



# Warzemy Lepszy Świat 2030



**Sprawozdanie  
na temat informacji niefinansowych**

Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. za rok 2021

## Spis treści

---

<b>List Prezesa</b>	<b>4</b>
<b>Nagrody i wyróżnienia</b>	<b>6</b>
<b>Warzymy Lepszy Świat 2030</b>	<b>8</b>
Środowisko. Krok po kroku do neutralności	12
Środowisko. Co zrobiliśmy w 2021 r.?	14
Ludzie. Sprawiedliwa firma, sprawiedliwy świat.	24
Ludzie. Co zrobiliśmy w 2021 r.?	26
Alkohol. Z głową i umiarem.	37
Alkohol. Co zrobiliśmy w 2021 r.?	39
<b>Grupa Żywiec. Z Żywca na cały świat.</b>	<b>43</b>
Nie tylko Żywiec	44
Co tu robimy? Nasze wartości	45
Model biznesowy	46
Browary. Tutaj się warzy	47
Eksport. Ż na całym świecie	48
Najbardziej różnicowane produkty	49
Rynek piwa. Innowacje i różnorodność.	51
Wyniki finansowe	53
<b>Ład korporacyjny</b>	<b>54</b>
<b>W Ż liczy się dobry klimat</b>	<b>58</b>
Zmiany klimatyczne i długofalowe perspektywy dla biznesu	59
Konsumenci: więcej dla klimatu	63
Od ziarna do baru	65
Zrównoważony Rozwój	67
Nasz wpływ na środowisko	69
Zgodność z Taksonomią UE	72
Kluczowe niefinansowe wskaźniki efektywności	76
Energia i paliwa	77
Woda. Chronimy to, co najcenniejsze	78
Zrównoważone składniki. Z Polski.	79
Zamykamy obieg gospodarki	81
Opakowania	83

---

---

<b>Alkohol. Tylko z głową.</b>	<b>85</b>
Promujemy odpowiedzialną konsumpcję alkoholu	86
<b>Nasze Ż. Ludzie, dla których piwo to pasja.</b>	<b>88</b>
Nasze miejsce pracy	89
Przyjaźnie i różnorodnie	90
Moje Ż	92
Rozwój naszych pracowników	93
Wracajcie do domu bezpiecznie	95
<b>Struktura zatrudnienia</b>	<b>97</b>
<b>Etyka i prawa człowieka w Grupie Żywiec</b>	<b>98</b>
Kodeks postępowania w biznesie HEINEKENA	100
Speak Up	102
Zarządzanie konfliktem interesów	103
Przeciwdziałanie korupcji	104
Kodeks dostawców	105
Zarządzanie obszarem środowiskowym	106
Rozwijamy nasze społeczności	107
<b>W trosce o jakość naszych produktów</b>	<b>108</b>
<b>Istotność informacji w raporcie i zarządzanie ryzykiem</b>	<b>110</b>
Badanie istotności	111
Istotne ryzyka niefinansowe	114
<b>O Sprawozdaniu</b>	<b>115</b>
Informacja na temat raportowania	116
Specyfikacja sprawozdania	117
<b>Załączniki</b>	<b>122</b>

---

Dane i informacje prezentowane w niniejszym raporcie dotyczą Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. oraz jej jednostki dominującej Grupa Żywiec S.A.

W całym raporcie określenie „Grupa Żywiec” oznacza całą Grupę Kapitałową Żywiec S.A., a zatem informacje te dotyczą także jednostki dominującej Grupa Żywiec S.A.



## Nowe ambicje na nową dekadę

Warzemy piwo od ponad 165 lat. W tym czasie staliśmy się nieodłącznym elementem wyjątkowych chwil spędzanych w gronie przyjaciół i bliskich oraz wspomnień, które towarzyszą nam przez całe życie. Jednocześnie **Grupa Żywiec stała się częścią życia miast i miasteczek, w których zlokalizowane są nasze browary oraz częścią całego ekosystemu, który czerpie z bogactwa natury.**



**Simon Amor**

Prezes Zarządu Grupy Żywiec S.A.

Wkraczając w rok 2022, korzystamy z tej okazji, by zastanowić się nad dotychczasowymi osiągnięciami i spojrzeć w przyszłość z optymizmem, odwagą i pokorą. Jestem dumny z postępów, jakie poczyniliśmy od czasu ogłoszenia ponad 10 lat temu naszych pierwszych ambicji w zakresie zrównoważonego rozwoju. Dzięki pasji, kreatywności i determinacji naszych pracowników i partnerów, tylko w ubiegłym roku udało nam się zmniejszyć emisję CO<sub>2</sub> o ponad 30% vs 2020. Konsekwentnie ograniczamy zużycie energii w naszych Browarach i inwestujemy w źródła odnawialne, które dziś stanowią 40% naszego zużycia energii. Ponadto zwiększamy udział surowców pochodzących ze zrównoważonych upraw w naszej działalności piwowarskiej, a jako członek założyciel Polskiego Stowarzyszenia Rolnictwa Zrównoważonego, aktywnie wspieramy edukację rolników, aby więcej z nich mogło prowadzić

zrównoważone gospodarstwa. Wdrożyliśmy wiele inicjatyw w zakresie projektowania opakowań naszych produktów, aby zużywały mniej materiałów i aktywnie pracowaliśmy nad zwiększeniem zwrotności szklanych butelek.

Podążając za firmą HEINEKEN i przy współpracy z naszymi partnerami promujemy odpowiedzialną konsumpcję piwa. Jesteśmy pionierem w rozwoju doskonałych smakowo piw bezalkoholowych na polskim rynku. Wspieramy naszych konsumentów w prowadzeniu odpowiedzialnego stylu życia zapewniając wybór i cały czas rozszerzając ofertę w tym zakresie.

Działamy na terenie całej Polski, a nasze browary i magazyny zlokalizowane są w małych miejscowościach, dlatego w dialogu z lokalnymi partnerami staramy się wspierać najważniejsze dla mieszkańców lokalne wydarzenia. Nasze Muzeum Browaru w Żywcu co roku przyciąga turystów z całego świata, którzy chcą poznać naszą historię, tradycję piwowarską i nasz wieloletni związek z miastem.

Niemniej jednak pandemia COVID-19 pokazała nam wszystkim, jak nieprzewidywalne może być środowisko, w którym funkcjonujemy. Dbałość o życie i zdrowie naszych pracowników stało się jeszcze ważniejsze. Dlatego wprowadziliśmy nowe metody pracy, aby bezpiecznie kontynuować nasze działania, zapewniając jednocześnie bezpieczeństwo fizyczne i psychologiczne naszych zespołów.

Pandemia przyspieszyła również zmiany w sposobie, w jaki nasi konsumenci kupują nasze produkty. Nieustannie dostosowujemy się do tych zmian, inwestując w nasze marki, dostosowując naszą drogę do rynku, wprowadzając innowacje w rozwijających się segmentach oraz rozwijając kompetencje naszego zespołu, aby sprostać zmieniającym się oczekiwaniom klientów, co wspiera wzrost polskiej gospodarki.

Jak wszyscy, liczymy na koniec pandemii, choć zdajemy sobie sprawę, że w przyszłości będziemy musieli nauczyć się żyć z wirusem. Mamy też świadomość, że przed nami jeszcze większe wyzwanie. Według ekspertów, średnia temperatura na świecie wzrośnie o co najmniej +1,5°C w stosunku do poziomu sprzed epoki przemysłowej, wpływając na sposób, w jaki żyjemy i funkcjonujemy. Kryzys klimatyczny jest pilny i musi zjednoczyć rządy,

przedsiębiorstwa i społeczeństwa do wspólnego działania. Czas na walkę ze zmianami klimatycznymi jest teraz, a działania, które podejmiemy dziś, wpłyną na świat na zawsze.

Chcemy być liderem w aktywnym poszukiwaniu odpowiedzi na te wyzwania. Właśnie dlatego zdecydowaliśmy się przyjąć nową strategię zrównoważonego rozwoju: „Warzemy lepszy świat 2030”, która określając nowe ambicje na nową dekadę.

Chcemy być liderem w aktywnym poszukiwaniu odpowiedzi na te wyzwania. Właśnie dlatego zdecydowaliśmy się przyjąć **nową strategię zrównoważonego rozwoju: „Warzemy lepszy świat 2030”**, która określając nowe ambicje na nową dekadę.



Nasza strategia Warzemy lepszy świat 2030 wyznacza jasny cel, jakim jest osiągnięcie neutralności węglowej w produkcji piwa do 2030 roku oraz w całym naszym łańcuchu dostaw do 2040 roku. Określa w jaki sposób zapewnimy sprawiedliwe i inkluzywne miejsce pracy dla wszystkich pracowników i dostawców, a także zobowiązuje nas do zapewnienia naszym konsumentom możliwości wyboru produktów bezalkoholowych, gdziekolwiek i kiedykolwiek zechcą oraz aktywnego działania na rzecz odpowiedzialnej konsumpcji piwa.

Zrównoważony rozwój jest kluczowym elementem strategii rozwoju naszej firmy. Zarząd Grupy Żywiec bierze aktywny udział w ustalaniu strategicznych kierunków zrównoważonego rozwoju i w projektach realizujących nasze ambicje w tym zakresie. Członkowie Zarządu regularnie zapoznają się z najnowszymi analizami powstającymi w Grupie Żywiec w tym z wynikami przeprowadzonej w 2021 roku Analizy ryzyk klimatycznych.

Ambicje te są również zgodne z Celami Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych, które zostały przyjęte przez wszystkie kraje należące do ONZ. Dekada Działań zainicjowana przez ONZ ma zmobilizować wszystkich ludzi do podjęcia działań w celu wyeliminowania skrajnego ubóstwa, wygrania wyścigu ze zmianami klimatycznymi, przewyciężenia niesprawiedliwości i nierówności płci do 2030 roku.

W Grupie Żywiec wierzymy, że piwo ma moc prawdziwego jednoczenia ludzi i wiemy, że razem możemy osiągnąć więcej. Dlatego będziemy realizować nasze ambicje we współpracy z naszymi pracownikami, dostawcami, partnerami biznesowymi, samorządami, społecznościami lokalnymi, organizacjami pozarządowymi i decydentami. Jest wiele do zrobienia, ale w Grupie Żywiec mamy determinację, by odegrać swoją rolę w zmienianiu świata na lepsze.



GRI 2-14



## Nagrody i wyróżnienia

### Konkurs KTR



Złoto za kampanię „Chce się Ż”  
w kategorii: Long Term Communication



Srebro za „Męskie Granie”  
w kategorii: Long Term Communication



Srebro za „Teledysk Męskie Granie”  
w kategorii: Long Term Communication

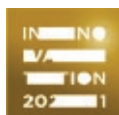
### Konkurs innovation



Srebro za „Zanuć Turururu”  
w kategorii: Innowacje w komunikacji, Audio



Srebro za „Zanuć Turururu”  
w kategorii: Innowacje w mediach, Tech



Brąz za „Zanuć Turururu”  
w kategorii: Innowacje w komunikacji,  
Formaty Reklamowe

### Piwnie Akordy



Złoto dla Desperadosa  
i Warki Radler  
w kategorii Napoje Alkoholowe

**Żywiec**  
Top Marka 2021  
w kategorii piwa i cydry



**Grupa Żywiec**  
Reklamodawcą roku  
MIXX AWARDS 2021

### MIXX Awards

Złoto i Srebro za „Męskie Granie #wdomu”  
w kategorii Digital Experience i Best Use of social media

Złoto i Wyróżnienie za „Zanuć Turururu”  
w kategorii Innovation and Smart Solution i Digital Experience

Srebro i Wyróżnienie za Warka „Planet of Gamers”  
kategorii Brand Awareness and Positioning i Games and Esport

Brąz za Królewskie “Niezapomniki”  
w kategorii Offline Digitizing

### Effie

Srebro za „Impreza to stan umysłu”  
w kategorii Napoje Alkoholowe

Brąz za „Sztuka rzemiosła”  
w Kategorii Long Term

Brąz za „Ludzie z charakterem”  
w kategorii React & Defend

### Polityka

Srebrny Listek CSR  
za działanie wspierające  
realizację celów Zrównoważonego  
Rozwoju za rok 2020.



### Office Superstar

Office Star 2021  
w kategorii  
Najlepsze Biuro  
w Warszawie





# Warzemy Lepszy Świat 2030





## Warzemy Lepszy Świat 2030

Nasz sukces jest możliwy tylko wtedy, kiedy rozwijać będą się nasi pracownicy i społeczności, a także stworzymy warunki do powstrzymania zmian klimatycznych. Od lat nasza działalność tworzy wartość dla mieszkańców, wśród których warzemy piwo, naszych pracowników i partnerów biznesowych oraz dla naszych konsumentów, a także wywiera wpływ na środowisko naturalne. **Nowe wyzwania w tych obszarach skłoniły nas do przyjęcia nowej ambicji w naszej strategii zrównoważonego rozwoju „Warzemy Lepszy Świat” i określenia nowych celów, które chcemy osiągnąć do roku 2030.**

Dziś, bardziej niż kiedykolwiek wcześniej, to właśnie zmiany klimatyczne determinują sposób w jaki będziemy żyć, pracować oraz rozwijać się. Przeobrażenia klimatyczne stanowią wyzwanie związane z całym łańcuchem wartości produkcji piwa, mając duży wpływ na surowce naturalne oraz wodę, z których powstaje nasze piwo, a także proces produkcji, dystrybucji i wybory konsumenckie.

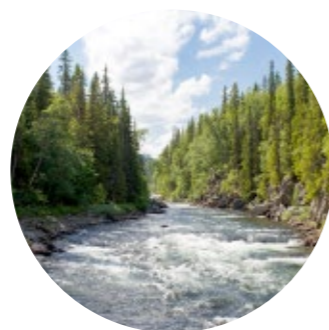
Według ekspertów Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), zmiany klimatyczne są już nieodwracalne, a średnia temperatura wzrośnie co najmniej o 1,5°C do roku 2040 zmieniając środowisko oraz nasze życie. Jesteśmy zdeterminowani, żeby we współpracy z innymi partnerami, przeciwdziałać zmianom poprzez ograniczenie wpływu środowiskowego oraz zapewnienie dobrych warunków do rozwoju społecznego.

Nasze nowe ambicje wpisują się w także w Cele Zrównoważonego Rozwoju Organizacji Narodów Zjednoczonych, które zostały przyjęte przez wszystkie państwa ONZ. Rozpoczęta przez ONZ Dekada Działań, która ma zmobilizować wszystkich ludzi do podejmowania działań, tak aby do 2030 roku wyeliminować skrajne ubóstwo, wygrania wyścigu z powstrzymaniem zmian klimatycznych, pokonania niesprawiedliwości i nierówności płci.

### Działamy w partnerstwie

Grupa Żywiec S.A. tworzy wartość we współpracy z naszymi partnerami, realizując Cel 17. Zrównoważonego Rozwoju, w tym także od lat wspieramy rozwój kultury piwnej, działamy na rzecz poszanowania środowiska i rozwoju odpowiedzialnego biznesu jako członek poniższych stowarzyszeń w roku 2021:

- ✓ Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie”
- ✓ United Nations Global Compact – Polska
- ✓ Rada Etyki Reklamy
- ✓ Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych
- ✓ Stowarzyszenie Polska Koalicja Przemysłowa na rzecz Opakowań Przyjaznych Środowisku EKO-PAK
- ✓ Netherlands-Polish Chamber of Commerce
- ✓ Polskie Stowarzyszenie Rolnictwa Zrównoważonego „ASAP”



### Środowisko

Wyłącznie pozytywny wpływ.

- ✓ Na drodze do neutralności klimatycznej
- ✓ Dajemy opakowaniom drugie życie
- ✓ Dbamy o wodę

### Ludzie

Sprawiedliwa firma, sprawiedliwy świat.

- ✓ Różnorodni i równi
- ✓ Sprawiedliwe i bezpieczne miejsce pracy
- ✓ Dobry wpływ na społeczność

### Alkohol

Zawsze z głową.

- ✓ Wybór 0.0%. Zawsze i wszędzie.
- ✓ Przeciwdziałanie szkodliwemu spożyciu alkoholu
- ✓ Promowanie umiarkowanej konsumpcji piwa

### Nasze działania realizują Cele Zrównoważonego Rozwoju:





# Środowisko





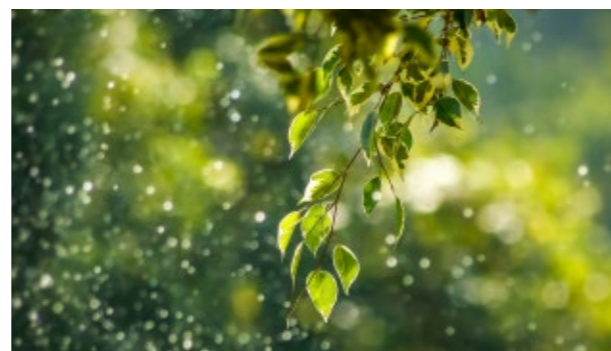


## Środowisko. Krok po kroku do neutralności

### Na drodze do neutralności klimatycznej

Emisje gazów cieplarnianych są głównym powodem zmian klimatycznych. Możemy im zapobiec jedynie przez ograniczenie naszego śladu węglowego.

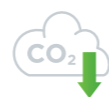
Z tego powodu zdecydowaliśmy się podnieść poprzeczkę poprzez **osiągnięcie zerowej emisji netto** do roku 2030 dla wszystkich naszych browarów oraz **całkowitego ograniczenia śladu węglowego** w całym łańcuchu wartości do roku 2040.



Chcemy, żeby 100% jęczmienia, z którego powstaje sód używany do warzenia naszego piwa oraz 100% chmielu pochodziło ze źródeł zrównoważonych. Jest to zgodne z celem zatrzymania wzrostu średniej temperatury na poziomie 1,5°C określonym w ramach Paryskiego porozumienia klimatycznego.

W ciągu ostatniej dekady udało nam się obniżyć zużycie energii o ponad połowę. Aby osiągnąć naszą ambicję, będziemy ograniczać emisyjność produkcji piwa poprzez zwiększanie efektywności energetycznej oraz wykorzystanie zielonych źródeł energii elektrycznej i ciepłej. Będziemy także pracować z naszymi dostawcami oraz partnerami z sektora rolnictwa, opakowań, dystrybucji oraz chłodnictwa, aby wspólnie wypracować działania, które pozwolą nam osiągnąć neutralność całego łańcucha wartości

### Nasze ambicje:



**Zerowa emisja netto** w produkcji piwa do 2030 r.



**Neutralny klimatycznie** łańcuch wartości do 2040 r.



**100% zrównoważonych składników** (jęczmień, chmiel) do 2030 r.

### Dajemy opakowaniom drugie życie

Zmiany demograficzne oraz rozwój gospodarczy powodują, że coraz więcej zasobów, którymi dysponuje nasza planeta wykorzystywanych jest w coraz krótszym czasie. Aby zachować środowisko naturalne oraz rozwijać się jako firma, musimy nauczyć się wykorzystywać ponownie surowce, z których korzystamy. Zadbamy o to, żeby każde nasze opakowanie zyskiwało drugie i kolejne życie.

Chcemy, żeby do roku 2030 **każde opakowanie mogło zostać użyte ponownie lub przetworzone**. Naszym celem jest także ograniczenie używania tworzyw sztucznych w opakowaniach zbiorczych piwa, w tym także rezygnacja z używania nieprzetworzonych tworzyw sztucznych.

