasztelan, dotyczący optymalizacji zużycia wody, podczas którego zaoszczędziliśmy 85 tys. m³ wody¹. Projekt realizowany był na obszarze całego browaru, w odpowiedzi na Carlsberg „Together Towards ZERO” ze szczególnym naciskiem na ZERO WATER WASTE.



ZERO ŚLADU WĘGLOWEGO



ZERO MARNOWANIA WODY



ZERO NIEODPOWIEDZIALNEJ KONSUMPCJI ALKOHOLU



ZERO WYPADKÓW

¹ Więcej na ten temat w Rozdziale X [DAMY ODWOŁANIE DO ROZDZIAŁU O WODZIE]

ETYKA

Ważnym aspektem budowy Kultury 3A w Carlsberg Polska jest Accountability czyli Odpowiedzialność – za siebie i za innych. Podstawą tworzenia wzorców w tym zakresie jest rozwój kultury zapewnienia zgodności z zasadami etyki biznesowej. Składają się na nią:



Kodeks etyki i postępowania



Strategia „Live by Our Compass”



Platforma „Live by Our Compass”



System zarządzania ryzykiem



Program Together Towards Zero



Szkolenia i wdrażanie nowych pracowników



Powołanie stanowiska Business Ethics & Compliance Officer.

Ambicja

Utrzymać kulturę wysokiej spójności poprzez światowej klasy program zgodności (compliance)

Jak wygrywać

1. Przywództwo

Przykład z góry
Adekwatna struktura, obsada personalna oraz finansowanie funkcji compliance
Wynagradzanie zgodności, karanie niezgodności

2. Analiza ryzyka

Regularna ocena ryzyka
Analiza trendów

3. Standardy i kontrole

Jasne zbiory zasad, polityki i podręczniki
Niezależna ocena podmiotów trzecich

4. Szkolenia i komunikacja

Nieustanna edukacja oficerów zgodności
Program szkoleniowy pracowników
Efektywna komunikacja

5. Monitoring i reagowanie

Regularne przeglądy celem monitorowania efektywności programu
Działania doskonalące na bazie wyników audytów

Środki i zasoby

Prawidłowy nadzór i struktura

Zbieranie i zarządzanie właściwymi danymi

Kultura otwartości i zgłaszania naruszeń

Interaktywna platforma Live by our Compass

Wszyscy pracownicy, współpracownicy i spółki powiązane
Kodeks postępowania dla dostawców

Strategia Live by our Compass jest integralną częścią naszej działalności. Nasz Kompas, składający się z Kodeksu etyki i postępowania oraz Polityk i Podręczników Grupy, prowadzi nas w trakcie codziennych działań, ustanawiając standardy

etyczne zachowania zarówno w firmie, jak również wobec zewnętrznych interesariuszy, takich jak klienci i dostawcy. Każdy pracownik odgrywa kluczową rolę w osiąganiu trwałego sukcesu komercyjnego w sposób etyczny.

Platforma „Live by Our Compass” na Intranecie obejmująca ponad 29 polityk i 200 manuali, w tym Kodeks etyki i postępowania, Politykę przeciwdziałania korupcji i łapownictwu, Politykę zarządzania ryzykiem, Politykę praw pracowniczych i praw

człowieka, Politykę różnorodności i integracji, Politykę ochrony środowiska, Podręcznik zgłaszania naruszeń, Podręcznik badania naruszeń, itp.

Uzupełnieniem Strategii, polityk i procedur jest komunikacja wewnętrzna oraz szkolenia pracowników. Informacje w zakresie etyki, w tym o procedurach antykorupcyjnych, są dostępne w intranecie, informujemy również o nich w mailowych newsletterach, na szkoleniach compliance, a także na plakatach w browarach. W 2019 r. przeprowadziliśmy 10 sesji szkoleniowych dla poszczególnych browarów oraz zespołów jak przykładowo sprzedaż, finanse, zakupy czy marketing. W rezultacie przeszkolone zostały 523 osoby. Szkolenia obejmowały kwestie zgodności z zasadami etyki, przepisami antykorupcyjnymi oraz prawem konkurencji, a także procedurą zgłaszania nieprawidłowości Speak Up.

Każdy nowy pracownik podpisuje również oświadczenie o zapoznaniu się z Kodeksem etyki i postępowania. Natomiast 100% kierowników Carlsberg Polska jest objętych obowiązkowym szkoleniem e-learning „Cody compliance training”, które obejmuje zagadnienia dotyczące etyki biznesu oraz przeciwdziałania korupcji i łapownictwu. Dodatko-

wo funkcjonuje proces składania oświadczeń o konflikcie interesów przez kierowników i menedżerów określonego poziomu, co jest elementem Polityki przeciwdziałania korupcji i łapownictwu.

” Budowa kultury etycznej, to nie tylko narzędzia – strategie, polityki, procedury, które oczywiście posiadamy. To przede wszystkim nieustanna praca z organizacją - z ludźmi polegająca na szkoleniu, informowaniu i uświadamianiu. Wyłącznie połączenie tych dwóch aspektów – narzędzi i edukacji umożliwi realne wdrażanie zasad etycznych.

Krzysztof Zagrajek,
Business Ethics & Compliance Officer

DZIAŁANIA ANTYKORUPCYJNE

Ryzyko naruszenia przepisów antykorupcyjnych jest analizowane w ramach procesu zarządzania ryzykiem prowadzonego przez Audytora wewnętrznego zgodnie z Polityką i podręcznikiem zarządzania ryzykiem. Równolegle leży ono również w przedmiocie zainteresowania Business Ethics & Compliance Officera w ramach procesu określonego w Polityce przeciwdziałania korupcji i łapownictwu.