Mamy w tym obszarze duże doświadczenie. W naszych browarach niemal nic się nie marnuje, pozostałości po procesie produkcji piwa nie trafiają na wysypiska śmieci, a odpady biologiczne wykorzystywane są niemal w całości w rolnictwie. Piwo, które z uwagi na pandemię zmuszeni byliśmy zutylizować, posłużyło nam do produkcji ekologicznego [biogazu]. Żywiec jako pierwsza marka piwa w Polsce zaangażowała się w promocję opakowań zwrotnych w kampanii „Wielka Zwrotka Ż”.



**100% opakowań** umożliwia ponowne użycie lub **recykling** do 2030 r.



**Ograniczenie** używania tworzyw sztucznych w opakowaniach zbiorczych do 2025 r.



**Rezygnacja z używania** nieprzetworzonych **tworzyw sztucznych** do 2030 r.

### Dbamy o wodę

Woda jest najważniejszym składnikiem piwa. Jest też najważniejszym zasobem, dzięki któremu funkcjonuje i rozwija się życie. Zmiany klimatyczne wpływają na dostępność wody, zmieniając naturalnie występujące cykle opadowe oraz zwiększając ryzyko suszy. Polska jest jednym z krajów o najmniejszej dostępności wody w Unii Europejskiej, która wynosi zaledwie 35% średniej unijnej. Szczególne znaczenie ma dostępność wody w obszarach górskich, które poprzez ukształtowanie narażone są na mniejsze niż w innych miejscach zatrzymanie wody w ekosystemie.



Od lat inwestujemy w najbardziej efektywne pod względem wody technologie produkcji piwa w naszych browarach. Dzięki temu browary Grupy Żywiec należą do czołówki najbardziej oszczędnych pod tym względem zakładów na świecie, a osiągnięte przez nas rezultaty inspirować browarników z całego świata do uczenia się od nas.

Chcemy utrzymać nasze doskonałe rezultaty w tym obszarze i pozostać **w pierwszej 5. najbardziej efektywnych wodnie przedsiębiorstw w rodzinie HEINEKENA**.

Aby chronić naturalny skarb Żywiecczyzny jakim jest woda, zawiązaliśmy partnerstwo z wiodącym producentem wody - Żywiec Zdrój. Dzięki partnerstwu powstała Koalicja na rzecz retencji „Dbamy o Wodę”, która stanowić będzie naszą platformę do integracji działań lokalnych partnerów wokół przeciwdziałania skutkom zmian klimatycznych na dostępność wody.



Grupa Żywiec wśród **5. najbardziej efektywnych wodnie przedsiębiorstw** w rodzinie HEINEKENA



Partnerstwo z Żywiec Zdrój na Żywiecczyźnie poprzez Koalicję na rzecz retencji „Dbamy o Wodę”





# Środowisko.

## Co zrobiliśmy w 2020 roku?





## Dbamy o dobrą atmosferę



Dbamy o to, żeby warzenie piwa było jak najbardziej **przyjazne dla środowiska.**

Dlatego **100% energii elektrycznej** używanej do warzenia piwa w Grupie Żywiec **pochodzi ze źródeł odnawialnych.**

Łącznie z energią ciepłą w produkcji piwa wykorzystujemy odnawialne źródła w ponad 40%.





## Dobra energia z piwa



Piwo, które nie sprzedało się w lokalach gastronomicznych w trakcie pandemii **zostało przez nas odebrane i zamienione w zieloną energię**

w postaci biogazu w Arcyksiążęcym Browarze w Żywcu **we własnej oczyszczalni ścieków.**





## Każda kropla ważna



Woda to podstawa życia dla ludzi i **najważniejszy składnik piwa**, dlatego chcemy chronić jej zasoby.

W ubiegłym roku **zużycie wody w produkcji wyniosło 2,77 litra** na każdy jeden wyprodukowany litr piwa.





## Dbamy o Wodę w Koalicji

**Grupa Żywiec i Żywiec Zdrój** powołały Koalicję na rzecz retencji „**Dbamy o Wodę**”, by poprzez edukację i współpracę z podmiotami prywatnymi i publicznymi aktywizować do działania na rzecz ochrony zasobów wodnych Żywiecczyzny.



Jednym z efektów prac Koalicji jest **raport dotyczący zmian klimatu na Żywiecczyźnie i ich wpływu na zasoby wody**. W jednym ze scenariuszy, w 2100 r. klimat na Żywiecczyźnie może zbliżyć się do północnych Włoch – średnia roczna temperatura wyniesie ok. 15°C, grubość pokrywy śnieżnej w szczytowych partiach zmniejszy się o 60 cm, zaś przeplatające się susze i powodzie utrudnią odbudowę i zachowanie zasobów wody.

[dbamyowode.pl](http://dbamyowode.pl)



## Świąteczna Zwrotka Ż

Marka Żywiec ponownie zaangażowała konsumentów w akcję promującą oddawanie butelek zwrotnych oraz recykling. Specjalny bus „Świątecznej Zwrotki Ż” zawitał do 5 miast, w których zlokalizowane są nasze biura i browary.



Tym razem zachęcaliśmy mieszkańców do spotkań i zabawy w klimacie jarmarków bożonarodzeniowych. W zamian za butelki zwrotne, butelki jednorazowego użytku oraz puszki, ludzie mogli otrzymać grzanego bądź zimnego Żywca 0,0%, spędzić razem czas i pobawić się, jak kiedyś na podwórkach.

Dzięki akcji, udało nam się zebrać 1120 butelek zwrotnych, 460 butelek jednorazowych oraz 1080 puszek. **Wszystkie butelki zwrotne trafią z powrotem do swoich browarów, gdzie zaczną drugie życie.** W przypadku butelek jednorazowych oraz puszek aluminiowych, wszystkie zebrane zostaną poddane recyklingowi.

Partnerem akcji jest EKO-PUNKT Organizacja Odzysku Opakowań.





## Męskie Granie z recyklingiem

Podczas koncertu Męskiego Grania w Żywcu **zachęcaliśmy uczestników do recyklingu puszek Żywca.**



Animatorzy Fundacji Recal angażowali do oddawania pustych puszek i rozmawiali z uczestnikami na temat tego, dlaczego warto segregować.

Dzięki tak prostej czynności jak wyrzucenie puszki do złotego pojemnika, **nowe puszki będą mogły wrócić na sklepowe półki w ciągu zaledwie 8 tygodni.**

I to bez żadnej straty dla jakości.

Podczas imprezy piwo sprzedawaliśmy wyłącznie w kubkach zwrotnych - dzięki temu ograniczyliśmy ilość śmieci na festiwalu, a kubki będą jeszcze możliwe do wykorzystania przyszłości.

Partnerem akcji jest Fundacja Recal.







## Legia zwraca kubki

Królewskie wspólnie z Legią Warszawa wprowadziło na stadionie przy Łazienkowskiej **plastikowe kubki wielokrotnego użytku, które całkowicie zastąpiły plastikowe kubki jednorazowe.**

Nowe rozwiązanie jest **w stu procentach zero waste**. Ogranicza ilość śmieci i pomaga zachować czystość na stadionie, doskonale wpisując się w rosnące na znaczeniu trendy pro-środowiskowe. To świetna pamiątka dla kibiców, którą można cieszyć się także w domu.





## Zrównoważone, polskie surowce



Nasze produkty przygotowywane są z naturalnych składników, dlatego zależy nam, by były pozyskiwane **ze zrównoważonych źródeł.**

W ubiegłym roku do produkcji piwa używaliśmy 36,3% słoju pochodzącego **ze zrównoważonych upraw, które korzystają z naturalnych walorów ziemi i uprawiane są w sposób przyjazny dla środowiska.**

84% zakupów Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. w 2021 roku pochodziło od lokalnych, polskich dostawców.





**Ludzie.**





## Ludzie. Sprawiedliwa firma, sprawiedliwy świat.



### Różnorodni i równi

Ludzie bogaci w różnorodne doświadczenia wzbogacają firmę, wnosząc do niej nowe perspektywy i punkt widzenia. Szacunek dla różnorodności jest wartością samą w sobie, która należy się od nas wszystkim ludziom. Różnorodność w firmie prowadzi także do lepszego podejmowania decyzji oraz pełnego zrozumienia oczekiwań i warunków, w których żyją nasi konsumenci.



Różnorodność może funkcjonować tylko w miejscach, w których kultura organizacyjna zachęca do dzielenia się swoimi doświadczeniami. Angażowanie ludzi, zachęcanie ich do otwartości i zapewnianie im przestrzeni do bycia sobą i samorealizacji, przyczynia się do rozwoju firmy poprzez otwartość pracowników oraz chęć działania.

Chcemy, żeby **kobiety stanowiły co najmniej 40% naszej kadry kierowniczej** do 2030 r. Jednocześnie, naszą ambicją jest **wspieranie kariery osób z najmłodszych pokoleń** osób na rynku pracy – Y oraz Z.

W warunkach Grupy Żywiec różnorodność oznacza przede wszystkim zapewnienie równych szans rozwoju kariery dla kobiet i mężczyzn oraz wykorzystanie potencjału pracowników najmłodszej generacji. Zaczynamy zmianę od kadry zarządzającej.

### Nasze ambicje:



**40% kobiet w kadrze zarządzającej** do 2030 r.



Promocja **rozwoju karier** osób z pokolenia Y oraz Z

### Sprawiedliwe i bezpieczne miejsce pracy

Zależy nam, żeby wszyscy nasi pracownicy każdego dnia bezpiecznie wracali do swoich domów, czerpiąc satysfakcję z pracy, w którą wkładają swoje serce. Sprawiedliwe miejsce pracy zaczyna się od równego wynagrodzenia za tę samą pracę. Chcemy wyrównać gender pay gap pomiędzy kobietami i mężczyznami do 2023 r. Naszą ambicją jest także zapewnienie naszym pracownikom oraz partnerom zewnętrznym warunków pracy, które będą zapewniać godne warunki życia, pokrywając podstawowe potrzeby życiowe dla pracowników oraz ich rodzin.

Punktem wyjścia do osiągnięcia tych celów jest oczywiście zapewnienie wszystkim naszym pracownikom bezpiecznego miejsca pracy.

Naszym celem jest **zero poważnych wypadków** oraz śmierci będących ich skutkiem.



**Równe płace** dla kobiet i mężczyzn od 2023 r.



**100% sprawiedliwego wynagrodzenia** dla pracowników według FairWage Network od 2023 r.



**Sprawiedliwe warunki współpracy** dla naszych partnerów zewnętrznych od 2025 r.



**Zero poważnych wypadków,** zero śmierci będących ich skutkiem



### Dobry wpływ na społeczność

Nasze browary oraz marki czerpią z dziedzictwa piwowarskiego rozwijającego się w miastach i miasteczkach nierzadko przez setki lat. Nasi pracownicy często są dziedzicami piwnej tradycji, którą rozwijały całe pokolenia. Ich pasja do piwa, a także wiedza i zaangażowanie w tworzenie najlepszych produktów to nasza duma.

Z tego względu czujemy się odpowiedzialni za rozwój miast, w których warzymy nasze piwa. Jako firma, dbamy o to, żeby dzięki naszej obecności i tworzonej miejscach pracy oraz lokalnym współpracownikom, mieszkańcy mogli się rozwijać.



Dbamy także o kultywowanie piwowarskiego dziedzictwa, nasze Muzeum Browaru w Żywcu należy do najbardziej nowoczesnych oraz najchętniej odwiedzanych miejsc tego typu. Wspieramy także najważniejsze społeczne inicjatywy, które wypracowujemy wspólnie z lokalną społecznością.

Chcemy zadbać o to, żeby nasze działania osiągały odpowiedni rezultat, z korzyścią dla lokalnej społeczności.

Dlatego naszą ambicją jest **organizacja dnia wolontariatu** angażującego naszych pracowników w lokalizacjach na rzecz inicjatywy wpisującej się w realizację jednego lub więcej **Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ.**



**Dzień Wolontariatu** Grupy Żywiec na rzecz Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ we wszystkich lokalizacjach



**Ludzie.**

Co zrobiliśmy w 2021 roku?



 Grupa Żywiec

**WARZYMYSWIAT**  
**LEPSZY ŚWIAT**



## Muzeum Browaru



ŻYWIEC  
MUZEUM  
BROWARU

15 LAT

**Muzeum Browaru Żywiec zostało otwarte we wrześniu 2006 roku.** Zlokalizowane jest w dawnych piwnicach leżakowych Browaru.

Zgromadzone w nim liczne eksponaty, multimedia i aplikacje interaktywne powodują, że zwiedzający przenoszą się w odległe czasy, poznają bogate dzieje browaru, technologie produkcji piwa, style piwne, miejsca eksportu produkowanego tu piwa oraz postaci pierwszych piwowarów powstałej w XIX Żywieckiej Szkoły Piwowarskiej. Wśród eksponatów znajdują się bogate zbiory butelek, szklanek i kufli piwnych. Po zakończeniu zwiedzania goście muzeum mają czas na konsumpcję żywieckiego piwa oraz zakup pamiątek.

2021 roku z uwagi na pandemię Muzeum było przez pewien czas niedostępne dla zwiedzających. Mimo to, podczas całego roku **Muzeum odwiedziło łącznie 53 086 gości.**





## Konkurs piw pracowniczych



**Pasja do piwowarstwa i innowacji** jest wpisana w DNA naszych pracowników.

Wielu z nich nawet po godzinach pielęgnuje swoje piwowarskie umiejętności i eksperymentuje z nowymi recepturami. W ubiegłym roku zwycięzcami konkursu w kategorii Sesyjna IPA zostali Tadeusz Czerwonka, a w kategorii Niemiecki Pilzner Stanisław Mączka, Jasionowicz Michał oraz Krzysztof Żyrek. Gratulacje!

**Konkurs Piv Pracowniczych organizujemy każdego roku. Każdy pracownik Grupy Żywiec ma możliwość stworzenia autorskiej receptury.**





## Wracamy do biura

# Moje Ż

W ubiegłym roku podjęliśmy decyzję o **powrocie pracowników do biura**, zgodnie z zasadami reżimu sanitarnego.

Wciąż jednak korzystamy ze spotkań online, a **część pracowników może pracować w sposób hybrydowy** łącząc pracę z biura z pracą z domu. W ramach programu Moje Ż wsparliśmy naszych pracowników w tym, żeby pandemiczne zmiany były dla nich jak najbardziej łagodne.







## ...i do gastronomii

Złagodzenie obostrzeń pandemicznych pozwoliło naszym konsumentom **wrócić do lokali gastronomicznych** po bardzo długiej przerwie.

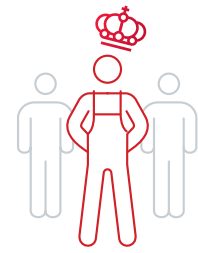


Pozwoliło też nam zadbać o to, żeby ich ulubione lokale były **zaopatrzone w świeże piwo**.





## W Ż liczy się dobry klimat



**Zaangażowanie pracowników** jest od lat priorytetem Grupy Żywiec.

Mierzymy je corocznie w Badaniu Klimatu skierowanym do wszystkich pracowników. **W 2021 roku zaangażowanie pracowników wzrosło do 61%**, po spadku zaangażowania w roku 2020, związanym z wpływem pandemii na zmiany sposobu pracy, a także koniecznością dostosowania struktury firmy do otoczenia.

Wyniki badania klimatu dla Grupy Kapitałowej Żywiec

	Frekwencja	Wskaźnik zaangażowania	Wskaźnik możliwości osiągnięcia wyników
2021	<b>89%</b>	<b>61%</b>	<b>79%</b>
2020	77%	57%	79%
2019	94%	79%	82%





## Bezpiecznie w pracy i za kółkiem

GRI 403-3

GRI 403-4

GRI 403-5

GRI 403-6

**Troska o zdrowie i bezpieczeństwo pracowników jest podstawą funkcjonowania naszej firmy.** Dotyczy to aspektów technicznych, organizacji pracy, jak również kształtowania bezpiecznych zachowań i budowania kultury bezpieczeństwa, nie tylko w pracy, ale także poza nią.

**Ważnym elementem budowania tej świadomości jest właśnie SHE (Safety Health Environment) Day, który w tym roku odbył się po raz dziewiąty,** jednak z powodu epidemii zmieniliśmy dotychczasową formę stacjonarną na formułę online. Mimo to, frekwencja dopisała. Udział w SHE Day wzięło ponad 90% pracowników Grupy Kapitałowej Żywiec

Przez ostatnie dwa lata, budowanie świadomości poprzez SHE Day rozszerzyliśmy również na pracowników firm zewnętrznych, stale współpracujących z Grupą Kapitałową Żywiec.

Głównym priorytetem w 2021 roku było wdrożenie standardów Heineken i Zasad Ratujących Życie (Life Saving Rules) w browarze w Namysłowie. Dzięki sprawnie przeprowadzonemu projektowi wdrożenia, udało się skutecznie obniżyć ilość wypadków o 50% do roku ubiegłego.

Równolegle pracowaliśmy nad standaryzacją w obszarze bezpieczeństwa procesowego i bezpieczeństwa maszynowego we wszystkich browarach Grupy Żywiec S.A., zgodnie z planem strategicznym Heineken.

Wdrożony w 2017 roku program „Jeźdź bezpiecznie”, obejmujący szkolenia e-learningowe oraz szkolenia praktyczne na torze Skoda Auto Lab, przyczynił się do poprawy umiejętności kierowców, co przełożyło się na znaczne obniżenie ilości wypadków i kolizji drogowych. Od trzech lat nie odnotowaliśmy wypadku komunikacyjnego z winy naszego pracownika.

Praca w trakcie pandemii stawia przed nami wiele wyzwań. Głównie w obszarze zdrowia mentalnego i równowagi życia prywatnego-praca (Wellbeing i work life balance). Aby pomóc pracownikom odnaleźć się w nowej rzeczywistości, przeprowadziliśmy szereg webinarów, min. z zakresu: wspierania pracowników w sytuacji obniżonej kondycji psychicznej, zarządzanie strachem lękiem i zmianą.

Dzięki rygorystycznym standardom i procedurom wypracowanym i wdrożonym przez zespół kryzysowy zapewniliśmy ciągłość biznesową w każdym obszarze naszej działalności.

Dużym sukcesem było także opracowanie modelu hybrydowego pracy w biurze. Takie rozwiązanie zapewnia możliwość korzystania z przestrzeni biura z poszanowaniem reżimu sanitarnego.

Dla naszych pracowników zorganizowaliśmy również szczepienia ochronne przeciwko Covid. Dzięki sprawnemu działaniu zespołu kryzysowego oraz administracji, szczepienia przebiegły bardzo sprawnie. Program szczepień pracowników zorganizowaliśmy jako pierwsi w grupie Heineken i dzięki temu mogliśmy podzielić się naszymi spostrzeżeniami z innymi regionami które planowały taką aktywność.



**Jeźdź bezpiecznie**





## Praktykanci dla zwierzaków

Przez trzy miesiące **Praktykanci pracowali nad projektem charytatywnym,** w którego finale pracownicy mogli uczestniczyć pod koniec września.

Projekt „Kocham Cię, Ż” obejmował licytacje rzeczy wystawionych od pracowników dla pracowników - wylicytowane zostało między innymi śniadanie z Prezesem, gokarty z członkiem Zarządu, piwne gadżety, ręcznie robione ozdoby, lekcja chińskiego, czy sesja zdjęciowa.

Pracownicy wystawiali to, co dzięki swoim umiejętnościom, pasjom bądź chęciom, mogli zaoferować. Drugą część projektu „Kocham Cię, Ż” stanowiła rozgrywka, nawiązująca do teleturnieju „Kocham Cię Polsko” tylko... w kategoriach piwnych. Pracownicy biorący udział w rozgrywce rywalizowali ze sobą między innymi zgadując po początkach melodii tytuły hitów Męskiego Grania, rozpoznając zapachy aromatów w Blind Teście i uczestnicząc w Quizie ze znajomości firmy i branży.

Podczas trwania całego projektu Praktykanci **zebrali prawie 7 tysięcy złotych, które przekazali na rzecz chronisk w Józefowie oraz Milanówku.**





## Czarni-Góral Żywiec z nowymi strojami



Z okazji 65-lecia klubu Czarni-Góral Żywiec **ufundowaliśmy drużynie, której jesteśmy sponsorem nowe stroje** z logo Arcyksiążęcego Browaru w Żywcu.





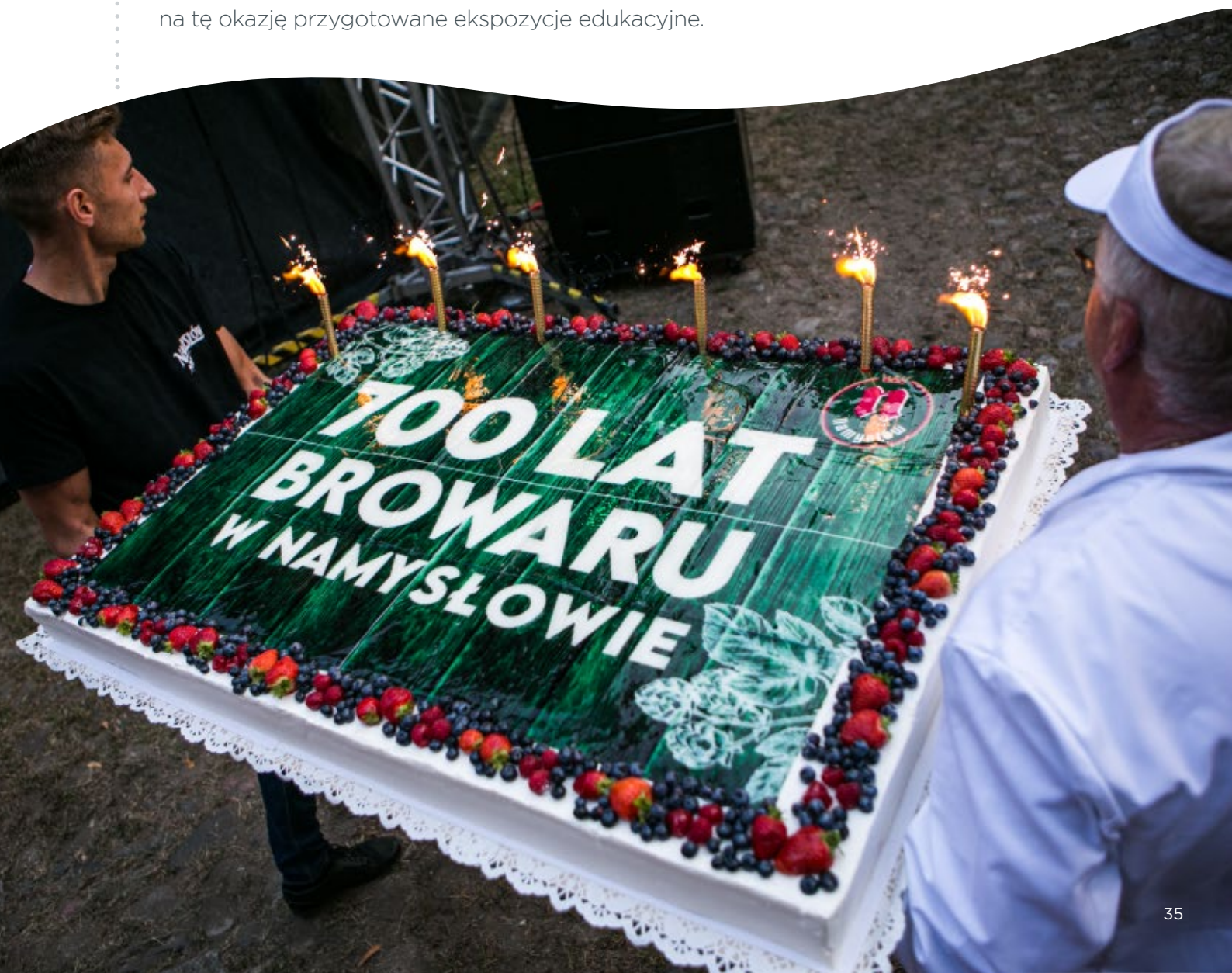
## 700 lat Namysłowa



W ostatni weekend wakacji w Namysłowie odbyła się w reżymie bezpieczeństwa impreza plenerowa, którą uznać można za **imprezę urodzinową naszego browaru**.

Podczas Pożegnania lata oczywiście można było napić się naszego piwa, ale także dowiedzieć się jak powstaje, a nawet **zwiedzić browar, który na co dzień jest niedostępny dla publiczności!** Jak na urodzinowe przyjęcie przystało przygotowaliśmy strefę chillout przeznaczoną na relaks i odpoczynek, a także moc atrakcji.

W czasie imprezy opowiedzieliśmy nieco więcej o naszej specjalności, czyli otwartych kadziach, oraz całym procesie powstawania namysłowskiego piwa poprzez specjalnie na tę okazję przygotowane ekspozycje edukacyjne.





**Alkohol.**  
**Z głową i umiarem.**





## Alkohol. Z głową i umiarem.



### Wybór 0.0%. Zawsze i wszędzie

Piwo to naturalny napój fermentowany, który jeśli pije się je z umiarem, może być częścią zrównoważonego stylu życia. Jednak, kiedy alkohol spożywa się nieodpowiedzialnie, niesie ze sobą istotne ryzyka zdrowotne oraz behawioralne. Dlatego, niektórzy ludzie nie powinni w ogóle pić alkoholu. Z tego względu, od zawsze jesteśmy zaangażowani w promocję umiarkowanego picia alkoholu oraz działania, których celem jest ograniczenie szkodliwego spożycia.



Jednocześnie, Polacy piją mniej piwa niż w ubiegłych latach, poszukując alternatywnych produktów bardziej dostosowanych do aktywnego stylu życia. Z tego powodu stworzyliśmy Strefę Zero, czyli specjalną przestrzeń, w której konsumenci mogą znaleźć swoje ulubione marki piwa w wariantach 0.0%. Chcemy, żeby nasi konsumenci mogli wybrać piwo, które będzie dostosowane do ich oczekiwań oraz okazji.

Dlatego naszym celem jest **zapewnienie konsumentom wyboru piwa 0.0% zawsze i wszędzie**, tam gdzie dostępne jest piwo alkoholowe do 2025 r.

Nasze ambicje:

**Ż** Bezalkoholowe warianty marek alkoholowych dostępne **zawsze** i wszędzie tam, gdzie konsumenci mogą znaleźć marki alkoholowe do 2025

### Przeciwdziałanie szkodliwemu spożyciu alkoholu

Szkodliwe, nieumiarkowane picie alkoholu stanowi zagrożenie dla osób oraz ludzi wokół nich, dla społeczeństwa, a także dla naszej branży i jej reputacji. Zdajemy sobie sprawę, że podczas gdy większość ludzi potrafi cieszyć się piwem w sposób umiarkowany, nadużywanie alkoholu przez część osób to złożony problem społeczny, bez prostych rozwiązań. Skuteczne wpływanie na ograniczenie tego negatywnego zjawiska wymaga wspólnego działania ze strony producentów, instytucji publicznych, organizacji pozarządowych oraz konsumenckich, przedstawicieli handlu oraz gastronomii oraz innych grup.

Przeciwdziałanie szkodliwemu spożyciu alkoholu stanowi od lat jeden z filarów naszej strategii „Warzymy Lepszy Świat”. W ostatnich latach podjęliśmy wiele działań realizowanych samodzielnie oraz w partnerstwie z innymi producentami oraz ekspertami, których celem były programy społeczne wspierające odpowiedzialną konsumpcję alkoholu.



Wspólnie z innymi producentami piwa skupionymi w Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie” jesteśmy partnerem akcji „W Rodzinie Siła” promującej pozytywny przekaz na temat wzorców, jakie rodzice mają dla swoich dzieci, organizowanej przez NSZZ Solidarność.

Nasze indywidualne działania skupiały się na kampanii „Trzymaj Pion” wspierającej rodziców nastolatków w wychowaniu dzieci do abstynencji do osiągnięcia pełnoletności, realizowanej wspólnie z ekspertami oraz influencerami. Naszą ambicją jest kontynuowanie tych działań poprzez realizację kampanii ograniczającej szkodliwą konsumpcję alkoholu we współpracy z partnerem społecznym

**18** Kampania na rzecz przeciwdziałania szkodliwej konsumpcji alkoholu realizowana we współpracy z partnerem społecznym

### Promowanie umiarkowanej i odpowiedzialnej konsumpcji

Wykorzystując siłę naszych marek, od lat promujemy odpowiedzialne i umiarkowane picie piwa. Robimy to w atrakcyjny dla naszych konsumentów sposób, upewniając się, że nasz przekaz jest pozytywnie odbierany oraz staje się przedmiotem rozmów.

W ostatnich latach wpływaliśmy na pozytywne postrzeganie picia z głową poprzez kampanię marki HEINEKEN, „Kiedy prowadzisz, nigdy nie pij”, w której najlepsi kierowcy F1 dawali dobry przykład, odmawiając naszego piwa wtedy, kiedy planowali prowadzić samochód.



W ubiegłym roku z powodu pandemii Heineken promował odpowiedzialną pracę w domu z kampanią „Pracuj odpowiedzialnie z Heineken 0.0”

Kampanie te stanowią integralną część działalności marki HEINEKEN, która każdego roku przeznaczają 10% wartości swojego budżetu mediowego na działania promujące picie z głową.

Naszą ambicją jest utrzymanie tego zobowiązania oraz kontynuowanie bycia **liderem w tym obszarze poprzez markę HEINEKEN.**

**0.0** Każdego roku marka HEINEKEN przeznaczy **10% swojego rocznego budżetu mediowego** na kampanię promującą umiarkowaną i odpowiedzialną konsumpcję piwa







**Alkohol.**

Co zrobiliśmy w 2021 roku?



**WARZYMYS  
LEPSZY  
ŚWIAT**



## Enjoy Heineken Responsibly



W 2021 roku **10% wydatków mediowych marki Heineken** przeznaczonych było na emisję spotu reklamowego „Pracuj odpowiedzialnie z Heineken 0.0”

UoR\_3

HEINEKEN ma do odegrania aktywną rolę w promowaniu odpowiedzialnej i umiarkowanej konsumpcji. Zobowiązaliśmy się, że poprzez markę Heineken **będziemy dążyć do umiarkowanej konsumpcji**, a naszym stałym zobowiązaniem jest przeznaczanie co najmniej 10% naszego budżetu marketingowego na kampanie odpowiedzialnej konsumpcji Enjoy Heineken Responsibly.



W wyniku zmian sposobu pracy, która ma miejsce na całym świecie spowodowanych ograniczeniami związanymi z pandemią, Heineken postanowił **w charakterystyczny dla siebie, lekki i atrakcyjny sposób przypomnieć, że jedynym piwem, które można pić w pracy jest piwo 0.0%.**



## Trzymaj Pion

TRZY-  
MAJ  
PION

W 2021 roku kontynuowaliśmy edukowanie rodziców nastolatków w ramach **kampanii Trzymaj Pion**, która jest flagowym działaniem Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., w tym Grupy Żywiec S.A. w zakresie promocji umiarkowanej i odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu.

Jej głównym celem jest wsparcie rodziców w zapobieganiu przedwczesnej inicjacji alkoholowej nastolatków, a także w wychowywaniu swoich dzieci do odpowiedzialnych postaw związanych z alkoholem w dorosłym życiu.

**Na stronie kampanii Trzymaj Pion przez cały rok dostępne były eksperckie materiały, które mają wesprzeć rodziców w rozmowach na temat alkoholu oraz pomóc w budowaniu z nimi trwałych relacji.**

Na stronie [trzymajpion.pl](http://trzymajpion.pl) dostępny jest także przewodnik „Jak rozmawiać z dziećmi o alkoholu?”.

Ściągnij przewodnik 

Kampania realizuje obszar promocji odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu wskazany w strategii zrównoważonego rozwoju Warzemy Lepszy Świat poprzez istotne i aktywne partnerstwo w zakresie przeciwdziałania zagrożeniom wynikającym z nadmiernej lub nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Działem odpowiedzialnym za realizację działań w tym obszarze jest Dział Spraw Korporacyjnych.





## W Rodzinie Siła



W partnerstwie z największymi producentami piwa w Polsce zgromadzonymi w Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie” **wspieramy NSZZ „Solidarność” w realizacji kampanii „W Rodzinie Siła”**. Kampania zachęca rodziców do dawania dobrego przykładu oraz odpowiedzialnych zachowań wobec alkoholu.

W 2021 roku w ramach kampanii ukazał się **specjalny film edukacyjny „Czym jest dla mnie odpowiedzialność”**, skierowany do rodziców, pedagogów i opiekunów. Dzięki współpracy z TVP spot został wyemitowany nieodpłatnie w TVP3 w paśmie ogólnopolskim oraz w pasmach regionalnych. Kampania „W Rodzinie Siła” realizowana jest pod patronatem honorowym Ministerstwa Rodziny i Polityki Społecznej.





**Grupa Żywiec.**  
**Z Żywca na cały świat.**





## Nie tylko Żywiec

Grupa Żywiec to jeden z czołowych producentów piwa w Polsce posiadający **najbardziej zróżnicowane portfolio produktów na rynku oraz lider w innowacyjnych segmentach piwa.**



UoR\_1

GRI 2-1



Firma warzy piwo w Arcyksiążęcym Browarze w Żywcu, Browarze Warka, Browarze Leżajsk, Browarze Elbląg i Browarze Namyśtów. Marką flagową firmy jest Żywiec – jedno z najpopularniejszych polskich piw, warzone w Arcyksiążęcym Browarze w Żywcu od ponad 160 lat. To jedna z największych polskich marek eksportowych, sprzedawana za granicą od ponad stu lat.

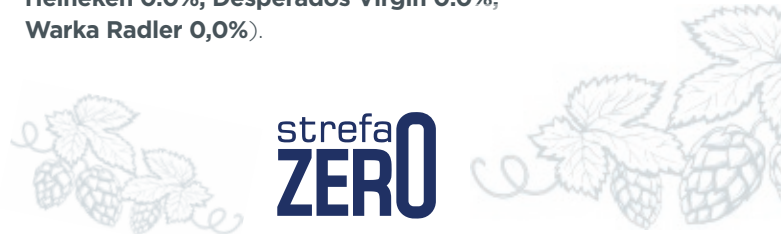
### Marki

Do najsilniejszych marek spółki należą też: **Heineken, Namyśtów, Warka i Tatra.** Ważną część oferty Grupy Żywiec stanowią piwa regionalne: Królewskie, Leżajsk, Specjal, Namyśtów i Brackie.



### Bez procentów

Grupa Żywiec jako pierwsza rozpoczęła na szeroką skalę sprzedaż piw bezalkoholowych (**Żywiec 0,0%, Heineken 0.0%, Desperados Virgin 0.0%, Warka Radler 0,0%**).



### HEINEKEN

Czerpiemy z dobrych praktyk Grupy HEINEKEN, międzynarodowej firmy piwowarskiej, z którą jesteśmy powiązani kapitałowo.

Podstawowym przedmiotem działalności Grupy Żywiec S.A. – jednostki dominującej w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. jest produkcja piwa oznaczona kodem PKD 1105 Z. Siedziba Grupy Żywiec zlokalizowana jest w Browarze w Żywcu.



## Co tu robimy? Nasze wartości



**Mamy pasję do piwa, które warzymy już od ponad 165 lat.** Jesteśmy nowoczesną organizacją, która czerpie dumę i inspirację z bogatych tradycji piwowskich, ale nieustannie przeciera nowe szlaki.

GRI 102-16



**Warzymy radość z bycia razem aby inspirować zmianę świata na lepsze.**

Od momentu powstania naszej firmy postępujemy w zgodzie z naszymi nieprzemijającymi wartościami:

### **Pasja** do klientów i konsumentów

Budujemy marki. Rozumiemy potrzeby i pragnienia naszych konsumentów. Warzymy piwo oraz napoje najwyższej jakości, które serwujemy konsumentom. To oddanie kształtuje wszystko, czym się zajmujemy – od rozwijania naszej oferty marek aż po rozwój innowacyjnych rozwiązań dla naszych klientów i konsumentów. Dlatego inwestujemy w naszych pracowników, w rozwiązania technologiczne oraz w bezustanne ulepszanie naszej organizacji i działalności.



### **Radość** życia

Wierzymy, że radosne chwile spędzone w towarzystwie są esencją życia. Nic nie zastąpi prostej przyjemności rozmowy i śmiechu dzielonego z przyjaciółmi przy piwie. Kultura naszej spółki również odzwierciedla tę wartość – nasze dziedzictwo, światowej klasy marki i pełni pasji współpracownicy, którzy wiedzą, że praca dla naszej firmy daje ludziom przyjemność.

### **Odwaga** by marzyć i przecierać szlaki

Jesteśmy ambitni i podważamy status quo, korzystając z wyobraźni, kreatywności i pragmatyzmu, aby dostarczać wyniki i rozwijać się w zrównoważony sposób.



### **Troska** o ludzi i planetę

Ludzie są sercem naszej firmy. Możemy rozwijać się tylko jeśli nasi pracownicy, społeczności oraz planeta będą prosperować.



## Model biznesowy

W naszej działalności biznesowej skupiamy się na **budowaniu wartości poprzez wzmacnianie naszych marek szczególnie w segmencie premium oraz rozwój innowacji** w najbardziej perspektywicznych segmentach rynku jak piwa bezalkoholowe i smakowe.



UoR\_1

GRI 2-6

W ostatnich latach skupialiśmy się na zmianie modelu biznesowego naszej firmy po to, żeby poprzez koncentrację na kluczowych elementach naszej działalności – warzeniu najlepszego piwa i budowaniu silnych marek, odzyskać elastyczność działania

W tym roku kontynuowaliśmy dostosowywanie naszej organizacji do zmian związanych z mniej przewidywalnym, pandemicznym otoczeniem. Pracowaliśmy nad dalszym upraszczaniem procesów i zwiększaniem efektywności i elastyczności wewnętrznej.

## Cele biznesowe

Definiujemy swoje cele biznesowe w oparciu o pięć priorytetów, które pozwalają budować długofalową wartość Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. oraz Grupy Żywiec S.A.



### Budowanie silnych marek

szczególnie w segmencie premium.



strefa  
**ZERO**

### Innowacje

w ofercie produktowej oraz sposobie prowadzenia biznesu



### Stałe zwiększanie efektywności

organizacyjnej przy zachowaniu kosztów na optymalnym poziomie.