10
sesji szkoleniowych

523
osoby przeszkolone



Powyższe polityki mają zastosowanie do wszystkich podmiotów i jednostek w Grupie Carlsberg, w tym do zakładów produkcyjnych (browarów). Akcje mające na celu ograniczenie wystąpienia powyższych ryzyk są określone w Legal & Compliance Control Framework oraz Compliance Activity Plan.

W 2019 roku nie zidentyfikowano istotnego ryzyka naruszenia przepisów antykorupcyjnych ani przypadku ich złamania.

O POLITYCE I PROCEDURACH ANTYKORUPCYJNYCH POINFORMOWANO:

100%
członków organów zarządzających we wszystkich lokalizacjach.

100%
partnerów biznesowych (w ramach procesu zawierania umowy).

100%
członków organów zarządzających, którzy przeszli szkolenia w zakresie przeciwdziałania korupcji.

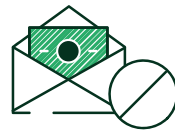
W minionym roku nie podjęto wobec Carlsberg Polska żadnych kroków prawnych dotyczących przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji czy praktyk monopolistycznych.

KODEKS ETYKI I POSTĘPOWANIA

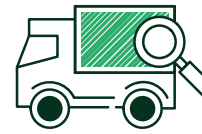
Funkcjonujący od lat Kodeks etyki i postępowania jest zbiorem naszych wartości, narzędziem dla pracowników, klientów oraz partnerów w ich poznaniu i zrozumieniu. Jest dokumentem ogólnie dostępnym, natomiast prowadzimy działania i szkolenia mające na celu podnoszenie świadomości w jego zakresie. Wszyscy nowi pracownicy w ramach szkolenia wprowadzającego zapoznają się z nim. Są również informowani o polityce i procedurach antykorupcyjnych.

ZAGADNIENIA ZAWARTE W KODEKSIE**01.**

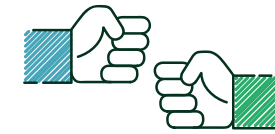
Zgodność z przepisami prawa i polityką firmy

**02.**

Przepisy wymierzone przeciwko korupcji i przekupstwu

**03.**

Sankcje handlowe i przepisy kontroli eksportu

**04.**

Prawo konkurencji

**05.**

Ochrona danych i ochrona prywatności

**06.**

Odpowiedzialne spożywanie alkoholu

**07.**

Konflikt interesów

**08.**

Insider trading i postępowanie z informacją wewnętrzną

**09.**

Ochrona i odpowiednie użycie zasobów firmy

**10.**

Informacje poufne i zastrzeżone

**11.**

Środowisko pracy

**12.**

Prezenty, posiłki i rozrywka

**13.**

Działalność polityczna i darowizny

**14.**

Rzetelność ksiąg, rejestrów i sprawozdań publicznych

SPEAK UP - POLITYKA ZGŁASZANIA NIEPRAWIDŁOWOŚCI

Każdy pracownik i partner w przypadku podejrzenia naruszenia, napotkania zachowania niezgodnego z zasadami etycznymi i wartościami Carlsberg Polska może je zgłosić zachowując anonimowość. System zgłaszania naruszeń jest otwarty dla każdej osoby i/lub podmiotu, z którym firma współpracowała lub współpracuje biznesowo (tj. partnerów biznesowych, dostawców, akcjonariuszy, udziałowców, agentów, dystrybutorów, przedstawicieli i klientów).

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

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

W 2019 roku nie odnotowano incydentów o charakterze dyskryminacyjnym.

SYSTEM ZGŁASZANIA NIEPRAWIDŁOWOŚCI SPEAK UP



24h
na dobę



7
dni w tygodniu



ZARZĄDZANY
przez podmiot
zewnętrzny



ZGŁOSZENIA
we własnym języku

ZGŁOSZENIE MOŻE NASTĄPIĆ:

MAILOWO
na adres:
compass@carlsberg.pl

ZA POŚREDNICTWEM WWW

www.speakupfeedback.eu/web/wep4br/pl

TELEFONICZNIE
na adres infolinii
(dla pracowników)



ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

Zaangażowanie społeczne niejedno ma imię. My od lat konsekwentnie skupiamy się na poprawie życia lokalnych społeczności w sąsiedztwie naszych browarów w Brzesku, Sierpcu i Szczecinie.

WOLONTARIAT

Nasi pracownicy angażują się w wolontariat pracowniczy w różnych obszarach. Co roku przy Browarze Okocim odbywa się sadzenie drzew, sprzątanie parku i brzegów Uszwicy. Pracownicy Browaru Bosman działają na rzecz dzielnicy Pomorzany w Szczecinie. Promujemy także kulturę piwną poprzez organizację dni otwartych dla mieszkańców w naszych browarach. Ponadto przy browarze w Brzesku działa Stowarzyszenie Miłośników Browaru Okocim, które oprowadza wycieczki po browarze.

Od lat organizujemy akcję "Świąteczna Paczka" dla rodzin pracowników znajdujących się w trudnej sytuacji życiowej. Ponadto w 2019 roku przeprowadziliśmy przedświąteczną zbiórkę odzieży dla podopiecznych

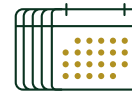
ośrodków społecznych rekomendowanych przez lokalne Urzędy Miast. W każdej organizacji sprawdziliśmy konkretne potrzeby i o ich spełnienie poprosiliśmy pracowników. Nasza pomoc trafiła do:

- Schroniska dla Osób Bezdomnych MARKOT
- Środowiskowego Domu Samopomocy w Łysej Górze
- szczecińskiego oddziału PCK

PROGRAM GRANTOWY INICJATYWY

Od sześciu lat poprzez program grantowy InicJaTywy wspieramy realizację projektów w naszych lokalnych społecznościach mających na celu m.in. rewitalizację terenów zielonych, stwarzanie warunków zachęcających do aktywnego wypoczynku oraz działania kulturalne i edukacyjne. W ciągu pięciu lat istnienia programu nasi pracownicy zrealizowali kilkadziesiąt wartościowych projektów.