### Przyciąganie i rozwijanie talentów

oraz bycie najbardziej podziwianym pracodawcą



Prowadzenie biznesu w sposób

### odpowiedzialny i zrównoważony







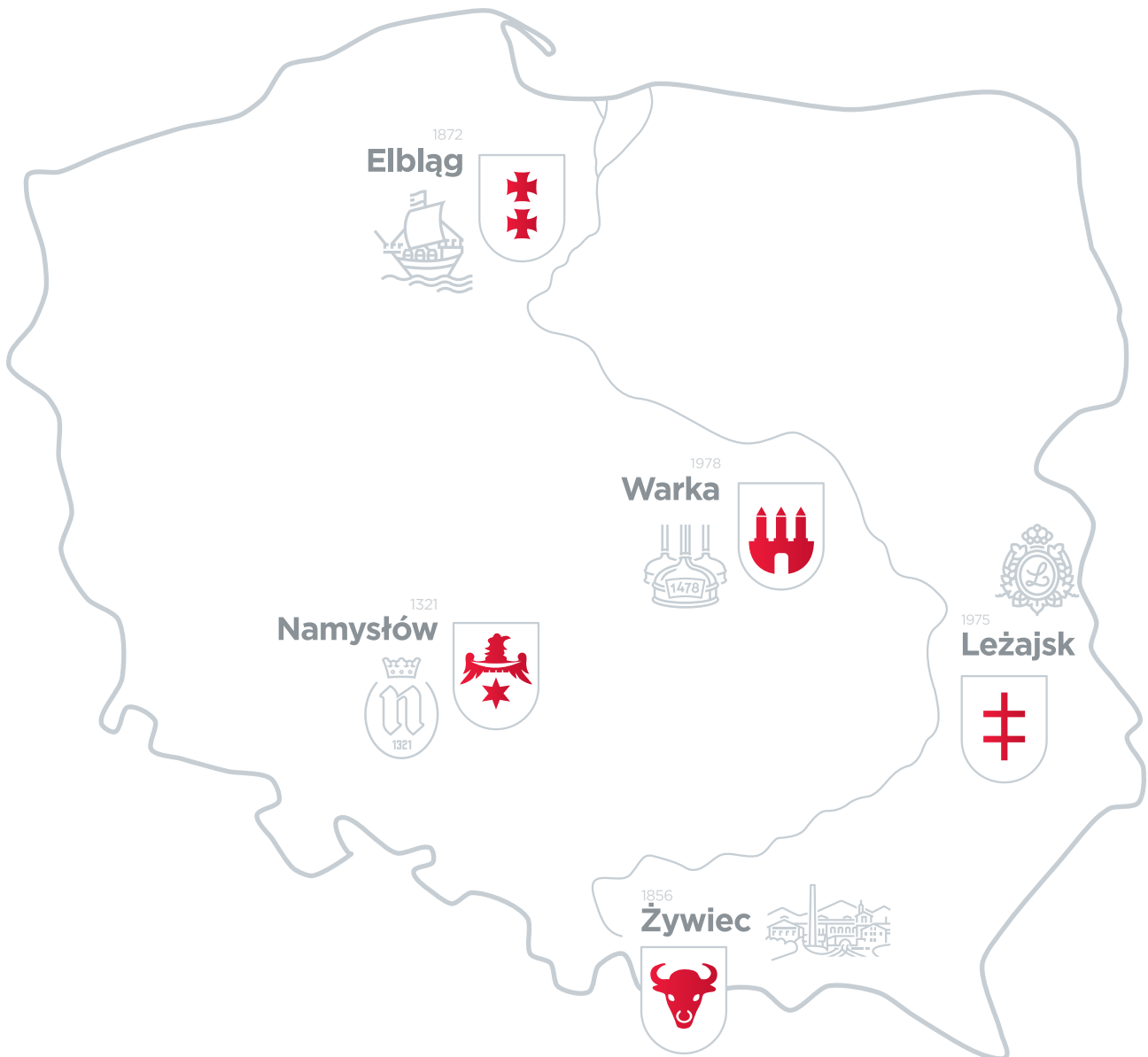
## Browary. Tutaj się warzy.

Nasze piwa warzymy **w browarach znajdujących się w różnych regionach Polski**. Kontynuują one piwne tradycje regionów i współdziałają ze społecznościami lokalnymi.



UoR\_1

GRI 2-2



### **Browary** Grupy Żywiec S.A.

- Arcyksiążęcy Browar w Żywcu
- Browar w Elblągu
- Browar w Leżajsku
- Browar w Warce
- Browar w Namysłowie



## Eksport. Ż na całym świecie.

Głównym rynkiem, na którym działamy jest Polska, jednak od lat z powodzeniem rozwijamy naszą działalność za granicą, przyczyniając się do wzrostu eksportu całej branży.

**Marka Żywiec dostępna jest za granicą już od ponad stu lat.**



### Rynki eksportowe

Australia, Austria, Belgia, Białoruś, Czechy, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Islandia, Kanada, Korea Południowa, Litwa, Łotwa, Niemcy, Nowa Zelandia, Malta, Portugalia, Rosja, Rumunia, Słowacja, Szwecja, Szwajcaria, Ukraina, USA, Węgry, Wielka Brytania, Włochy, Zjednoczone Emiraty Arabskie.



## Najbardziej zróżnicowane produkty

Co roku miliony naszych piw trafiają do butelek, puszek i kufli w kraju i za granicą. Konsumenci je doceniają, dzięki czemu **jesteśmy liderem rynku w segmencie piw smakowych, a Żywiec jest numerem jeden w segmencie piwnych specjalności.**



Piwnie specjalności

**Żywiec #1** w segmencie piwnych specjalności<sup>2</sup>



0,0%  
**WARKA**  
Radler

Piwa smakowe

**#1** na rynku<sup>1</sup>



**Marki** Grupy Żywiec S.A.



## Nowości

Grupy Żywiec S.A. w 2021 roku

Desperados Virgin 0.0%, Desperados Strawberry Margarita, Desperados Orange Spirit, Warka Radler 0.0% Kiwi z Pigwą, Warka Radler 0.0% Ananas z Cytrusami, Warka Radler 3,5% Granat z Pomarańczą.

## Żywiec

Jasne Lekkie

Żywiec Jasne Lekkie to orzeźwiający lager o zawartości alkoholu 4,5% i niższym poziomie goryczki. Swoją zbalansowany charakter zawdzięcza wyselekcjonowanej kompozycji łagodnych chmieli oraz filtrowaniu na zimno. Został uwarzony tak, by cieszyć przyjemnym i delikatnym smakiem.

## Strefa Zero

Bez alkoholu

Grupa Żywiec jest prekursorem rozwoju kategorii piw bezalkoholowych. Zero to wybór, który dajemy konsumentom – w ramach naszych topowych marek dając alternatywę wariantów bezalkoholowych zawsze i wszędzie.





## Rynek piwa. Innowacje i różnorodność.

Rynek piwowski oferując tradycyjny produkt, rozwija się dzięki innowacjom. Konsumenty poszukują coraz większej różnorodności i produktów dopasowanych bardziej do aktywnego stylu życia.



### Rynek piwa w Polsce w 2021 roku



**-0,9%**

zmiana **wartości sprzedaży**<sup>2</sup>



**-4,0%**

zmiana **wielkości sprzedaży**<sup>3</sup>

### Zmiana wolumenowa w segmentach piwa na polskim rynku w 2021 roku



**-4,9%**  
lagery<sup>4</sup>



**-8,2%**  
piwne  
specjalności<sup>4</sup>



**+2,4%**  
piwa  
smakowe i radlery<sup>4</sup>



**+5,9%**  
piwa  
bezalcoholowe<sup>4</sup>

### Produkcja piwa w wybranych krajach UE w 2020 roku<sup>1</sup>

w 2020 roku<sup>1</sup>



### Konsumpcja piwa w UE per capita w 2020 r. litrach<sup>1</sup>



### Udział wartościowy piwa w kanałach dystrybucji w 2021 roku<sup>4</sup>



1. European Beer Trends, 2020 edition, The Brewers Of Europe, 21.12.2021

2. Grupa Żywiec za Nielsen - Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska z Dyskontami (Beer), zmiana procentowa wartości sprzedaży, okres styczeń 2020 - grudzień 2020 vs styczeń 2019 - grudzień 2019, kategoria: Piwo

3. Grupa Żywiec za Nielsen - Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska z Dyskontami (Beer), zmiana procentowa wielkości sprzedaży, okres styczeń 2020 - grudzień 2020 vs styczeń 2019 - grudzień 2019, kategoria: Piwo

4. Grupa Żywiec na podstawie danych Nielsen



## Wyniki finansowe

**W 2021 roku skonsolidowane przychody ze sprzedaży Grupy spadły o 7,6% i wyniosły 3 467 milionów złotych (2020: 3 753 milionów złotych).** Skonsolidowany zysk z działalności operacyjnej wzrósł o 28,2% i wyniósł 439 miliony złotych (2020: 343 milionów złotych) W 2021 roku Grupa Kapitałowa Żywiec osiągnęła 407 miliony złotych zysku netto co, po wyłączeniu 190 milionów jednorazowego efektu zwrotu nadpłaconej akcyzy od piw smakowych, pozostaje nadal 8% poniżej 234 milionów sprzed pandemicznego 2019 roku. **W porównaniu jednak do ubiegłego 2020 roku, w którym zysk netto wyniósł 233 miliony złotych (skorygowane o 91 milionów związanych z sprzedażą aktywów) oznacza to wzrost o 52%.**



GRI 2-2

### Wyniki finansowe Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. i Grupy Żywiec S.A. w roku 2021: (w tys. zł)

Rok	Grupa Kapitałowa Żywiec S.A.		Grupa Żywiec S.A.	
	2021	2020	2021	2020
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	3 467 285	3 753 022	3 482 126	3 603 704
Koszty ogółem	3 027 824	3 410 117	3 053 860	3 250 024
Zysk z działalności operacyjnej	439 461	342 905	428 266	353 680
Zysk netto	406 580	232 673	402 106	250 451

W 2021 roku Grupa Żywiec funkcjonowała w bardzo dynamicznym i niepewnym otoczeniu. Spółka znalazła się pod ogromną presją wzrostu kosztów działalności, związanych z inflacją cen energii, surowców, opakowań, kosztów pracy. Ponadto ograniczenia aktywności społecznej, handlu i gastronomii w pierwszej połowie roku, fatalna pogoda w kluczowym dla sprzedaży okresie wakacyjnym oraz wyraźne zmiany w strukturze kanałów sprzedaży wpłynęły negatywnie na sprzedaż piwa i przychody spółki. Pozytywny jednorazowy wpływ na wysokość zysku operacyjnego miał zwrot nadpłaconej akcyzy od piw smakowych.

W minionym roku zwiększyliśmy przychody z każdego hektolitra piwa, dzięki wzrostowi sprzedaży piw premium oraz bardzo dobrym rezultatom innowacji. Żywiec Jasne Lekkie to najlepiej sprzedająca się nowość w kanale tradycyjnym i nowoczesnym. Wzrosty w segmencie premium nie zrównoważyły jednak spadków sprzedaży lagerów, szczególnie w segmencie ekonomicznym. Na rynku wyraźnie widać, że konsumenci coraz chętniej sięgają po lżejsze, często smakowe piwa, które, mimo konsekwentnego wzrostu, w dalszym ciągu

stanowią mniejszą część rynku. Dominujący dotąd lager znacząco traci na popularności, szczególnie wśród młodszych konsumentów. Dodatkowo w ubiegłym roku spadła sprzedaż piwa w kanale tradycyjnym. Wszystkie te czynniki przełożyły się na spadek przychodów. Działamy w niespotykanych dotąd warunkach drastycznego wzrostu kosztów, których wpływ na wynik w krótszym okresie staramy się ograniczać wieloma inicjatywami oszczędnościowymi. Przy jednoczesnym spadku rynku i wzroście kosztów i obciążeń podatkowych, związanych z podwyżkami akcyzy, stanowi to duże wyzwanie dla dalszego rozwoju branży i dla utrzymania inwestycji i rentowności.





# Ład korporacyjny





## Ład korporacyjny

Czerpiemy z dobrych praktyk Grupy HEINEKEN, międzynarodowej firmy piwowarskiej, z którą jesteśmy powiązani kapitałowo.

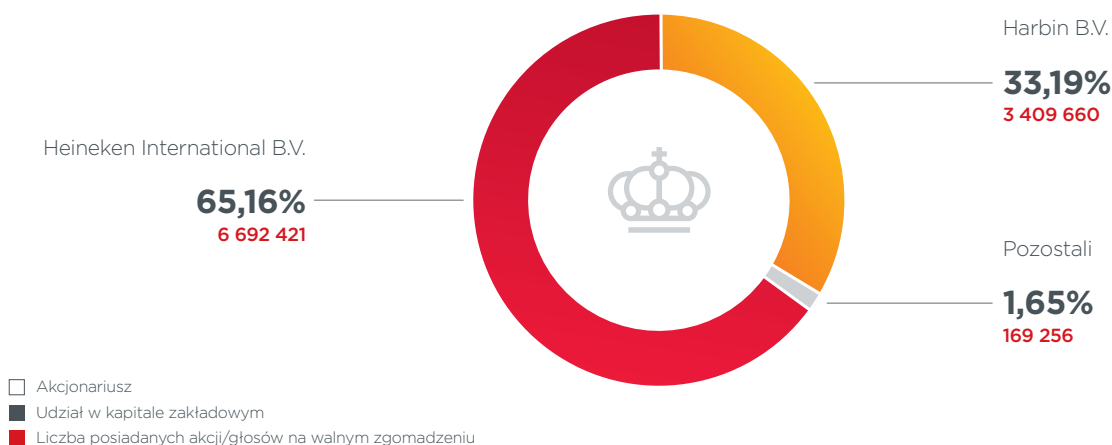


Łączna wartość nominalna kapitału zakładowego Grupy Żywiec S.A. wynosi: **25 678 342,50 zł.**  
Łączna ilość akcji wyemitowana przez spółkę: **10 271 337**

## Akcjonariat Grupy Kapitałowej Żywiec

Głównymi akcjonariuszami Grupy Żywiec S.A. posiadającymi co najmniej 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień przekazania niniejszego skonsolidowanego raportu za 2020 rok – według informacji posiadanych przez Spółkę są: Heineken International B.V. z siedzibą w Amsterdamie, Holandia oraz Harbin B.V. z siedzibą w Amsterdamie, Holandia.

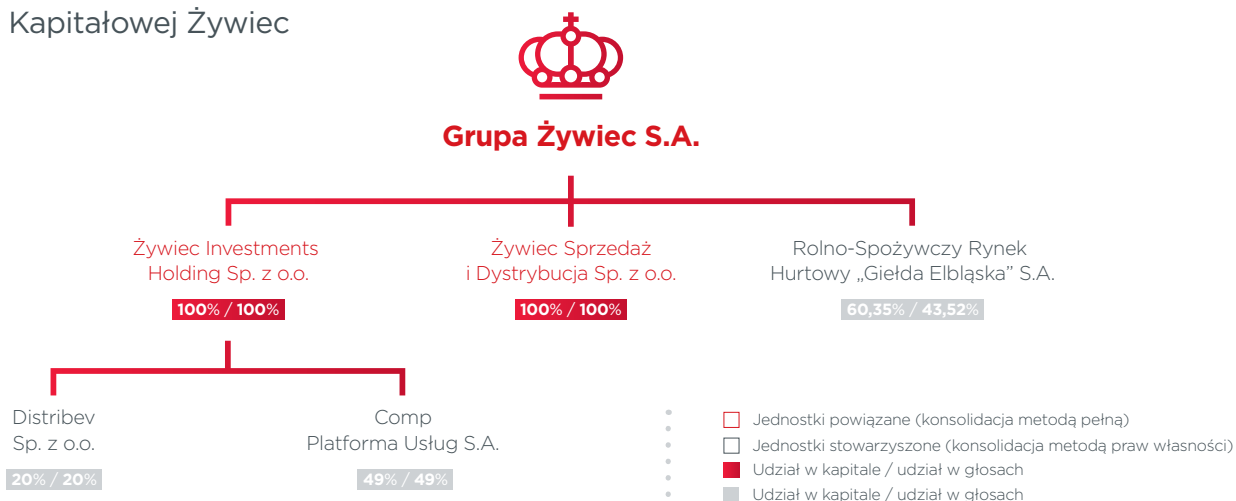
Kapitał zakładowy Grupy Żywiec S.A. dzieli się na 10 271 337 akcji zwykłych na okaziciela. Jedna akcja odpowiada jednemu głosowi na walnym zgromadzeniu. Wedle posiadanych przez Spółkę informacji, struktura akcjonariatu Grupy Żywiec S.A. (w tym akcjonariusze posiadający co najmniej 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu) – przedstawia się następująco (stan na dzień 31 grudnia 2020 roku i na dzień zatwierdzenia raportu do publikacji):



## Struktura

### Grupy Kapitałowej Żywiec

GRI 2-2



Stan na dzień 31 grudnia 2020 roku i na dzień zatwierdzenia raportu do publikacji.

## Zarządzanie Grupą Kapitałową

Prezentowane składy Zarządu oraz Rady Nadzorczej w stanie na dzień 31 grudnia 2021 roku i na dzień zatwierdzenia raportu do publikacji.

### Skład Zarządu

GRI 2-9

GRI 2-10

GRI 2-11

GRI 2-12

GRI 2-13

GRI 2-16

GRI 2-17

GRI 2-19

GRI 2-20

• Simon Amor		Prezes Zarządu
• Andrzej Borczyk	Dyrektor ds. HR	Członek Zarządu
• Marcin Celejowski (rezygnacja 01.02.2022)	Dyrektor ds. Sprzedaży	Członek Zarządu
• Tomasz Klima	Dyrektor ds. Łańcucha Dostaw	Członek Zarządu
• Olga Prasał	Dyrektor Finansowy	Członek Zarządu
• Karolina Tarnawska	Dyrektor ds. Zakupów	Członek Zarządu

### Skład Rady Nadzorczej

• Soren Hagh	Przewodniczący Rady Nadzorczej
• Allan Myers	Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej
• Roelf Duursema	Członek Rady Nadzorczej
• John Higgins	Członek Rady Nadzorczej
• Krzysztof Jasek	Członek Rady Nadzorczej
• Hemmo Parson	Członek Rady Nadzorczej
• Jan Rościszewski	Członek Rady Nadzorczej
• Alle Ypma	Członek Rady Nadzorczej

Zarówno Zarząd jak i Rada Nadzorcza realizują swoje obowiązki i uprawnienia zgodnie z obowiązującym powszechnie prawem, a ponadto regulacjami objętymi Statutem Spółki oraz Regulaminem Zarządu i Regulaminem Rady Nadzorczej. W ramach Rady Nadzorczej w okresie sprawozdawczym funkcjonowały

następujące stałe Komitety: Komitet ds. wynagrodzeń, w skład którego wchodził: Soren Hagh jako Przewodniczący i Allan James Myers jako Członek, oraz Komitet ds. audytu, który tworzyli: Alle Ypma jako Przewodniczący, John Higgins jako Członek oraz Roelf Duursema jako Członek.

## Zmiany w strukturze Zarządu i Rady Nadzorczej w 2021 roku

W roku 2021 nie doszło do zmian osobowych w składzie **Rady Nadzorczej** spółki Grupa Żywiec S.A.

W roku 2021 doszło do następujących zmian osobowych w składzie **Zarządu** spółki Grupa Żywiec S.A.

• Francois-Xavier Mahot	złożył rezygnację z dniem 28 lutego 2021 r.
• Katarzyna Malczewska-Błaszczuk	złożyła rezygnację z dniem 19 listopada 2021 r.
• Simon Amor	został powołany z dniem 1 marca 2021 r.



Zarząd i Rada Nadzorcza działają na podstawie określonych regulaminów. Regulamin Zarządu i Regulamin Pracy Rady Nadzorczej są dostępne na stronie: [grupazywiec.pl/inwestorzy/inwestorzy-spolka/](http://grupazywiec.pl/inwestorzy/inwestorzy-spolka/)





## **Komitet Audytu** Grupy Żywiec S.A.

W okresie sprawozdawczym w ramach Rady Nadzorczej emitenta funkcjonował Komitet ds. Audytu w następującym składzie: Alle Ypma – Przewodniczący, John Higgins – Członek oraz Roelf Duursema – Członek. Pan Ypma spełniał ustawowe kryteria niezależności oraz posiadał wiedzę, umiejętności w zakresie rachunkowości i badania sprawozdań finansowych (absolwent Nijenrode Business University, INSEAD, London School of Business, IMD, w zakresie biznesu i finansów). Pan Higgins spełniał ustawowe kryteria niezależności oraz posiadał wiedzę z zakresu branży, w której działa emitent (pełnienie

funkcji nadzorczych w spółkach z branży piwowarskiej). Pan Roelf Duursema spełniał ustawowe kryteria niezależności oraz posiadał wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości i badania sprawozdań finansowych (absolwent Technical University of Delf, University of Amsterdam, Cambridge University, w zakresie m.in. ekonomii i finansów) oraz posiadał wiedzę z zakresu branży, w której działa emitent (pełnienie funkcji menedżerskich w spółkach z branży piwowarskiej, w zakresie zarządzania, marketingu i kontrolingu). W 2021 roku Komitet Audytu odbył 2 posiedzenia.