Od 2019 roku formuła programu została zmieniona, w miejsce wolontaryjnych projektów autorstwa na-



Od
6 lat
realizujemy
program grantowy



56
zrealizowanych
projektów



350
pracowników
wolontariuszy
(w latach 2014-2019)



470
tys. przekazaliśmy
na realizację projektów



3 600
głosów internautów
w 2019 roku



4 200
godzin przepracowanych
społecznie
(w latach 2014-2019)

szych pracowników do konkursu grantowego zaprosiliśmy lokalne organizacje pozarządowe i instytucje użyteczności publicznej. Chcieliśmy poznać lokalne potrzeby z perspektywy społeczników działających w sąsiedztwie naszych browarów. Organizacje mogły wnioskować o grant w wysokości 10 000 zł.

Naszą intencją było także włączenie w program mieszkańców, którzy mogli oddać swoje głosy na wybrane projekty. W ten sposób mają realny wpływ na to, jak ma się zmieniać ich okolica.

Nowa formuła programu spotkała się z zainteresowaniem, za pośrednictwem witryny www.inicjatywy.com.pl zgłoszono blisko 30 projektów, z czego 20 zakwalifikowało się do drugiego etapu, tj. głosowania internautów. W sumie internauci oddali ponad 3 600 głosów, wybierając po trzy zwycięskie projekty w każdej z trzech lokalizacji. W sumie przyznaliśmy 9 grantów o łącznej wartości 90 000 zł.

Partnerzy konkursu:

Urzędy Miast w Brzesku, Sierpcu i Szczecinie oraz Fundacja Nasza Ziemia

PROJEKTY ZREALIZOWANE W 2019 ROKU

W SĄSIEDZTWIE BROWARU OKOCIM W BRZESKU:

Miejski Ośrodek Kultury w Brzesku – rewitalizacja zieleni miejskiej Brzeskiego Rynku (I etap),

Ochotnicza Straż Pożarna Bucze – projekt „OSP Bucze użyczy wszystkim klucze”, czyli remont i zagospodarowanie sali w budynku OSP,

Ochotnicza Straż Pożarna Łoniowa – projekt „Strażacy ochotnicy nie tylko gaszą”, czyli modernizacja obecnego pokrycia dachowego Amfiteatru OSP Łoniowa,

W SĄSIEDZTWIE BROWARU KASZTELAN W SIERPCU:

Gminna Biblioteka Publiczna w Mochowie – remont i wyposażenie sali spotkań, która stanowi jedyny ośrodek kultury w Gminie Mochowo.

Sierpeckie Stowarzyszenie Osób Niepełnosprawnych i Chorych na Raka „Szansa Na Życie” – zagospodarowanie skweru przy ul. Dworcowej w Sierpcu; w tym m.in. postawienie plenerowej siłowni, która posłuży zarówno mieszkańcom Sierpca, jak i podopiecznym Stowarzyszenia.

Koło Gospodyń Wiejskich Studzieniec – organizacja miejsca spotkań sąsiedzkich oraz integracyjnych i kulturalnych imprez plenerowych dla mieszkańców wsi Studzieniec, Rydzewo i Rachocin.

W SĄSIEDZTWIE BROWARU BOSMAN W SZCZECINIE:

Fundacja Macierzanka – stworzenie zielonej enklawy w centrum miasta, gdzie wytnięcie znajdują beneficjenci Fundacji (rodziny, seniorzy, kobiety w ciąży) oraz działania edukacyjne dotyczące odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu przez kobiety w ciąży i matki karmiące.

Stowarzyszenie Razem Łatwiej – remont sali spotkań dla seniorów w dzielnicy Pomorzany.

Stowarzyszenie Wywrotka – organizacja kajakowych ekopatrol, których uczestnicy zbierali śmieci pływające w wodzie i pozostawione przy brzegach Odry, Jeziora Dąbie i Jeziora Głębokiego.



Wręczenie symbolicznych czeków organizacjom w Urzędach Miast Sierpc i Brzesko



Cieszymy się, że dzięki programowi grantowemu Inicjatywy realizowane są ciekawe projekty, które służą integracji naszej lokalnej społeczności oraz odnawianiu i upiększaniu miejsc, z których korzysta wielu mieszkańców Brzeska i okolic. Cieszy również rosnąca z roku na rok liczba mieszkańców zaangażowanych w głosowanie na najlepsze projekty. To pokazuje, że zależy im na współdecydowaniu, co dla naszej gminy jest ważne i potrzebne.

Tomasz Latocha,
Burmistrz Brzeska



Modernizacja Skweru w Sierpcu

Remont w remizie OSP Bucze

Kajakowy Ekopatrol
Stowarzyszenia Wywrotka



CARLSBERG
POLSKA

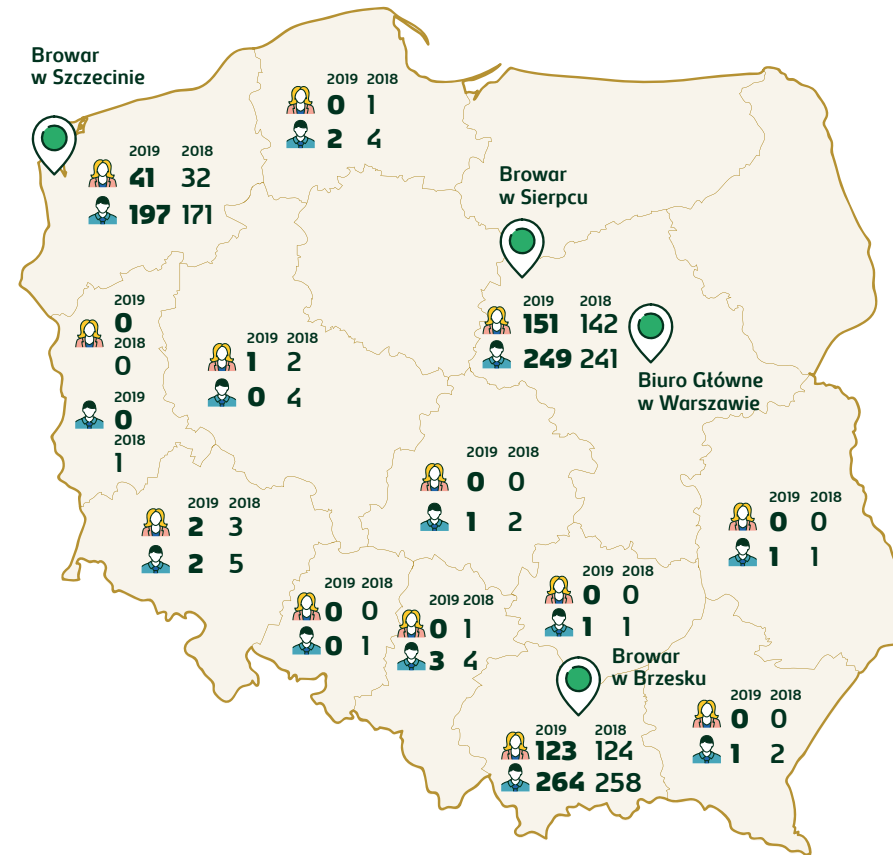
CARLSBERG POLSKA

Stanowimy część duńskiej firmy Carlsberg Group istniejącej działającej od 1847 roku. Działamy w oparciu o strategię SAIL 22¹, która określa „DLACZEGO” czyli misję "Warzymy dla lepszego dziś i jutra", która nas jednoczy, „CO” czyli nasze jasno określone ambicje oraz „JAK” czyli strategiczne priorytety. Częścią strategii jest program Together Towards ZERO¹ opisujący nasze działania i rezultaty w zakresie zrównoważonego rozwoju.

PRACOWNICY W REGIONACH

	Kobieta	Mężczyzna
Region Bosman – Północ	23	58
Region Kasztelan – Centrum	9	84
Region Okocim – Wschód	6	83
Region Piast – Zachód	3	100

CAŁKOWITA LICZBA ZATRUDNIONYCH W PODZIALE NA REGIONY I PŁEĆ



CENTRALA W WARSZAWIE



BROWAR BOSMAN W SZCZECINIE



BROWAR KASZTELAN W SIERPCU



BROWAR OKOCIM W BRZESKU



1405

pracowników
w 2019 roku



3

browary



3

pozycja na
polskim rynku



20%

udział w rynku
(wolumen sprzedaży)

¹ Więcej na stronie 6

MODEL BIZNESOWY

Warzymy piwa najwyższej jakości, odwotujące się do przyjemnych i radosnych stron dorosłego stylu życia. Produkcja odbywa się w browarach o wieloletniej tradycji piwowarskiej – w Browarze Okocim w Brzesku (1845), Browarze Bosman w Szczecinie (1848) i Browarze Kasztelan w Sierpcu (1969). Konsumenci mogą wybierać z szerokiej oferty wielokrotnie nagradzanych marek piw takich jak: Carlsberg, Okocim, Harnaś, Karmi, Kasztelan, Somersby, Grimbergen, Bosman oraz Piast, Książ. Od 2015 roku firma jest dystrybutorem piwa Guinness.

Aktywnie udzielamy się w ramach branży jako członek Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce – Browary Polskie; jesteśmy również sygnatariuszem Związku Stowarzyszeń Rada Reklamowa oraz angażujemy się w działania Związku pracodawców przemysłu opakowań i produktów w opakowaniach EKO-PAK.

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

Więcej informacji na:
www.carlsbergpolska.pl



PRODUKTY CARLSBERG POLSKA SĄ DOSTĘPNE W AUSTRALII, USA, KANADZIE, BELGII, FRANCJI, HOLANDII, SZWECJI I ROSJI

NASZE MARKI*



MARKI BEZALKOHOLOWE



* stan na czerwiec 2020 r.

WPŁYW NA OTOCZENIE

Jesteśmy jednym z trzech największych graczy na rynku piwa w Polsce, co niesie za sobą odpowiedzialność względem otoczenia i interesariuszy. Nieustannie analizujemy nasz wpływ w odniesieniu do czterech obszarów naszej strategii zrównoważonego rozwoju – Together Towards ZERO.