## **Walne Zgromadzenie**

Walne Zgromadzenie to najważniejszy organ spółki decydujący o kluczowych sprawach dotyczących podstaw jej istnienia i działalności. Kompetencje Walnego Zgromadzenia są określone przez przepisy Kodeksu spółek handlowych oraz przez Statut Spółki.

## **Wynagrodzenie** Wynagrodzenie Zarządu i Rady Nadzorczej

Wynagrodzenia członków Zarządu i Rady Nadzorczej są ustalone zgodnie ze statutowymi kompetencjami, potwierdzonymi w **Polityce Wynagrodzeń Grupy Żywiec Spółki Akcyjnej**.

Wynagrodzenia członków Zarządu i Rady Nadzorczej w sposób adekwatny uwzględniają ogólne warunki pracy i płacy obowiązujące w Spółce, tak aby zapewnić synergię tych wynagrodzeń z wynagrodzeniami innych pracowników Spółki, przy

jednoczesnym uwzględnieniu różnic dotyczących kwalifikacji, zakresów obowiązków i odpowiedzialności Członków Zarządu i Rady Nadzorczej, a także z uwzględnieniem uwarunkowań rynkowych oraz potrzeby pozyskania i utrzymania na tych stanowiskach osób z najwyższymi kwalifikacjami oraz odpowiednim doświadczeniem.

## **Zarządzanie** Zrównoważonym Rozwojem

TCFD\_1b

Całościową kontrolę nad zarządzaniem zrównoważonym rozwojem w Grupie Żywiec sprawuje Prezes Zarządu, którego zadaniem jest podejmowanie decyzji dotyczących strategicznych kierunków rozwoju. Osobą bezpośrednio odpowiedzialną za nadzorowanie i realizację projektów związanych ze zrównoważonym rozwojem jest Magdalena Brzezińska, Dyrektor ds. Korporacyjnych.

Zadania związane ze zrównoważonym rozwojem realizuje Dział Spraw Korporacyjnych. Zarząd regularnie otrzymuje informacje o trwających projektach. Zarząd Grupy Żywiec S.A. trzy razy w roku weryfikuje i identyfikuje ryzyka wynikające zarówno z czynników zewnętrznych, jak i wewnątrz organizacji, w tym czynników klimatycznych czy środowiskowych oraz jednocześnie analizuje prawdopodobieństwo ich wystąpienia i potencjalny wpływ na Spółkę ustalenie zakresu działań zapobiegających lub ograniczających poszczególne ryzyka.



**W Ż liczy się dobry klimat**





## Zmiany klimatyczne i długofalowe perspektywy dla biznesu



Zmiany klimatyczne stanowią jedno z największych wyzwań, przed którymi stoimy jako ludzie. W długiej perspektywie czasu istotne **przeobrażenia klimatyczne stanowią wyzwanie związane z całym łańcuchem wartości produkcji piwa, mając potencjalnie duży wpływ na surowce naturalne oraz wodę, z których powstaje nasze piwo**, a także na proces produkcji, dystrybucji oraz wybory konsumenckie.

Zmiany klimatyczne to fakt. Radykalny wzrost emisji gazów cieplarnianych, który miał miejsce w ubiegłym stuleciu i nadal trwa, prowadzi bezpośrednio do wzrostu średniej temperatury na świecie, tworząc zmiany w całym ekosystemie.

Według ekspertów Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) średnia temperatura na całym świecie w najbardziej optymistycznym scenariuszu wzrośnie co najmniej o 1,5°C do roku 2040 w stosunku do średniej temperatury

z epoki przedprzemysłowej, co zaowocuje istotnymi przeobrażeniami klimatycznymi. Po wzroście do 1,6°C może obniżyć się nieznacznie pod warunkiem, że światowa gospodarka osiągnie neutralność klimatyczną do 2050 r. Najbardziej realny scenariusz zakłada wzrost temperatury o 2,7°C do roku 2100. Inne scenariusze przewidują wzrost średnich temperatur nawet o 6-8°C. Autorzy raportu wskazują, że nawet w optymistycznym scenariuszu doświadczymy istotnych zmian wpływających na funkcjonowanie w każdej dziedzinie życia.

TCFD\_1a

TCFD\_2a

TCFD\_2b

TCFD\_3a

TCFD\_3b

TCFD\_3c

GRI 3-2

GRI 3-3



### Szacowana średnioroczna

### temperatura w Polsce w 2100 roku:<sup>1</sup>

Według szacunków średnia temperatura w Polsce może wzrosnąć nawet o 1<sup>o</sup>-2<sup>o</sup>C do roku 2050 lub w negatywnym scenariuszu nawet o 6<sup>o</sup>C w 2100 roku w stosunku do roku 1950.



10°C

scenariusz  
optymistyczny



16°C

scenariusz  
pesymistyczny

Rezultatem takich zmian mogą być trwałe anomalie klimatyczne, w tym podniesienie się poziomu mórz, powodzie, susze, pożary lasów lub huragany nie notowane dotąd w takiej skali na terenie naszego kraju.

**Wzrost temperatur przyczynia się także do spadku bioróżnorodności, co z kolei może wpłynąć w istotny sposób na możliwości uprawy podstawowych zbóż.**

Poza ryzykami fizycznymi, które mogą mieć silny wpływ w średnim i długim horyzoncie czasu bierzemy także pod uwagę ryzyka transformacyjne, które wynikają z reakcji społeczeństwa i władz na zagrożenie kryzysem klimatycznym i mogą ujawnić się w krótkim i średnim horyzoncie czasu.<sup>2</sup>

1. <https://theclimatedatafactory.com/>

2. [https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/european-green-deal-communication_en.pdf) (20.01.20).



## Analiza ryzyk klimatycznych

W drugim i trzecim kwartale 2021 roku w Grupie Żywiec przeprowadzono analizę ryzyk klimatycznych. **Celem analizy była identyfikacja krótko-, średnio- i długoterminowych fizycznych i transformacyjnych ryzyk związanych ze zmianą klimatu i związanych z zagadnieniami zrównoważonego rozwoju oraz włączenie zidentyfikowanych ryzyk do systemu zarządzania ryzykiem Grupy Żywiec.**

Wnioski z analizy mogą być w dalszych etapach wykorzystywane np. przy wprowadzaniu modyfikacji w strategii zrównoważonego rozwoju.

Badanie ryzyk było prowadzone przy udziale zewnętrznej firmy eksperckiej. Badanie ryzyk, zagrożeń i szans związanych ze zmianą klimatu zostało przeprowadzone zgodnie z autorską metodologią AXIS®, która jest wariantem stosowanej przez doradcę metodologii MAX® (Materiality Assessment Matrix), dostosowaną do dwu- i trzykryterialnego badania ryzyk. Analiza ryzyk klimatycznych jest realizowana w trzech etapach: analiza w grupie porównawczej, badanie kwestionariuszowe grupy eksperckiej, kalkulacja i kategoryzacja wyników.

Każdej szansie i zagrożeniu metodologia badania przyporządkowuje wartości w trzech wymiarach: prawdopodobieństwa ich wystąpienia, wagi tj. ciężaru potencjalnych negatywnych lub pozytywnych

Wszystkie zagrożenia i szanse zostały zaklasyfikowane do czterech kategorii w zależności od tego, czy ich ocena przekracza odpowiednio wartości brzegowe prawdopodobieństwa i wagi. W wyniku przeprowadzonej analizy zaklasyfikowano:

### Grupa A (Amplification)

- wysokie prawdopodobieństwo
- niska waga

● 9 szans ● 9 zagrożeń

### Grupa X (eXclusion)

- niskie prawdopodobieństwo
- niska waga

● 5 szans ● 9 zagrożeń

### Grupa I (Intensification)

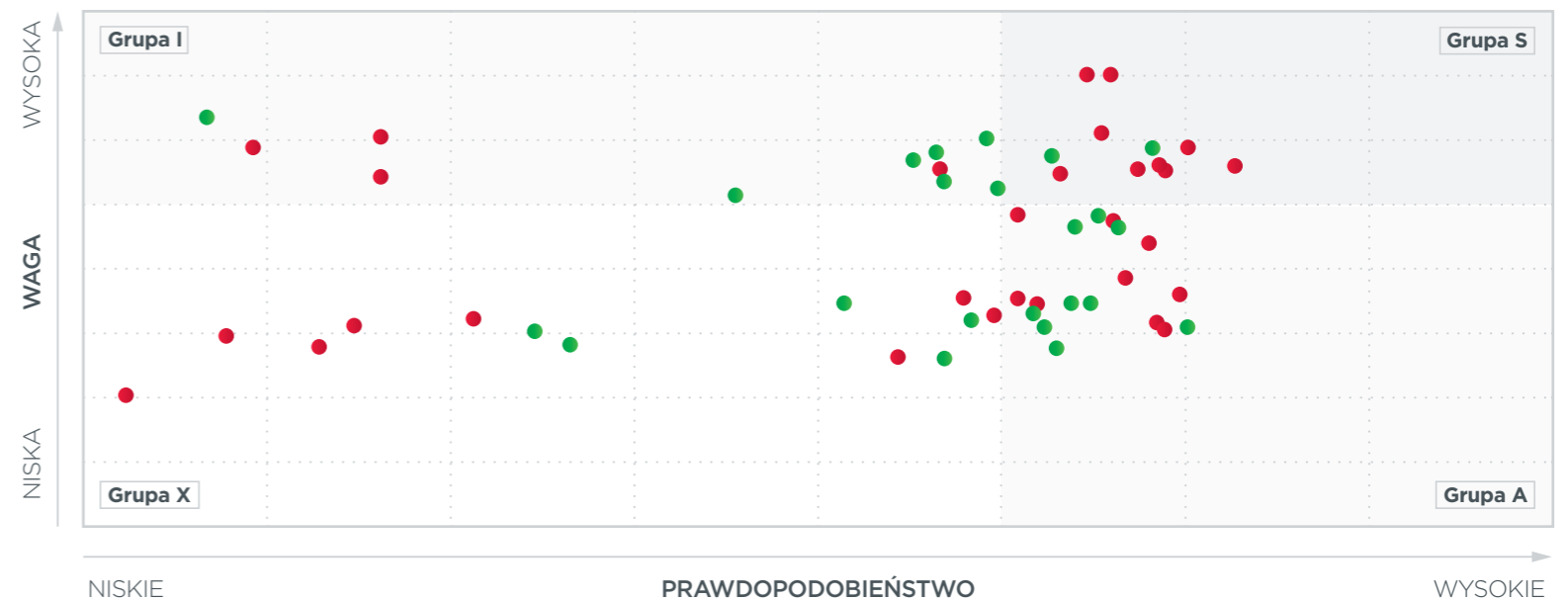
- niskie prawdopodobieństwo
- wysoka waga

● 7 szans ● 4 zagrożenia

### Grupa S (Seizure)

- wysokie prawdopodobieństwo
- wysoka waga

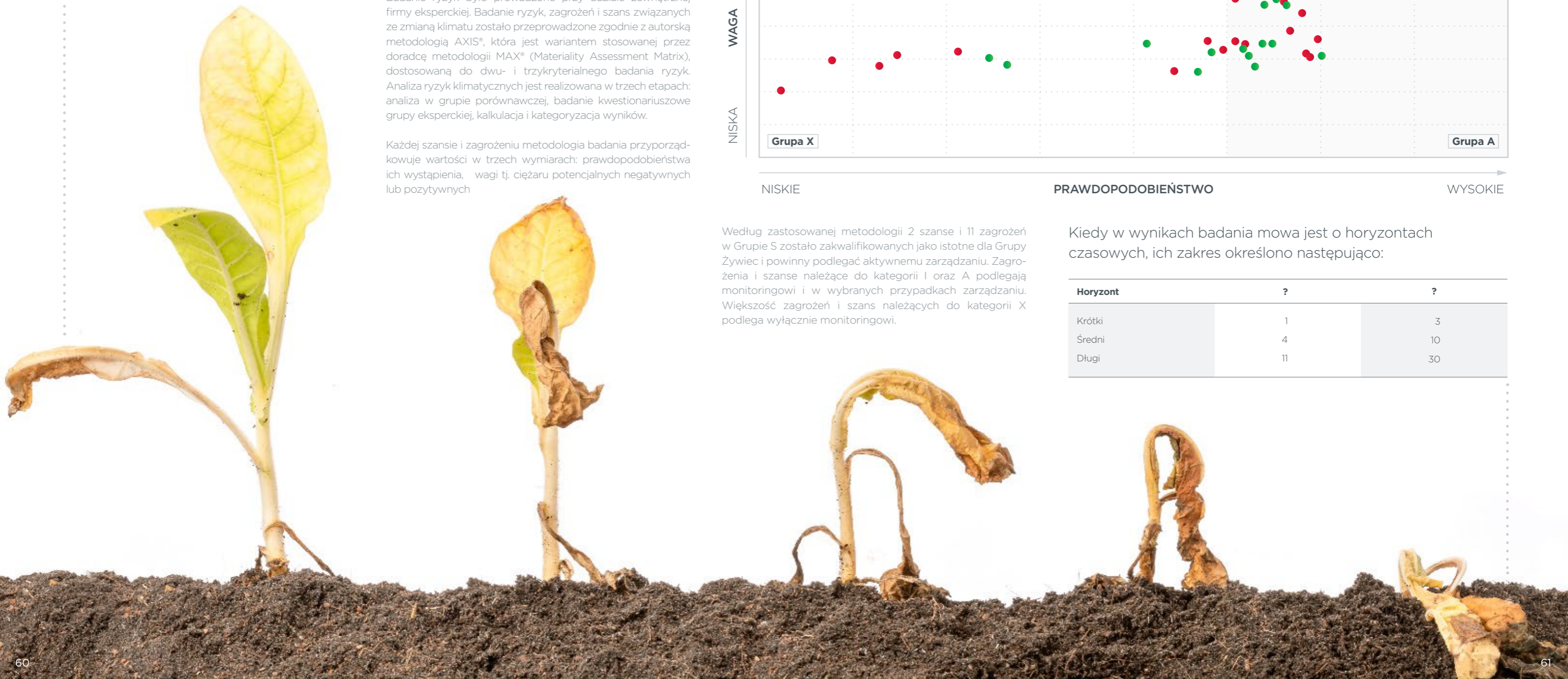
● 2 szanse ● 11 zagrożeń



Według zastosowanej metodologii 2 szanse i 11 zagrożeń w Grupie S zostało zakwalifikowanych jako istotne dla Grupy Żywiec i powinny podlegać aktywnemu zarządzaniu. Zagrożenia i szanse należące do kategorii I oraz A podlegają monitoringowi i w wybranych przypadkach zarządzaniu. Większość zagrożeń i szans należących do kategorii X podlega wyłącznie monitoringowi.

Kiedy w wynikach badania mowa jest o horyzontach czasowych, ich zakres określono następująco:

Horyzont	?	?
Krótki	1	3
Średni	4	10
Długi	11	30



W poniższej tabeli prezentujemy szczegółowe dane o ryzykach **uznanych za istotne dla organizacji** tj. zakwalifikowanych do Grupy S (Seizure):

Ryzyko	Zagrozenie/Szansa	Horyzont czasowy	Zarządzanie
<b>Nagłe ryzyka fizyczne</b>			
Ryzyko zwiększonej siły i częstotliwości nagłych zjawisk pogodowych, takich jak huragany, deszcze nawalne lub powodzie	Zagrozenie utrudnieniami w transporcie surowców i produktów w wyniku wystąpienia nagłych zjawisk pogodowych	Średni	Grupa Żywiec monitoruje zmiany częstotliwość występowania nagłych zjawisk pogodowych oraz ich potencjalnych kolizji z procesami w łańcuchu dostaw. Ciągłość działania logistyki zakupów jest zapewniona przez współpracę z dostawcami i partnerami, którzy również zarządzają ryzykiem związanym ze zmianą klimatu po swojej stronie.
Ryzyko zwiększonej siły i częstotliwości nagłych zjawisk pogodowych, takich jak huragany, deszcze nawalne lub powodzie	Zagrozenie zniszczeniem upraw rolnych	Średni	Grupa Żywiec aktywnie wspiera zrównoważone rolnictwo m.in. w ramach Polskiego Stowarzyszenia Rolnictwa Zrównoważonego „ASAP”. X% surowców produkcyjnych jest pozyskiwany z upraw zrównoważonych. Więcej na temat zrównoważonego rolnictwa i bioróżnorodności przeczytasz w rozdziałach <b>Od ziarna do baru i Zrównoważone Składniki. Z Polski.</b>
<b>Długotrwałe ryzyka fizyczne</b>			
Ryzyko wzrostu zmienności struktury opadów i wzorców pogodowych	Zagrozenie brakiem dostępności wody na potrzeby produkcji piwa lub uprawy surowców	Średni-Długi	Grupa Żywiec prowadzi aktywność w zakresie dbania o zasoby wodne – przykładem jest koalicja „Dbamy o wodę”. Browary Grupy Żywiec sukcesywnie redukują zużycie wody w procesach produkcyjnych - więcej na ten temat przeczytasz w rozdziale <b>Woda. Chronimy to, co najcenniejsze.</b>
Ryzyko wzrastających średnich temperatur	Zagrozenie zmianami okresów wegetacyjnych roślin w wyniku wzrastania średnich temperatur	Średni-Długi	Patrz: „Zagrozenie zniszczeniem upraw rolnych”
Ryzyko spadku bioróżnorodności	Zagrozenie spadkiem bioróżnorodności skutkującym problemami dla społeczności lokalnych lub dostawców spółki	Długi	Patrz: „Zagrozenie zniszczeniem upraw rolnych”
<b>Ryzyka związane z polityką i regulacjami/przepisami</b>			
Ryzyka związane z polityką zarządzania zasobami wodnymi	Zagrozenie wprowadzeniem regulacji dotyczących korzystania z wody	Średni-Długi	Patrz: „Zagrozenie brakiem dostępności wody na potrzeby produkcji piwa lub uprawy surowców”
Ryzyko zmian regulacji dotyczących gospodarki o obiegu zamkniętym	Zagrozenie niedostosowaniem do zasad gospodarki o obiegu zamkniętym	Krótki-Średni	Prowadzenie działań w zgodzie z zasadami gospodarki o obiegu zamkniętym jest wpisane w misję Grupy Żywiec. Grupa prowadzi ciągłe działania dążące do redukcji odpadów oraz dialog z decydentami w celu wprowadzenia w Polsce efektywnego systemu depozytowego na puszkach oraz wzmocnienia działającego systemu zwrotu butelek wielokrotnego użycia. Więcej informacji na temat gospodarki o obiegu zamkniętym w Grupie Żywiec uzyskasz w rozdziałach <b>Od ziarna do baru i Zamykamy obieg gospodarki.</b>
<b>Ryzyka technologiczne</b>			
Ryzyko emisyjności źródeł energii	Zagrozenie utrzymywaniem się w Polsce lub w innych krajach wysokoemisyjnego miks energii elektrycznej	Średni-Długi	Grupa Żywiec reaguje na to zagrożenie kupując wyłącznie certyfikowaną zieloną energię elektryczną. Obecnie rozpatrywane są możliwości wdrożenia własnych instalacji, które dostarczyłyby Grupie zieloną energię termalną. Więcej informacji na temat naszego zużycia energii uzyskasz w rozdziałach <b>Energia i paliwa</b> oraz <b>Nasz wpływ na środowisko.</b>
Ryzyko emisyjności źródeł energii	Zagrozenie wzrostem cen energii w wyniku wysokoemisyjnego miks energii elektrycznej w Polsce lub w innych krajach	Krótki-Średni	Patrz: „Zagrozenie utrzymywaniem się w Polsce lub w innych krajach wysokoemisyjnego miks energii.”
Ryzyko zrównoważonego rolnictwa	Szansa na rozpowszechnienie technologii zrównoważonego rolnictwa	Krótki-Średni	Patrz: „Zagrozenie zniszczeniem upraw rolnych”
<b>Ryzyka rynkowe</b>			
Ryzyko zmieniających się preferencji klientów	Zagrozenie utratą klientów z powodu zmiany ich preferencji w kierunku firm i spółek skutecznie przeciwdziałających kryzysowi klimatycznemu	Średni	Grupa Żywiec przeciwdziała zagrożeniu prowadząc kompleksowe działania w ramach zrównoważonego rozwoju Grupy. Nadzrędnym dokumentem określającym strategiczny kierunek zmian jest Strategia Warzymy Lepszy Świat.
Ryzyko wzrostu cen surowców, materiałów i usług	Zagrozenie wzrostem kosztów surowców, materiałów i usług spowodowanym przez inne ryzyka klimatyczne	Krótki-Długi	Patrz: „Zagrozenie zniszczeniem upraw rolnych”
Ryzyko współpracy z dostawcami	Szansa na redukcję wpływu środowiskowego produktu poprzez wdrożenie kryteriów środowiskowych w umowach	Krótki-Średni	Wybrani dostawcy (wysokiego ryzyka) podlegają ocenie w systemie EcoVadis.