Pozyskiwanie surowców:

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



Warzenie i butelkowanie:

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



Dystrybucja:

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



Klienci:

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



Konsumenci:

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



Wpływ:

Wysoki



Średni



Mały





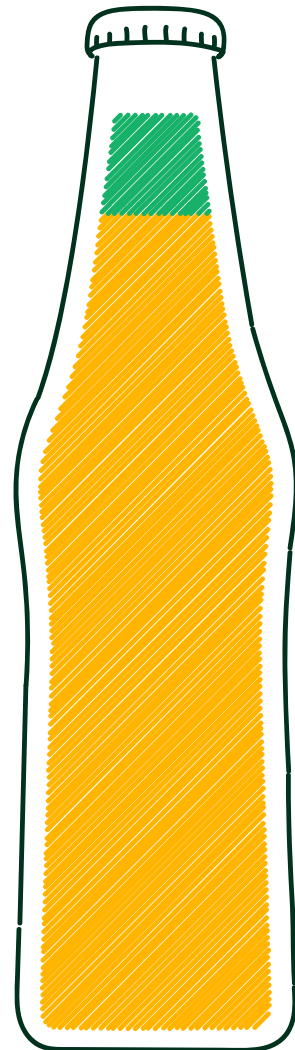
Carlsberg Polska zatrudnia bezpośrednio

1405 OSÓB

tworząc pośrednio ok.

15 455 MIEJSC PRACY

w rolnictwie, logistyce, usługach, handlu i gastronomii



2010-2019 - Carlsberg Polska wpłacił do budżetu państwa ok.

7,3 MLD ZŁ

w tym podatek akcyzowy ok.

5,8 MLD ZŁ

Analizujemy nasz wpływ ekonomiczno-społeczny wynikający zarówno z szerokiej rzeszy partnerów biznesowych, zatrudnienia, jak też kontrybucji do budżetu państwa.

7,3 MLD ZŁ
- ponad 4 stadiony narodowe



7,3 MLD ZŁ
- 200 miejskich hal sportowych



1,75 MLD ZŁ

2001-2019 - nakłady na rozbudowę i modernizację browarów, zakup sprzętu chłodniczego etc.

NASZA HISTORIA

2018 r.	170 lat Browaru Bosman
2017 r.	13 czerwca - ogłoszenie programu Together Towards ZERO
2016 r.	30 czerwca - z inicjatywy pracowników powstaje Stowarzyszenie Miłośników Browaru Okocim
2016 r.	przyjęcie przez Grupę Carlsberg strategii SAIL'22
2015 r.	170 lat Browaru Okocim
Dynamiczny rozwój Carlsberg Polska	
2004 r.	Grupa Carlsberg zostaje 100-proc. udziałowcem spółki
2001 r.	w wyniku połączenia browarów: Okocim, Bosman, Kasztelan powstaje silna grupa piwowarska Carlsberg Okocim
1996 r.	głównym akcjonariuszem zostaje Grupa Carlsberg
Marka Carlsberg w Polsce	
1972 r.	założenie Browaru Kasztelan w Sierpcu
1848 r.	założenie Bohrish Brauerei w Szczecinie (potem Browar Bosman)
1845 r.	założenie Browaru Okocim z inicjatywy Jana Goetza
Założenie browarów	

PIERWSZE JASNE PEŁNE NA ZIEMIACH POLSKICH

Jan Goetz Okocimski, założyciel browaru Okocim, zdobywał piwowarskie doświadczenie m.in. u swojego wuja Antona Drehera, którego uznaje się za ojca piwa jasnego pełnego. Tworząc własny browar w Okocimiu, wprowadził nową na tamte czasy technologię warzenia. I dzięki niej 23 lutego 1846 r. w Okocimiu uwarzone zostało pierwsze na ziemiach polskich piwo dolnej fermentacji



Jesteśmy dumni z tego, że to właśnie w naszym browarze zapoczątkowano warzenie lagerów na ziemiach polskich. I choć procesy technologiczne i wyposażenie browaru dziś wyglądają inaczej niż 173 lata temu, wciąż istnieją rzeczy niezmiennie. Dziś, tak jak wtedy, Jasne Okocimskie warzymy z trzech składników: wody, chmielu i siodu, co nadaje naszemu piwu głęboki i łagodny smak.

Paweł Zych,
piwowar z Browaru Okocim

NAGRODY

NASZE PIWA SĄ LUBIANE I DOCENIANE PRZEZ KONSUMENTÓW ORAZ NAGRADZANE PRZEZ GRONO EKSPERTÓW.



złoto na European Beer Star 2019



złoto dla Okocim Jasne Okocimskie i srebro dla Okocim Klasyczna Pszenica



dwie statuetki dla Somersby Watermelon



złoto dla Somersby Mango & Lime



złoto dla Grimbergen Blanche



dla projektu „18:45. Czas na zasady”



2 razy złoto i 2 razy srebro dla Okocimskich Radlerów

Srebro dla Okocim Mistrzowski Porter w konkursie Carlsberg Group - Beer of the Year












Złoto dla Somersby Mango&Lime i złoto dla Somersby Pear 0,0% jako Najlepszych produktów 2020 - nagroda instytutu GFK Polonia w kategorii "wybór konsumentów"

Somersby ulubioną marką Polaków w kategorii „Mixy piwne (radlery i piwa smakowe)” magazynu Wiadomości Handlowe








INDEKS GRI

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




WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
WSKAŹNIKI PROFILOWE				
Profil organizacyjny				
	102-1	Nazwa organizacji		Carlsberg Polska
	102-2	Działania, marki, produkty i usługi		Strony 71-72. Więcej informacji na temat marek Carlsberg znajduje się na stronie https://carlsbergpolska.pl/nasze-piwa/
	102-3	Lokalizacja siedziby głównej organizacji		ul. Krakowiaków 34, 02-255 Warszawa
	102-4	Rozmieszczenie krajów, w których działa organizacja		Carlsberg Polska działa na terytorium Polski
	102-5	Charakter własności oraz forma prawna		Carlsberg Polska to 2 Spółki: • Carlsberg Polska Sp. z o.o. • Carlsberg Supply Company Polska SA
	102-6	Rynki obsługiwane przez organizację		Strona 72
	102-7	Skala organizacji		Strony 71-74
	102-8	Informacje o osobach zatrudnionych i innych pracownikach		Strony 44-53
	102-9	Opis łańcucha dostaw organizacji		Dostawcy: Rolnicy, dostawcy surowców do produkcji piwa, dostawcy mediów (energia, woda), dostawcy opakowań, pozostali dostawcy (usługi finansowe, marketingowe, etc.). Klienci: Hurtownie, ogólnopolskie sieci handlowe, punkty detaliczne, lokale gastronomiczne.
	102-10	Istotne zmiany w organizacji i jej łańcuchu dostaw		Brak istotnych zmian w organizacji i jej łańcuchu dostaw w okresie objętym raportowaniem.
	102-11	Zasada przejrzystości i podejście do niej w organizacji		Strony 3-7

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
	102-12	Zewnętrzne inicjatywy		Strony 58-59, 72, 75
	102-13	Członkostwo w stowarzyszeniach		Strona 72
Strategia				
	102-14	Oświadczenie ze strony najważniejszych rangą decydentów w organizacji		Strony 3, 4
	102-16	Wartości, zasady, standardy i normy zachowania		Strony 6-7
Etyka i uczciwość				
	102-17	Mechanizmy w zakresie naruszeń zasad etycznych i prawa		Strony 64-67
Ład organizacyjny				
	102-18	Struktura organu zarządzającego organizacją		<p>Zarząd - Carlsberg Polska Sp. z o.o.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Paul Davies, prezes Zarządu • Jolanta Gieniec-Biegańska, wiceprezes zarządu ds. finansowych • Wojciech Żabiński, wiceprezes zarządu ds. marketingu • Mieszko Musiał, wiceprezes zarządu ds. sprzedaży • Ewa Mączyńska, wiceprezes zarządu ds. personalnych <p>* Skład zarządu za 2018 r. Od stycznia 2019 r. rolę prezesa</p> <p>Zarząd Carlsberg Supply Company Polska SA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Marek Krzysztoporski, prezes zarządu • Jarosław Wojt, członek zarządu
	102-19	Proces delegowania władzy		Proces delegowania odpowiedzialności w kontekście zarządzania zrównoważonym rozwojem powiązany jest z systemem zarządzania i raportowania ENABLON. Wybrani przedstawiciele wyższego kierownictwa oraz członkowie Zarządu w ramach swoich obszarów kompetencji walidują raportowane dane i nadzorują proces.
	102-20	Odpowiedzialność kierownictwa za kwestie ekonomiczne, środowiskowe i społeczne		j.w.
	102-21	Proces konsultacji z interesariuszami na tematy ekonomiczne, środowiskowe i społeczne		Strony 55-57
	102-26	Rola najwyższego organu zarządzającego w wyznaczaniu celów, wartości i strategii		Zarząd bierze bezpośredni udział w wyznaczaniu i wdrażaniu Strategii SAIL 22' oraz Together Towards ZERO.
	102-31	Przegląd kwestii ekonomicznych, środowiskowych i społecznych w organizacji		Informacje zawarte są w każdym rozdziale odnośnie realizacji naszych ambicji TTZ







WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
	102-32	Rola najwyższego organu zarządzającego w raportowaniu zrównoważonego rozwoju		Prezes Zarządu jest odpowiedzialny za formalną ewaluację i zatwierdzanie raportu zrównoważonego rozwoju
Zaangażowanie interesariuszy				
	102-40	Lista grup interesariuszy		Strony 55-57
	102-41	Zbiorowe układy pracy		W Carlsberg Polska nie funkcjonuje układ zbiorowy pracy. Jest natomiast regulamin pracy obejmujący wszystkich pracowników
	102-42	Identyfikacja i selekcja interesariuszy		W ramach bieżącej działalności ma miejsce identyfikacja kluczowych grup interesariuszy. W Tabeli na stronie X opisaliśmy metody ich angażowania
	102-43	Podejście organizacji do angażowania interesariuszy		Strony 55-57
	102-44	Kluczowe zagadnienia poruszone przez interesariuszy		Strona 57
Sposób przygotowania raportu				
	102-45	Podmioty uwzględnione w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym		Carlsberg Polska nie sporządza skonsolidowanego sprawozdania finansowego. Podmioty objęte niniejszym raportem to Carlsberg Polska Sp. z o.o. oraz Carlsberg Supply Company Polska SA
	102-46	Proces definiowania treści raportu i granic aspektów		Strony 2, 57
	102-47	Lista istotnych aspektów		Strona 57
	102-48	Ponowne przedstawienie informacji		W okresie raportowania nie zaszły znaczące zmiany w zakresie przedstawianych informacji.
	102-49	Zmiany w sposobie przygotowania raportu		Po raz trzeci zastosowano Wytyczne GRI Standards, poziom core. Nie zaszły znaczące zmiany w sposobie przygotowywania raportu.
	102-50	Okres objęty raportowaniem		01.01.2019 – 31.12.2019
	102-51	Data poprzedniego raportu		07.06.2019 r.
	102-52	Cykl raportowania		Roczny
	102-53	Osoba kontaktowa w zakresie pytań dotyczących raportu i jego treści		Jagoda Jastrzębska
	102-54	Informacje zgłoszone zgodnie ze standardami GRI		GRI Standards, poziom core