## Konsumenci: więcej dla klimatu

Wraz ze zmianami klimatu, konsumenci stają się coraz bardziej świadomi wyzwań, przed którymi stoimy. Na sposób, w jaki żyją w coraz większym stopniu wpływają także postawy związane z troską o ochronę klimatu.

Polacy mają coraz większą **świadomość zmian klimatycznych**<sup>1</sup>



**77%**  
Polaków twierdzi, że zmiany klimatyczne mają wpływ na ich codzienne życie



**75%**  
Polaków twierdzi, że ich działania mogą powstrzymać zmiany klimatyczne



**26%**  
Polaków twierdzi, że radykalnie zmienia styl życia, aby przeciwdziałać kryzysowi klimatycznemu



Rosnąca świadomość powoduje, że **Polacy powoli zaczynają zmieniać swoje zachowania**<sup>3</sup>



**80%**  
Polaków segreguje opakowania po żywności i napojach w domu



**73%**  
Polaków dokłada wszelkich starań, żeby zmniejszyć ilość wytwarzanych odpadów spożywczych



**60%**  
Polaków deklaruje, że w ciągu ostatniego roku zaczęła bardziej dążyć do energooszczędności



**19%**  
Polaków nie chce wprowadzać żadnych zmian, ani kompromisów w swoim stylu życia, które mogłyby przyczynić się do pozytywnych zmian środowiskowych

## Z czego najłatwiej byłoby Polakom zrezygnować

w ramach przeciwdziałania zmianie klimatu?<sup>1</sup>



**40%**  
podróże lotnicze



**18%**  
nowe ubrania



**14%**  
transmisja strumieniowa wideo



**12%**  
mięso



**10%**  
samochód



**43%**  
zanieczyszczenia powietrza



**37%**  
braku dostępności wody



**34%**  
sztucznego jedzenia



**34%**  
globalnego ocieplenia



**30%**  
suszy

## Czego Polacy obawiają się najbardziej w kontekście środowiska naturalnego?<sup>2</sup>



## Od ziarna do baru

**Tworzymy wartość od ziarna do baru.**

**Uwarzenie jednego kufła piwa wystarczy, aby uruchomić cały łańcuch zdarzeń, a każdy jego element tworzy wartość**

dla naszych klientów, akcjonariuszy, pracowników oraz partnerów, a także społeczności lokalnych oraz całej gospodarki.

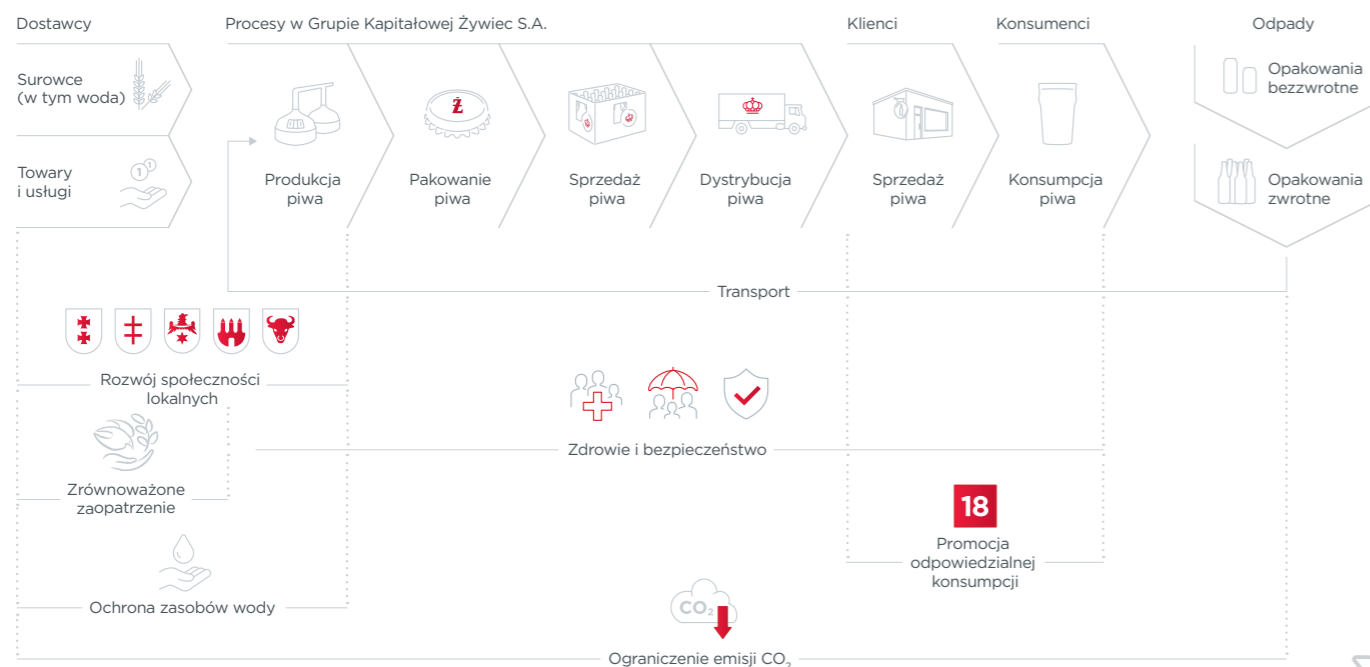
GRI 2-6



**Troska o wysoką jakość produktów, środowisko naturalne, bezpieczeństwo pracowników i konsumentów oraz odpowiedzialna współpraca z dostawcami i klientami**

to kluczowe wartości, które pokazuje droga, którą przebywa nasz produkt od zasiań ziaren na słońcu, z którego warzymy piwo, aż po koszyk konsumenta.

### Łańcuch wartości Grupy Żywiec



Do naszego Łańcucha wartości sukcesywnie wdrażamy rozwiązania mające na celu stopniową transformację **w stronę gospodarki o obiegu zamkniętym**



### Surowce

Nasze produkty przygotowujemy są z naturalnych składników, dlatego zależy nam, by były pozyskiwane ze zrównoważonych źródeł. Zwiększamy udział surowców z krajowych upraw, w tym chmielu i zbóż browarniczych, przyczyniając się do rozwoju lokalnych dostawców. Od 2014 roku jesteśmy członkiem Stowarzyszenia Rolnictwa Zrównoważonego „ASAP”.



### Spółeczności lokalne

Zależy nam, aby przez naszą działalność przyczynić się do rozwoju miejsc, w których warzymy nasze piwo. Jesteśmy nieodłącznym elementem regionów, w których zlokalizowane są nasze browary. Miejsca, w których warzymy nasze piwo darzymy szczególną troską ze względu na mieszkańców – naszych sąsiadów. W trudnym czasie podjęliśmy dodatkowe działania, które wspomogły walkę z epidemią.



### Dystrybucja

Większość uwarzonego przez nas piwa kupowana jest przez konsumentów w Polsce. Do transportu piwa korzystamy z usług firm używających lekkich naczep, szkolących kierowców w zakresie ekologicznej jazdy oraz dbamy o optymalizację załadunku. W roku 2020 rozpoczęliśmy testowanie pilotażowych ciężarówek zasilanych LNG.



### Towary i usługi

Ogromna większość naszych zakupów dokonywana jest od lokalnych dostawców. Zależy nam na tym, żeby nasi dostawcy wspólnie z nami realizowali cele strategii Warzymy Lepszy Świat, dlatego poprzez Kodeks Dostawców zabiegamy, aby prawa człowieka oraz pozytywne standardy zrównoważonego rozwoju były także przestrzegane przez naszych dostawców.



### Opakowania

Nasze produkty dostępne są w butelkach, puszkach i kegach, a niemal połowa naszych produktów pakowana jest w opakowania zwrotne. Od 2017 roku podejmujemy szereg działań, których celem jest umożliwienie konsumentom łatwego oddawania butelek zwrotnych bez paragonu w sklepach na terenie całej Polski. W 2020 roku kontynuowaliśmy kampanię „Daj butelkę drugie życie”, w ramach której umożliwiliśmy konsumentom łatwe oddawanie butelek zwrotnych bez paragonu w punktach sprzedaży na terenie całej Polski.



### Sprzedaż

Kupowane przez nas lodówki, w których przechowywane są nasze marki w sklepach, restauracjach i pubach są w 100% przyjazne środowisku. Współpracujemy z dystrybutorami naszych piw przy promowaniu odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu wyłącznie osobom pełnoletnim. Barmanom i sprzedawcom udostępniamy bezpłatnie szkolenia internetowe poprzez platformę odpowiedzialnysprzedawca.pl



### Pracownicy

Nasza podróż zaczyna i kończy się z ponad 2 tys. pracowników. Dbamy o ich bezpieczeństwo w miejscu pracy, a także edukację, rozwój i satysfakcję z pracy dzięki programom szkoleń oraz systemowi benefitów pracowniczych. Poprzez zasady wyrażone w Kodeksie Postępowania w Biznesie HEINEKENA zabiegamy także o to, aby prawa człowieka i pracownika były w pełni przestrzegane.



### Produkcja piwa

Aby zmniejszyć zużycie wody i energii, optymalizujemy produkcję w naszych browarach i wykorzystujemy przyjazne środowisko źródła energii, tam gdzie to możliwe. W ramach produkcji zapewniamy także niemal całkowite ponowne wykorzystanie odpadów poprodukcyjnych.



### Konsumpcja

Nasze marki są synonimem wysokiej jakości, a dążenie do doskonałości wpisane jest w DNA naszego biznesu. Realizujemy je również poprzez innowacje, w tym produkty z niską zawartością alkoholu lub bezalkoholowe, takie jak Heineken 0.0% oraz Żywiec 0.0%, a także innowacyjny koncept Strefy Zero. Aby wzmocnić odpowiedzialną konsumpcję w 2020 roku po raz kolejny przeprowadziliśmy kampanię Trzymaj Pion, której celem jest wspieranie rodziców w zapobieganiu przedwczesnej inicjacji alkoholowej nastolatków, a także w wychowywaniu swoich dzieci do odpowiedzialnych postaw związanych z alkoholem w dorosłym życiu.

Więcej informacji na temat naszych działań w obszarze gospodarki o obiegu zamkniętym znajdziesz w rozdziale **Warzymy Lepszy Świat** oraz **Zamykamy obieg gospodarki**.



## Zrównoważony Rozwój

Chcemy rozwijać naszą firmę warząc lepszy świat od ziarna do baru. **Zrównoważony rozwój jest jednym z priorytetów biznesowych naszej firmy.**

Chcąc tworzyć wartość biznesową musimy rozwijać się w sposób zrównoważony, tworząc odpowiednie warunki umożliwiające wzrost w długim czasie oraz kreując wartości dla naszego otoczenia.



**Naszym celem jest, aby zrównoważony rozwój był częścią działalności naszej firmy odzwierciedloną w sposobie, w jaki działamy na co dzień tworząc i sprzedając nasze produkty, w kulturze korporacyjnej oraz w dostarczaniu wartości naszym konsumentom poprzez marki i produkty.**



W dłuższej perspektywie wartość tworzona przez naszą branżę będzie zależeć od umiejętności szybkiego reagowania na dynamicznie zmieniające się otoczenie oraz tworzenia wartości w obszarach, na które nasza działalność wywiera wpływ.

### Jak tworzymy wartość

dla biznesu, społeczeństwa i środowiska?

Nasza działalność tworzy wartość dla mieszkańców, wśród których warzymy nasze piwo, naszych pracowników i partnerów biznesowych oraz dla naszych konsumentów, a także **wywiera wpływ na środowisko naturalne.**

### Model tworzenia wartości



#### W perspektywie długoterminowej

warunki do rozwoju firmy będą zależeć nie tylko od sytuacji gospodarczej, ale także od warunków klimatycznych oraz rozwoju społeczeństwa. Te czynniki wpływają na siebie i są od siebie zależne.



#### Niekorzystne warunki środowiskowe

mają wpływ na brak dostępności surowców i zdrowie ludzi, hamując lub uniemożliwiając wzrost gospodarczy.



#### Negatywne warunki życia ludzi

skutkują problemami zdrowotnymi lub niedopasowaniem kompetencji do oczekiwań rynku pracy oraz stagnacją gospodarczą.



### Społeczeństwo

**Naszą działalność opieramy na ludziach, naszych pracownikach, mieszkańcach miast, w których zlokalizowane są nasze browary oraz naszych konsumentach.**

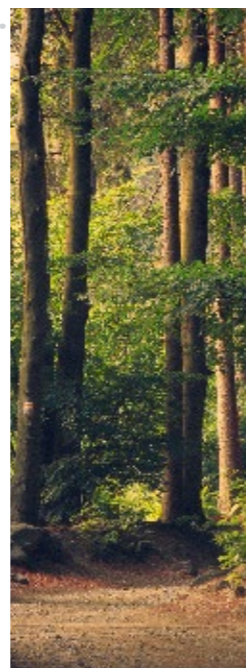
Budujemy wartość poprzez tworzenie bezpiecznych miejsc pracy oraz rozwój naszych pracowników, a także poprzez troskę o dziedzictwo i tradycje miast oraz regionów, w których warzymy piwo. Wspólnie z mieszkańcami realizujemy działania społeczne zgodne ze strategią naszej firmy oraz wyzwania stojącymi przed miastami. Inwestujemy w tworzenie pozytywnej kultury piwa, żeby nasi konsumenci cieszyli się naszym piwem w sposób umiarkowany i odpowiedzialny.



### Środowisko

**Piwo jest napojem warzonym z naturalnych składników. Chcemy, żeby przyszłe pokolenia mogły cieszyć się taką samą jakością naszego piwa, dlatego rozwijamy się w poszanowaniu natury ograniczając swój negatywny wpływ na zmiany klimatyczne.**

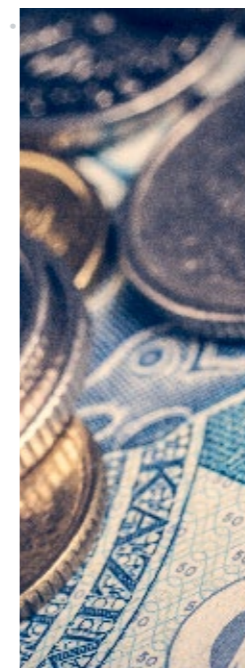
Tworzymy wartość poprzez inwestowanie w odnawialne źródła energii, regularne ograniczanie emisji gazów cieplarnianych w całym łańcuchu dostaw, produkcji i dystrybucji. Promujemy butelkę zwrotną jako najbardziej przyjazne dla środowiska opakowanie piwa, oferując ją konsumentom niemal w połowie naszych produktów, a także organizując akcje umożliwiające jej łatwy zwrot bez paragonu. Dzięki temu ograniczamy ilość odpadów.



### Gospodarka

**Jako firma piwowarska działamy w długim łańcuchu przedsiębiorstw, których działalność jest niezbędna do warzenia i dystrybucji piwa. Dzięki temu mamy wpływ nie tylko na dostarczanie stabilnych wyników naszym akcjonariuszom, ale także na rozwój naszych dostawców oraz partnerów handlowych.**

Ogromna większość towarów i usług, które kupujemy pochodzi od dostawców z Polski, z czego część surowców wykorzystywanych do warzenia piwa selekcjonujemy od producentów, którzy uprawiają je w sposób zrównoważony.







## Nasz wpływ na środowisko

Zmiana klimatu to jedno z najpoważniejszych globalnych wyzwań. By mu sprostać **dążymy do ograniczenia poziomu naszej emisji gazów cieplarnianych na każdym etapie naszej działalności.** Przeprowadzane badanie pozwala nam zmapować obszary, które stanowią największe źródło emisji w całym łańcuchu wartości.



Dzięki temu możemy precyzyjniej zdefiniować nasze priorytety, a także zidentyfikować źródła emisji, które możemy potencjalnie ograniczyć. Od 2020 r. raportujemy nasze emisje do programu Climate Change prowadzonego przez CDP.

Podstawowym wskaźnikiem intensywności emisyjnej używanym do celów zarządczych w Grupie Żywiec są bezpośrednie i pośrednie emisje gazów cieplarnianych liczone metodą market-based.<sup>1</sup>

Emisje bezpośrednie (Scope-1) powstają wskutek spalania paliw w źródłach stacjonarnych bądź mobilnych będących własnością firmy bądź przez nią nadzorowanych, emisji powsta-

łych w wyniku zachodzących procesów technologicznych czy ułatwiających się czynników chłodniczych.

Emisje pośrednie (Scope-2) powstają w wyniku zużycia importowanej energii elektrycznej, ciepłej, pary technologicznej oraz chłodu. Emisje w zakresie drugim obliczamy dwoma metodami. Metoda obliczenia location-based uwzględnia średnią intensywność energetyczną sieci, do której podłączony jest pobierający energię. Metoda obliczeniowa market-based ma na celu pokazanie świadomego wyboru dostawcy energii – prezentują ona emisje liczone według intensywności charakterystycznej dla dostawcy.