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
	102-55	Indeks treści		Strony 76-84
	102-56	Weryfikacja zewnętrzna		Raport nie został poddany weryfikacji zewnętrznej.
Podejście do zarządzania				
	103-1	Uzasadnienie istotności aspektu i jego zakresu		8 – CO ₂ i energia 20 – woda 28 – odpowiedzialna konsumpcja alkoholu 37 - BHP
	103-2	Podejście do zarządzania i jego elementy		8 – CO ₂ i energia 20 – woda 28 – odpowiedzialna konsumpcja alkoholu 37 - BHP
	103-3	Ewaluacja podejścia do zarządzania		8 – CO ₂ i energia 20 – woda 28 – odpowiedzialna konsumpcja alkoholu 37 - BHP
KATEGORIA EKONOMICZNA				
Wyniki ekonomiczne				
	201-1	Bezpośrednia wartość ekonomiczna wytworzona i podzielona		Strona 74
	201-2	Implikacje finansowe i inne ryzyka oraz szanse dla działań organizacji wynikające ze zmian klimatycznych		Strony 6, 8-19
Pośredni wpływ ekonomiczny				
	203-1	Rozwój oraz wpływ inwestycji na infrastrukturę i usługi		Strona 74
Przeciwdziałanie korupcji				
	205-1	Całkowita liczba i procent zakładów ocenionych pod kątem ryzyka wystąpienia korupcji oraz zidentyfikowane znaczące ryzyka		100% Wszystkie zakłady objęte są tymi samymi procedurami i Kodeksem Etyki i postępowania
	205-2	Komunikacja i szkolenia poświęcone politykom i procedurom antykorupcyjnym		Strona 65
	205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania		W 2019 r. nie stwierdzono takich przypadków
	206-1	Całkowita liczba podjętych wobec organizacji kroków prawnych dotyczących przypadków naruszeń zasad wolnej konkurencji, praktyk monopolistycznych oraz ich skutki		Brak

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
KATEGORIA ŚRODOWISKOWA				
Opakowania				
	301-2	Procent wykorzystywanych materiałów, które stanowią przetworzone materiały początkowe		Strony 15-16
	301-3	Procent odzyskanych materiałów ze sprzedawanych produktów i ich opakowań, według kategorii materiału		Strona 74
Energia				
	302-1	Zużycie energii wewnątrz organizacji		Strony 8-19
	302-3	Intensywność zużycia energii		Strona 11
	302-4	Zmniejszenie zużycia energii		Strona 74
	302-5	Zmniejszenie wymagań energetycznych produktów i usług		Strona 74
Woda				
	303-1	Całkowity pobór wody według źródła		Strona 23
	303-2	Źródła wody, gdzie pobór stanowi dużą ingerencję w zasoby wodne		Pobór wody odbywa się zgodnie z otrzymanymi pozwoleniami
	303-3	Procent oraz całkowita objętość wody przetwarzanej i ponownie wykorzystywanej		Strona 26
Bioróżnorodność				
	304-1	Zakłady będące własnością, wynajmowane, zarządzane lub sąsiadujące z obszarami chronionymi bądź obszarami o dużej wartości pod względem bioróżnorodności znajdującymi się poza obszarami chronionymi		W pobliżu zakładów nie znajdują się obszary chronione
	304-3	Siedliska chronione lub zrewitalizowane		W pobliżu zakładów nie znajdują się siedliska chronione
Emisje				
	305-1	Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych		Strony 11, 18
	305-4	Intensywność emisji gazów cieplarnianych		Strona 74
	305-5	Redukcja emisji gazów cieplarnianych		Strona 74

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
Ścieki i odpady				
	306-1	Całkowita objętość ścieków według jakości i docelowego miejsca przeznaczenia		Strona 27
	306-2	Całkowita waga odpadów według rodzaju odpadu oraz metody postępowania z odpadem		Strona 18
	306-3	Łączna liczba i objętość istotnych wycieków		W 2019 r. nie odnotowano istotnych wycieków
	306-4	Waga transportowanych, importowanych, eksportowanych lub przetworzonych odpadów uznanych za niebezpieczne w rozumieniu konwencji bazylejskiej, patrz źródło nr 2, aneks i, ii, iii i viii, oraz procent odpadów przemieszczanych transgranicznie		Odpady są odbierane z browarów i oczyszczalni przez uprawnione firmy do przetwarzania i utylizacji odpadów ich środkami transportowymi
	306-5	Rodzaj, rozmiar, status ochronny oraz znaczenie dla bioróżnorodności akwenów wodnych i powiązanych siedlisk, na które istotny wpływ ma zrzucana przez organizację raportującą woda i wycieki		Zrzucanie ścieków odbywa się zgodnie z posiadanymi pozwoleniami, które określają odpowiednie parametry
Zgodność z przepisami środowiskowymi				
	307-1	Przypadki nieprzestrzegania prawa i regulacji dotyczących ochrony środowiska		W 2019 r. nie odnotowano takich przypadków.
KATEGORIA SPOŁECZNA				
Zatrudnienie				
	401-1	Całkowita liczba i wskaźniki zatrudnienia nowych pracowników oraz rotacji pracowników w podziale na grupy wiekowe, płeć i region		Strona 53
	401-2	Świadczenia zapewniane pracownikom pełnoetatowym, które nie przysługują pracownikom tymczasowym lub zatrudnionym w niepełnym wymiarze godzin, w podziale na główne lokalizacje prowadzenia działalności		Nie występują świadczenia, których przysługiwanie jest uzależnione od wymiaru etatu
	402-1	Minimalne okresy wypowiedzenia w związku ze zmianami operacyjnymi, z uwzględnieniem informacji, czy są one określone w umowach zbiorowych		Zgodnie z Kodeksem Pracy. W Carlsberg Polska nie funkcjonują umowy zbiorowe.
Bezpieczeństwo i higiena pracy				
	403-1	Procent pracowników reprezentowanych we wspólnych formalnych komisjach ds. bhp uwzględniających pracowników i menedżerów, które pomagają monitorować i prowadzić programy związane z bezpieczeństwem i higieną pracy		Komisje BHP zwoływane są co kwartał w każdym Browarze.
	403-2	Rodzaj urazów oraz wskaźnik urazów, chorób zawodowych, dni straconych i nieobecności w pracy oraz wypadków śmiertelnych związanych z pracą, z podziałem na regiony i płeć		Strona 39
	403-4	Kwestie bezpieczeństwa i higieny pracy uwzględnione w formalnych porozumieniach zawartych ze związkami zawodowymi		Regulamin pracy określa wzajemne relacje dotyczące bezpieczeństwa

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
Szkolenia i edukacja				
	404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika w podziale na płeć oraz na kategorię pracowników		Strony 49-51
	404-2	Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego, które wspierają ciągłość zatrudnienia pracowników oraz ułatwiają zarządzanie końcem kariery zawodowej		Strony 49-51
	404-3	Procent pracowników otrzymujących regularne oceny swoich wyników oraz informacje rozwoju zawodowego, w podziale na płeć oraz kategorię pracowników.		Strona 51
	405-1	Różnorodność w najwyższym organie zarządzającym i w kadrcie pracowniczej		Strona 53
Brak dyskryminacji				
	406-1	Całkowita liczba przypadków incydentów o charakterze dyskryminacyjnym i podjęte środki naprawcze		W 2019 r. nie stwierdzono takich przypadków.
Wolność zrzeszania się				
	407-1	Zidentyfikowane działania i dostawcy, w których przypadku może występować ryzyko naruszenia wolności zrzeszania się i zawierania umów zbiorowych oraz działania podjęte by chronić te prawa		W 2019 r. nie stwierdzono takich przypadków.
Praca dzieci i praca przymusowa				
	408-1	Zakłady i dostawcy zidentyfikowani jako obciążeni znacznym ryzykiem wystąpienia przypadków pracy dzieci oraz środki podjęte w celu skutecznej eliminacji pracy dzieci		W 2019 r. nie stwierdzono takich przypadków.
	409-1	Działalność i dostawcy zidentyfikowani jako szczególnie narażeni na ryzyko wystąpienia przypadków pracy przymusowej lub obowiązkowej oraz działania podjęte w celu skutecznej eliminacji pracy przymusowej lub obowiązkowej		W 2019 r. nie stwierdzono takich przypadków.
Ocena pod kątem praw człowieka				
	412-1	Całkowita liczba działań poddanych przeglądowi pod kątem poszanowania praw człowieka lub ocenie pod kątem wpływu na poszanowanie praw człowieka		W Grupie Carlsberg mamy wdrożoną Human & Labour Rights Policy. Za monitorowanie tej polityki jest odpowiedzialny lokalny HR.
	412-2	Szkolenie pracowników z zakresu polityk i procedur związanych z prawami człowieka		Strona 65
Spółeczności lokalne				
	413-1	Zakłady z wdrożonymi programami zaangażowania lokalnej społeczności, ocenami wpływu i programami rozwoju		Strony 68-69

WSKAŹNIKI PROFILOWE	NUMER WSKAŹNIKA	NAZWA WSKAŹNIKA	ZAKRES RAPORTOWANIA	KOMENTARZ
	415-1	Całkowita wartość wsparcia udzielonego na rzecz partii politycznych, polityków i instytucji o podobnym charakterze w podziale na kraje i odbiorcę/beneficjenta		Nie udzielamy takiego wsparcia. Jest ono niezgodne z zasadami etycznymi Grupy Carlsberg
Zdrowie i bezpieczeństwo klienta				
	416-1	procent istotnych kategorii produktów i usług, w przypadku których poddaje się ocenie ich wpływ na zdrowie i bezpieczeństwo w celu poprawy wskaźników		100% naszych produktów jest poddawane ocenie, m.in. w ramach Normy FSSC 22000
	416-2	Przypadki niezgodności z regulacjami oraz dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi wpływu produktów i usług na zdrowie i bezpieczeństwo na każdym etapie cyklu ich życia, w podziale na rodzaj skutków		W 2019 r. nie miały miejsca takie przypadki
Marketing i znakowanie produktów				
	417-1	Obowiązki informowania i znakowania produktów i usług		Strony 30-34
	417-2	Przypadki niezgodności z regulacjami dotyczące informacji i znakowania produktów i usług		W 2019 r. nie miały miejsca takie przypadki
	417-3	Liczba przypadków niezgodności z regulacjami i dobrowolnie stosowanymi kodeksami dotyczącymi komunikacji marketingowej, w tym reklam, promocji i sponsoringu, w podziale na rodzaj skutków		Strona 34
	419-1	Kwota istotnych kar oraz całkowita liczba sankcji pozafinansowych z tytułu niezgodności z prawem i regulacjami		W 2019 r. nie miały miejsca takie przypadki

OSOBA KONTAKTOWA W SPRAWIE RAPORTU

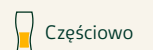
Jagoda Jastrzębska

Kierownik ds. rozwoju odpowiedzialnego biznesu

Carlsberg Polska

tel. 601 89 98 05

e-mail: jagoda.jastrzebska@carlsberg.pl



Carlsberg Polska
ul. Krakowiaków 34
02-255 Warszawa

www.carlsbergpolska.pl