## Struktura emisji gazów cieplarnianych w Grupie Kapitałowej w 2021 r.

Emisje bezpośrednie: transport zewnętrzny (flota)

7,43%

Emisje bezpośrednie: transport wewnętrzny

0,64%

Emisje pośrednie: market-based energia cieplna

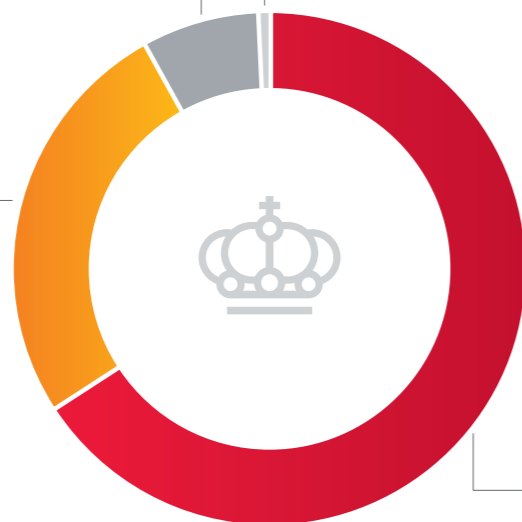
26,06%

Emisje pośrednie: market based energia elektryczna

0,0%

Emisje bezpośrednie: zużycie paliw w budynkach i instalacjach

65,88%



Całkowite emisje gazów cieplarnianych w Grupie Kapitałowej wyniosły w 2021 r. 34 465,8 ton CO<sub>2</sub>e (bezpośrednie i pośrednie market-based), przy czym ponad 80% przypadało na emisje bezpośrednie, około 20% na emisje pośrednie. **Istotny wkład w obniżenie emisji pośrednich mają certyfikaty zielonej energii we wszystkich browarach Grupy Żywiec (w 2021 r. również w Browarze Namysłów).**

Zmiany jakie sukcesywnie wprowadzamy w toku redukcji naszego śladu węglowego są zauważalne w każdej kategorii składowej emisji GHG. Poprawę najlepiej prezentuje wskaźnik intensywności. **Wskaźnik ten wyniósł dla Grupy Kapitałowej Żywiec 3,1 kg CO<sub>2</sub>e na hl piwa w roku 2021, o 30,8% mniej niż przed rokiem (4,5 kg CO<sub>2</sub>e na hl piwa).**

## Informacje na temat wielkości emisji gazów cieplarnianych

	jednostka	Grupa Żywiec			Grupa Kapitałowa		
		2020	2021	zmiana r/r	2020	2020	zmiana r/r
<b>Scope 1</b>							
Emisje będące skutkiem zużycia paliw w budynkach i instalacjach	Mg CO <sub>2</sub> e	23 833,5	22 705,54	-4,7%	23 833,5	22 705,5	-4,7%
Emisje w transporcie wewnętrznym	Mg CO <sub>2</sub> e	330,0	219,9	-33,4%	330,0	219,9	-33,4%
Emisje w transporcie zewnętrznym	Mg CO <sub>2</sub> e	402,3	349,1	-13,2%	3 750,1	2 560,2	-31,7%
Łącznie emisje w transporcie	Mg CO <sub>2</sub> e	732,3	569,0	-22,3%	4 410,1	2 780,1	-37,0%
<b>Łącznie emisje w ramach Scope 1</b>	<b>Mg CO<sub>2</sub>e</b>	<b>25 067,7</b>	<b>23 274,5</b>	<b>-7,2%</b>	<b>28 013,1</b>	<b>25 485,6</b>	<b>-9,0%</b>
Emisje Scope 1 na 1 hl piwa	kg CO <sub>2</sub> e/hl	2,3	2,1	-8,4%	2,6	2,3	-10,2%
Emisje Scope 1 na 1 mln zł przychodu	Mg CO <sub>2</sub> e/1mln zł	7,0	6,7	-3,9%	7,5	7,4	-1,5%
<b>Scope 2</b>							
Location-based							
Emisje location-based będące skutkiem zakupu energii elektrycznej	Mg CO <sub>2</sub> e	52 846,1	48 162,5	-8,9%	52 846,1	48 162,5	-8,9%
Emisje location-based będące skutkiem zakupu energii ciepłej	Mg CO <sub>2</sub> e	14 100,9	14 562,5	+3,3%	14 100,9	14 562,5	+3,3%
<b>Łącznie emisje location-based w ramach Scope 2</b>	<b>Mg CO<sub>2</sub>e</b>	<b>66 947,0</b>	<b>62 725,0</b>	<b>-6,3%</b>	<b>66 947,0</b>	<b>62 725,0</b>	<b>-6,3%</b>
Market-based							
Emisje market-based będące skutkiem zakupu energii elektrycznej	Mg CO <sub>2</sub> e	8 262,7	0,0	-	8 262,7	0,0	-100,0%
Emisje market-based będące skutkiem zakupu energii ciepłej	Mg CO <sub>2</sub> e	12 879,3	8 980,2	-30,3%	12 879,3	8 980,2	-30,3%
<b>Łącznie emisje market-based w ramach Scope 2</b>	<b>Mg CO<sub>2</sub>e</b>	<b>21 141,9</b>	<b>8 980,2</b>	<b>-57,5%</b>	<b>21 141,9</b>	<b>8 980,2</b>	<b>-57,5%</b>
Emisje Scope 2 marketbased na hektolitr piwa	kg CO <sub>2</sub> e/hl	1,9	0,8	-58,1%	1,9	0,8	-58,1%
Emisje Scope 2 marketbased na 1 mln zł przychodu	Mg CO <sub>2</sub> e/1mln zł	5,9	2,6	-56,0%	5,6	2,6	-54,0%
<b>Scope 1+2</b>							
<b>Łącznie emisje w ramach Scope 1+2 market-based</b>	<b>Mg CO<sub>2</sub>e</b>	<b>46 209,6</b>	<b>32 254,7</b>	<b>-30,2%</b>	<b>49 155,0</b>	<b>34 465,8</b>	<b>-29,9%</b>
Emisje Scope 1+2 market-based na hektolitr piwa	kg CO <sub>2</sub> e/hl	4,21	2,90	-31,1%	4,5	3,1	-30,8%
Emisje Scope 1+2 market-based na 1 mln zł przychodu	Mg CO <sub>2</sub> e/1mln zł	12,8	9,0	-30,2%	13,1	9,9	-24,1%

<sup>1</sup> Raportowane emisje gazów cieplarnianych zostały obliczone zgodnie ze standardem The Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard w wersji revised. Granice raportowanych emisji (organizational boundaries) obejmują jednostkę dominującą i wszystkie jednostki Grupy Kapitałowej Grupa Żywiec S.A. wg kontroli operacyjnej i finansowej (100% emisji każdej z jednostek). Źródłem używanych wskaźników GWP jest Ecoinvest wersja 2.0. Konsolidacja obejmuje wszystkie poziomy kapitałowej. Rokiem bazowym przyjętym przez organizację był rok obrotowy 2019. W ciągu ostatniego dokonywano zmian w metodologii kalkulacji śladu węglowego oraz doborze optymalnych narzędzi służących do kalkulacji. W kalkulacji emisji za rok 2020 dane realne do wyliczeń z browaru Namysłów włączono od czerwca 2020 od momentu pełnej integracji operacyjnej wspomnianej jednostki.

Emisje zostały obliczone z wykorzystaniem narzędzi udostępnianych przez GHG Protocol (<https://ghgprotocol.org/calculation-tools>). Do obliczenia emisji gazów cieplarnianych zastosowano wartości współczynników GWP (global warming potential) pochodzące z aneksu „Global Warming Potential Values” do standardu GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard. Współczynniki te pochodzą pierwotnie z V raportu Międzyrządowego Zespołu ds. Zmiany Klimatu (IPCC Fifth Assessment Report AR5). Do obliczenia wartości emisji gazów cieplarnianych w zakresie 2 zastosowano metodę location-based (na bazie przeciętnych wskaźników intensywności emisyjnej energii elektrycznej i ciepłej podawanych przez KOBIZE i URE) oraz metodę market-based (na bazie wskaźników intensywności emisyjnej podanych przez dostawców energii elektrycznej i ciepłej).



GRI 305-3

## Emisje w cyklu życia produktu oraz w Scope 3

Partner Strategiczny Grupy Żywiec, Grupa Heineken, dokonuje **kalkulacji śladu węglowego** **pokrywającego i sumującego Zakresy 1, 2 oraz 3.**

Metodologia kalkulacji opiera się na:

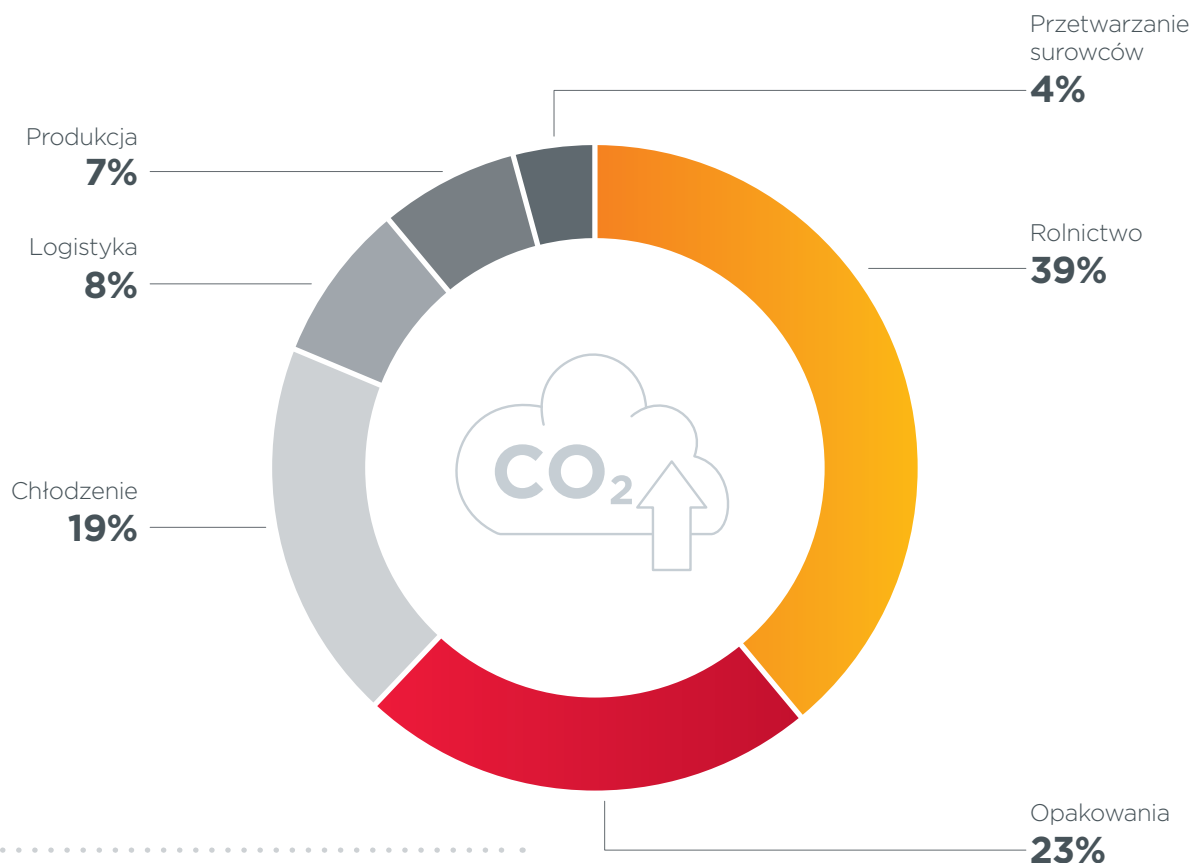
- ✓ GHG protocol: **A corporate accounting and reporting standard** (GHG protocol, 2004)
- ✓ GHG protocol: **Product life cycle accounting and reporting standard** (GHG protocol, 2011)

oraz na wytycznych dla kalkulacji śladu węglowego opracowanych przez Beverage Industry Environmental Roundtable (BIER). Kalkulacja dokonywana przez Grupę Heineken jest w pełni zbieżna z najnowszą, 4 wersją wytycznych.

Kalkulacja obrazuje emisje generowane na poszczególnych etapach procesu tworzenia wartości w Grupie Żywiec. Kalkulacja jest dokonywana z rocznym przesunięciem, aktualne

wyniki dotyczą emisji za rok 2020. Obecnie na przełomie 2021 i 2022 roku toczą się prace nad przyspieszeniem procesu kalkulacji.

## Ślad węglowy w podziale na etapy cyklu życia produktu



\* Prezentowane zestawienie obrazuje emisje w cyklu życia produktu. Każda kategoria zestawienia jest definiowana poprzez wyróżnione w metodologii źródła emisji. Ze względu na różnice w metodologii kalkulacji prezentowane zestawienie jest odrębne od podawanych we wcześniejszej części rozdziału danych o emisjach w Scope 1&2.

## Zgodność z Taksonomią UE

### Czym jest Taksonomia UE?

Taksonomia UE jest systemem klasyfikacji ustanawiającym wykaz działalności gospodarczej zrównoważonej środowiskowo. Zadaniem Taksonomii jest ukierunkowanie inwestycji przedsiębiorstw z obszaru Unii Europejskiej w stronę bardziej zrównoważonych inwestycji, aby wspierać realizację celów energetycznych UE w horyzoncie 2030 roku. Taksonomia UE dostarczyłaby firmom, inwestorom i decydentom odpowiednich definicji działalności zrównoważonej środowiskowo. W ten sposób taksonomia pomoże chronić firmy i inwestorów m.in. przed zjawiskiem „greenwashingu”.

Grupa Żywiec po raz pierwszy ujawnia w niniejszym raporcie informacje dotyczące tzw. unijnej Taksonomii działalności zrównoważonej środowiskowo. Obowiązki z tym związane zostały wprowadzone Rozporządzeniem Parlamentu i Rady (UE) 2020/852 z 18 czerwca 2020 roku. W pierwszym roku obowiązywania, zgodnie z treścią Rozporządzenia Dele-

wanego Komisji (UE) 2021/2178 Grupa Żywiec ujawnia odsetek obrotu, nakładów inwestycyjnych i wydatków operacyjnych kwalifikujących się do systematyki (Taksonomii), bez konieczności weryfikacji Technicznych Kryteriów Kwalifikacji, czyli ustalenia jaki odsetek tych trzech wartości jest związany z działalnością zrównoważoną środowiskowo.

## Zasady rachunkowości

**W celu obliczenia odsetka obrotu, nakładów inwestycyjnych (CapEx) i wydatków operacyjnych (OpEx) kwalifikujących się do systematyki zastosowano następujące zasady:**

- W odniesieniu do obrotu podstawą stanowiły całkowite skonsolidowane przychody Grupy w roku 2021, ujawnione w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym w pozycji Przychody ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów opisane w notach 34 oraz 35. Do licznika przypisano przychody z działalności kwalifikującej się do systematyki.
- W odniesieniu do nakładów inwestycyjnych (CapEx) podstawę stanowiły nakłady inwestycyjne rozliczane w Grupie w poszczególnych browarach oraz w centrali. Całość CapEx jest ujęta w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym w pozycji Aktywa trwałe i opisana w nocie 8 – Rzeczowe aktywa trwałe w budowie. Różnica pomiędzy wartością zwiększenia środków trwałych w budowie w nocie 8 a mianownikiem wskaźnika CapEx wynika z wyłączenia części dotyczącej nakładów na opakowania zwrotne. Do licznika przypisano tę część CapEx, która dotyczy rodzajów działalności kwalifikujących się do systematyki.
- W odniesieniu do wydatków operacyjnych (OpEx) podstawę stanowiły wszystkie koszty służące do bieżącej obsługi aktywów spółki i utrzymywania ich we właściwej kondycji. Zaliczone do nich zostały takie koszty, jak: koszty osobowe osób odpowiedzialnych za utrzymanie i naprawy, koszty związane z naprawami oraz remontami urządzeń, koszty sprzątnięcia powierzchni, koszty w obszarze ppoż, koszty sterowania mediami, koszty leasingu (np. wózków widłowych), koszty ochrony budynków, koszty „legalizacji urządzeń” np. gaśnic. Do licznika przypisano tę część OpEx, która dotyczy rodzajów działalności kwalifikujących się do systematyki.

## Obrót

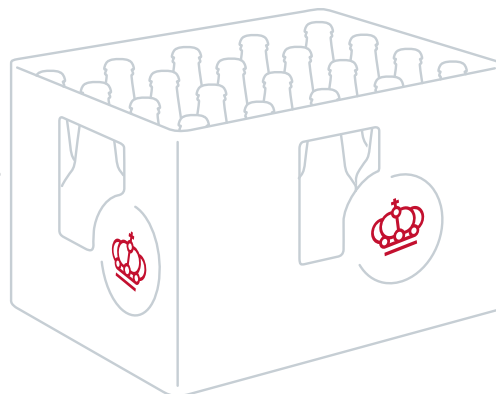
Tabela 1: Odsetek obrotu kwalifikującego się do systematyki

Działalność gospodarcza	Kod lub kody	Obrót (wartość bezwzględna) tys. zł	Część obrotu %
<b>A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI</b>			
<b>Nabywanie i prawo własności budynków</b>	68.20	2 990,2	0,1%
<b>Razem (A)</b>		<b>2 990,2</b>	<b>0,1%</b>
<b>B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI</b>			
Obrót z działalności niekwalifikującej się do systematyki (B)		3 464 294,8	99,9%
<b>Razem (A+B)</b>		<b>3 467 285,0</b>	<b>100,0%</b>

Grupa uzyskuje przychody przede wszystkim z produkcji i sprzedaży piwa. Działalność ta nie jest ujęta w systematyce w zakresie załączników I i II do aktu delegowanego w sprawie klimatu (Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2021/2139). Grupa spodziewa się, że podstawowa działalność będzie ujęta w systematyce w ramach kolejnych aktów delegowanych, które powinny być wydane przez Komisję Europejską do Rozporządzenie 2020/852. Przedstawiony przez Platformę ds. Zrównoważonego Finansowania projekt Technicznych Kryteriów Kwalifikacji dla czterech pozo-

stałych celów środowiskowych zawiera m.in. kryteria dotyczące wnoszenia istotnego wkładu w przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym oraz w ochronę i odbudowę bioróżnorodności i ekosystemów dla działalności związanej z produkcją żywności i napojów.

W ostatnim roku jedynie przychody z tytułu wynajmowania powierzchni magazynowych w budynkach należących do Grupy podmiotom trzecim kwalifikują się do systematyki ujętej w załączniku I do aktu delegowanego w sprawie klimatu.



## Nakłady inwestycyjne (CapEx)

Tabela 2: Odsetek nakładów inwestycyjnych (CapEx) kwalifikujących się do systematyki

Działalność gospodarcza	Kod lub kody	Obrót (wartość bezwzględna) tys. zł	Część obrotu %
<b>A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI</b>			
Wytwarzanie innych technologii niskoemisyjnych	28.25	14 847,3	12,0%
Dystrybucja w systemach ciepłowniczych/chłodniczych	35.30	6 440,4	5,2%
Budowa, rozbudowa i eksploatacja systemów poboru, uzdatniania i dostarczania wody	42.99	16,2	0,0%
Modernizacja systemów poboru, uzdatniania i dostarczania wody	42.99	1 480,5	1,2%
Budowa, rozbudowa i eksploatacja systemów odprowadzania i oczyszczania ścieków	42.99	3 139,3	2,5%
Modernizacja systemów odprowadzania i oczyszczania ścieków	37.00	624,6	0,5%
Renowacja istniejących budynków	43.22 43.39 43.91	4 006,4	3,2%
Montaż, konserwacja i naprawa sprzętu zwiększającego efektywność energetyczną	43.21 43.22	1 638,0	1,3%
Montaż, konserwacja i naprawa instrumentów i urządzeń do pomiaru, regulacji i kontroli charakterystyki energetycznej budynku	43.21	552,2	0,4%
Montaż, konserwacja i naprawa systemów technologii energii odnawialnej	43.21	6,8	0,0%
<b>Razem (A)</b>		<b>32 751,7</b>	<b>26,5%</b>
<b>B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI</b>			
<b>Nakłady inwestycyjne (CapEx) na działalność niekwalifikującą się do systematyki (B)</b>		<b>90 749,1</b>	<b>73,5%</b>
<b>Razem (A+B)</b>		<b>123 500,8</b>	<b>100,0%</b>

Nakłady inwestycyjne (CapEx) kwalifikujące się do systematyki są związane z realizacją przyszłych zadań inwestycyjnych wynikających z przyjętej strategii i opracowanych przez specjalistów z danej dziedziny. Większość wykazanych nakładów inwestycyjnych dotyczy projektów, których celem jest poprawa efektywności energetycznej budynków oraz

maszyn i urządzeń, dzięki czemu możliwe będzie w kolejnych latach zmniejszenie zużycia energii, co pośrednio przyczyni się do obniżenia emisji gazów cieplarnianych. Realizowane były także projekty związane z nowocześniejszym systemem dostarczania wody oraz z modernizacją systemu odprowadzania ścieków.



## Wydatki operacyjne (OpEx)

Tabela 3: Odsetek wydatków operacyjnych (OpEx) kwalifikujących się do systematyki

Działalność gospodarcza	Kod lub kody	Obrót (wartość bezwzględna) tys. zł	Część obrotu %
<b>A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI</b>			
Przesył i dystrybucja energii elektrycznej	35.12	3 462,5	9,6%
Dystrybucja w systemach ciepłowniczych/chłodniczych	35.30	8 987,7	25,0%
Budowa, rozbudowa i eksploatacja systemów poboru, uzdatniania i dostarczania wody	42.99	2 995,9	8,3%
Budowa, rozbudowa i eksploatacja systemów odprowadzania i oczyszczania ścieków	42.99	2 984,2	8,3%
Renowacja istniejących budynków	43.22, 43.39	8 622,4	24,0%
Montaż, konserwacja i naprawa instrumentów i urządzeń do pomiaru, regulacji i kontroli charakterystyki energetycznej budynku	43.21	385,8	1,1%
<b>Razem (A)</b>		<b>27 438,5</b>	<b>76,3%</b>
<b>B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI</b>			
<b>Wydatki operacyjne (OpEx) na działalność niekwalifikującą się do systematyki (B)</b>		<b>8 544,3</b>	<b>23,7%</b>
<b>Razem (A+B)</b>		<b>35 982,9</b>	<b>100,0%</b>

Wydatki operacyjne (OpEx) kwalifikujące się do systematyki dotyczyły takich działań, jak naprawy oraz remonty urządzeń, sterowanie mediami, działania w obszarze ppoż. Wszystkie one były związane z działaniami na rzecz poprawy efektywności

energetycznej procesów operacyjnych lub ograniczaniem emisji gazów cieplarnianych, a efekty poniesionych wydatków były odnotowywane wkrótce po zakończeniu danego projektu.





## Kluczowe niefinansowe wskaźniki efektywności



Podjmując decyzje w zakresie zarządzania bierzemy pod uwagę poniższe wskaźniki, które **dotyczą Grupy Żywiec i odzwierciedlają realizację kluczowych obszarów strategii „Warzymy Lepszy Świat”**

Wskaźniki są monitorowane na poziomie spółki dominującej Grupa Żywiec S.A. W 2021 roku przeprowadzona została aktualizacja Strategii „Warzymy Lepszy Świat”. W związku z optymalizacją podejścia w niektórych obszarach strategicznych,

lista kluczowych wskaźników efektywności uległa zmianie względem zakresu raportowanego w poprzednich latach. Niektóre wskaźniki mogą w związku z tym nie prezentować danych historycznych.

Wskaźnik

Grupa Żywiec S.A.

### Środowisko

	2020	2021	zmiana
Ograniczenie emisji gazów cieplarnianych w produkcji piwa w stosunku do roku 2018 (w MgCO <sub>2</sub> e)	4,21	<b>2,9</b>	-31,1% <sup>1</sup>
% energii elektrycznej i ciepłej pochodzących z odnawialnych źródeł w produkcji piwa	66,9	<b>80,9%</b>	+13,9% <sup>2</sup>
% odpadów przeznaczonych do utylizacji na składowisku odpadów	0,23%	<b>0,35%</b>	+52% <sup>3</sup>
% słoju używanego do produkcji piwa pochodzącego ze zrównoważonych upraw jęczmienia	17,6%	<b>27%</b>	+53,41%
Zużycie wody w produkcji piwa	2,69	<b>2,77</b>	+2,3%

	2020	2021	zmiana
Ograniczenie emisji gazów cieplarnianych w produkcji piwa w stosunku do roku 2018 (w MgCO <sub>2</sub> e)	4,21	<b>2,9</b>	-31,1% <sup>1</sup>
% energii elektrycznej i ciepłej pochodzących z odnawialnych źródeł w produkcji piwa	66,9	<b>80,9%</b>	+13,9% <sup>2</sup>
% odpadów przeznaczonych do utylizacji na składowisku odpadów	0,23%	<b>0,35%</b>	+52% <sup>3</sup>
% słoju używanego do produkcji piwa pochodzącego ze zrównoważonych upraw jęczmienia	17,6%	<b>27%</b>	+53,41%
Zużycie wody w produkcji piwa	2,69	<b>2,77</b>	+2,3%

### Ludzie. Sprawiedliwa firma, sprawiedliwy świat.

% kobiet w kadrze zarządzającej	10%	<b>15,6%</b>	+56%
% dysproporcji w wynagrodzeniu dla kobiet i mężczyzn	7,7%	<b>3,2%</b>	-58,4%
% pracowników, których wynagrodzenie jest zgodne z zasadami FairWage Network	-	<b>100%</b>	-
Częstotliwość wypadków (#/100FTE)	9,1	<b>8,0</b>	-13,0%

% kobiet w kadrze zarządzającej	10%	<b>15,6%</b>	+56%
% dysproporcji w wynagrodzeniu dla kobiet i mężczyzn	7,7%	<b>3,2%</b>	-58,4%
% pracowników, których wynagrodzenie jest zgodne z zasadami FairWage Network	-	<b>100%</b>	-
Częstotliwość wypadków (#/100FTE)	9,1	<b>8,0</b>	-13,0%

### Alkohol. Zawsze z głową.

Liczba marek zawierających wariant bezalkoholowy piwa	3	<b>4</b>	33,3%
Udział wydatków na promocję odpowiedzialnej konsumpcji w całkowitym budżecie mediowym marki Heineken (%)	10%	<b>10%</b>	bez zmiany
Istotne i aktywne partnerstwo w zakresie przeciwdziałania zagrożeniom wynikającym z nadmiernej lub nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu (Tak/Nie)	tak	<b>nie</b>	tak

Liczba marek zawierających wariant bezalkoholowy piwa	3	<b>4</b>	33,3%
Udział wydatków na promocję odpowiedzialnej konsumpcji w całkowitym budżecie mediowym marki Heineken (%)	10%	<b>10%</b>	bez zmiany
Istotne i aktywne partnerstwo w zakresie przeciwdziałania zagrożeniom wynikającym z nadmiernej lub nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu (Tak/Nie)	tak	<b>nie</b>	tak

- Zmiany w wynikach wskaźnika wynikają z integracji operacyjnej i ujęcia w wyliczeniach i raportowaniu wyników niefinansowych Browaru Namysłów od 01.06.2020. Wylczenie uwzględnia elementy Scope 1 i 2 liczone metoda market-based: emisje z paliw w budynkach, transport wewnętrzny i emisje Scope 2 market-based dot. energii elektrycznej i ciepłej browarów.
- Wartość podstawowa wskaźnika wynika z metodologii obliczania śladu węglowego w Grupie Heineken. Wartość wskaźnika wylczono na podstawie elementów Scope 1&2&3 przypisanych do działalności dystrybucyjnej. W 2020 roku Grupa Żywiec przeprowadziła własne wylczenie emisji GHG, bazując na metodologii GHG Protocol. Wartość w nawiasie wylczono na podstawie własnych obliczeń bazujących na elementach Scope 1&2 przypisanych do aktywności dystrybucyjnej : emisje z klimatyzacji/chłodzenia, transportu zewnętrznego, energii elektrycznej i ciepłej w budynkach biurowych.
- Wylczenie wskaźnika obejmuje dane niefinansowe Browaru Namysłów, który został w pełni zintegrowany operacyjnie z Grupą Żywiec S.A. z dniem 01.06.2020.
- W 2021 doszło do przeformułowania Kluczowych Wskaźników Efektywności w związku z aktualizacjami wprowadzanymi w Strategii Warzymy Lepszy Świat.





## Energia i paliwa

**100% energii elektrycznej** wykorzystywanej do warzenia naszego piwa **pochodzi ze źródeł odnawialnych.**

**W Grupie Żywiec korzystamy z energii elektrycznej z certyfikatem świadczącym o jej pochodzeniu ze źródeł odnawialnych.** Dzięki temu rok do roku utrzymujemy niskie emisje pośrednie CO<sub>2</sub>e liczone według metody market-based.

W działalności operacyjnej Grupy Żywiec energia elektryczna i ciepła jest zużywana na potrzeby prowadzenia procesów produkcyjnych w browarach, a także w magazynach i browarach należących lub wynajmowanych przez Grupę.

Energia ciepła w Grupie Żywiec jest generowana przez spalanie gazu, oleju opałowego oraz biogazu we własnych kotłowniach.

W przypadku kilku naszych operacji energia ciepła jest także kupowana od zewnętrznych dostawców. Do zużycia paliw dochodzi również podczas korzystania z pojazdów znajdujących się w naszej flocie.



Grupa Żywiec

Grupa Kapitałowa Żywiec

		Grupa Żywiec			Grupa Kapitałowa Żywiec		
	jednostka	2020	2021	zmiana r/r	2020	2021	zmiana r/r
<b>Zakupiona energia</b>							
Energia ze wszystkich źródeł odnawialnych (pochodząca z paliw i z energii zakupionej)	MWh	67 610,2	89 479,2	+32,3%	68 468,4	153 477,0	+124,2%
Odsetek energii ze źródeł odnawialnych	%	31,9%	37,5%	5,6%	28,3%	63,2%	34,9%
Energia ze wszystkich źródeł nieodnawialnych (pochodząca z paliw i z energii zakupionej)	MWh	144 543,4	149 339,7	+3,3%	173 319,3	89 479,2	-48,4%
Odsetek energii ze źródeł nieodnawialnych	%	68,1%	62,5%	-5,6%	71,7%	36,8%	-34,9%
<b>Łącznie energia ze wszystkich źródeł</b>	<b>MWh</b>	<b>212 153,6</b>	<b>238 818,9</b>	<b>+12,6%</b>	<b>241 787,7</b>	<b>242 956,3</b>	<b>+0,5%</b>

\* w wyczeniu wskaźników ujęto zużycie energii pochodzącej ze wszystkich źródeł, tj. ze spalania paliw w budynkach i instalacjach, ze spalania paliw w pojazdach oraz nabywaną od zewnętrznych dostawców energię elektryczną i ciepłą.





## Woda. Chronimy to, co najcenniejsze

Biorąc pod uwagę położenie geograficzne Polski, panujący na terenie kraju klimat umiarkowany przejściowy oraz warunki hydrologiczne, **zasoby wodne Polski są niewielkie w porównaniu do innych krajów w regionie.**

Charakterystyczna dla Polski jest również duża zmienność warunków środowiska przyrodniczego, co wpływa m.in. na lokalne zasoby wody. Pod względem dostępności wody **Polska plasuje się na drugim miejscu pod względem jej niedoboru w Unii Europejskiej** z dostępnością wody na poziomie 35% średniej UE.

TCFD\_4a

GRI 303-3

GRI 303-4

### Dostępność wody na osobę



Unia Europejska  
**4500 m<sup>3</sup>**  
Procent średniej UE



Polska  
**1600 m<sup>3</sup>**  
**35%**



Polska (podczas suszy)  
**1000 m<sup>3</sup>**  
**(22% średniej unijnej)**

Woda stanowi kluczowy surowiec produkcyjny Grupy Żywiec.

**W naszych browarach od lat staramy się optymalizować jej zużycie w procesach produkcyjnych.**

Dzięki prowadzonym działaniom możemy pochwalić się malejącym zużyciem wody w przeliczeniu na każdy uwarzony litr piwa.



Dbamy o to, by woda, która wraca do obiegu po procesach w Grupie Żywiec spełniała wszystkie wymogi czystości. Monitorujemy ilość generowanych przez nas ścieków – woda, która wraca z naszych browarów do sieci jest wolna od zanieczyszczeń organicznych.

W naszych browarach w Żywcu, Warce oraz Namysłowie funkcjonują podczyszczalnie, stanowiące etap poprzedzający odprowadzenie ścieków do sieci miejskiej.

### Zużycie wody

	Jednostka	Grupa Żywiec		
		2020	2021	zmiana
Produkcja piwa	hl	10 981 622,52	<b>11 130 104,00</b>	+1,35%
Efektywność zużycia wody (na hl piwa)	hl/hl	2,69	<b>2,77</b>	-0,2%

\* Wzrost zużycia wody w produkcji piwa wynika ze zmiany w strukturze browarów Grupy Żywiec oraz objęciu systemem raportowania Browaru w Namysłowie.





## Zrównoważone składniki. Z Polski.

Nasze produkty przygotowywane są z naturalnych składników dlatego zależy nam, żeby były pozyskiwane ze zrównoważonych źródeł. **W 2021 roku blisko 27% wszystkich surowców** używanych przez Grupę Kapitałową Żywiec S.A., w tym Grupę Żywiec S.A. do warzenia piwa **pochodziło ze źródeł zrównoważonych.**



Aby wspierać rozwój zrównoważonego rolnictwa Grupa Żywiec S.A. współpracuje z innymi producentami na rzecz promocji zrównoważonych upraw u polskich producentów w ramach **Polskiego Stowarzyszenia Rolnictwa Zrównoważonego „ASAP”.**

Udział surowców zrównoważonych	2019		2020		2021		zmiana r/r	
	Mg	%	Mg	%	Mg	%		
Grupa Żywiec	15 000	9%	26 400	17,6%	<b>50 964</b>	<b>27%</b>		+53,4%

Wynik udziału surowców zrównoważonych stanowi przykład reprezentatywny dla Grupy Kapitałowej Żywiec.

## Zarządzanie pozyskiwaniem zrównoważonych surowców

Dbamy o to, aby używane przez nas surowce do warzenia piwa przez Grupę Żywiec S.A. oraz Grupę Kapitałową Żywiec S.A. spełniały najwyższe standardy jakości. Politykę w tym obszarze dla Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., w tym dla Grupy Żywiec S.A. stanowi dokument Standardy zapewnienia jakości.

Za weryfikację jakościową surowców odpowiada Kierownik ds. Jakości i Procesu, który jest odpowiedzialny za przygotowanie rocznego planu oraz realizację audytów u dostawców surowców używanych do warzenia piwa. Dostawcy strategicznych surowców - siodu oraz chmielu poddawani są audytowi co 3 lata, natomiast dostawcy pozostałych surowców co 5 lat.

Dostawcy kluczowi Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., czyli dostawcy surowców, strategicznych materiałów pomocniczych oraz opakowań, są poddawani dodatkowo cyklicznej ocenie dostawcy (ang. Vendor Rating). W przypadku dostawców surowców i materiałów strategicznych ocenę przeprowadzamy raz na kwartał, w przypadku opakowań - raz na pół roku.



W 2021 roku **przeprowadzono 1 audyt zdalny dostawcy surowców/opakowań**, zakończył się on pozytywnie.



**38 dostawców** Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. **zostało poddanych ocenie Vendor Rating** w 2021 roku,

- w tym **33 dostawców** Grupy Żywiec S.A.

## Wartość zakupów od polskich dostawców

	2019		2020		2021		zmiana r/r	
	PLN	%	PLN	%	PLN	%	PLN	%
Grupa Żywiec S.A.	1,5 mld	69%	1,1 mld	69%	1,3 mld	81%	0,2 mld	+18,18%
Grupa Kapitałowa Żywiec	2,1 mld	87%	1,3 mld	87%	1,6 mld	84%	0,2 mld	+23,07%



Między innymi dzięki temu, że zdecydowana większość zakupów dokonywanych przez Grupę Kapitałową Żywiec S.A. oraz Grupę Żywiec S.A. pochodzi od polskich dostawców, **stymulujemy rozwój całych branż, tworząc wartość dodaną w gospodarce.**

## Wartość zakupów dokonywanych od polskich dostawców

Grupa Kapitałowa Żywiec S.A.  
**1,3 mld zł**  
Grupa Żywiec S.A.  
**1,1 mld zł**



## Udział zakupów dokonywanych od polskich dostawców

Grupa Kapitałowa Żywiec S.A.  
**82%**  
Grupa Żywiec S.A.  
**79%**

Droga naszych produktów zaczyna się tam, gdzie powstają nasze składniki, z których warzymy najlepsze polskie piwo. Zdecydowana większość naszych marek to rodzime marki piwa, a piwa które trafiają na rynek powstają w większości ze składników pochodzących z Polski.

Kierując się swoimi wartościami zawartymi w strategii zrównoważonego rozwoju - Warzymy Lepszy Świat - przykładamy szczególną wagę do odpowiedzialnego zarządzania pozyskiwaniem surowców. Kupując od lokalnych, polskich wytwórców wspieramy polską gospodarkę i dbamy o najwyższą jakość finalnego produktu.

## Do produkcji naszych piw stale używamy chmielu pochodzącego z Polski.



## Udział chmielu pochodzącego z Polski

	2019	2020	2021	zmiana r/r
	%	%	%	p.p.
Grupa Żywiec S.A.	94%	89%	85,5%	-3,93%

## Zamykamy obieg gospodarki

Dbamy o to, żeby w naszych browarach nic się nie marnowało. W każdym aspekcie produkcji postępujemy zgodnie z zasadami Gospodarki Obiegu Zamkniętego.



### Produkcja piwa:

z powrotem do obiegu

Czyli m.in. gęstwa drożdżowa oraz młóto browarniane trafiają z browarów Grupy Żywiec S.A. z powrotem do obiegu pod postacią paszy dla zwierząt.



### Kubki:

zwróć, zamiast wyrzucać

Podczas koncertów Żywiec Męskie Granie, wydarzeniach organizowanych przez Heineken oraz na meczach Legii Warszawa, której sponsorem jest Królewskie konsumenci mają możliwość zakupu piwa w zwrotnych kubkach, które po umyciu są ponownie wykorzystywane.



### Opakowania:

napelnij ponownie lub odtwórz

Butelki zwrotne to najbardziej przyjazne dla środowiska opakowanie, w jakim dostępne jest piwo. Zwracając butelkę, konsumenci dają jej drugie i kolejne życie z korzyścią dla siebie i dla otoczenia. Jeśli z różnych względów konsumenci wolą wybrać opakowanie bezzwrotne, ono także – w postaci szkła lub aluminium – może zostać bez końca i bez żadnej straty przetworzone i wrócić na rynek w postaci nowej puszki czy butelki.

## Jak realizujemy zasady GOZ?

Gospodarka Obiegu Zamkniętego jest odpowiedzią na narastające wyzwania związane z ograniczonymi zasobami niektórych surowców. Istotą założeń GOZ jest stosowanie alternatywnych metod pozbywania się odpadów, takich jak ich ponowne wykorzystanie czy przetwarzanie surowców wtórnych.

Głównymi typami materiałów do produkcji wyrobów Grupy Żywiec są opakowania oraz surowce służące do produkcji napojów takie jak chmiel, słód i woda.



## Sposoby postępowania z odpadami

Grupa Kapitałowa		
	jednostka	2021
<b>Odpady odebrane i skierowane do odzysku</b>		
<b>Odpady niebezpieczne</b>	<b>Mg</b>	<b>8,56</b>
Przygotowanie do ponownego wykorzystania	Mg	0,00
Recykling	Mg	8,56
Pozostałe formy odzysku	Mg	0,00
<b>Odpady inne niż niebezpieczne</b>	<b>Mg</b>	<b>45 707,51</b>
Przygotowanie do ponownego wykorzystania	Mg	0,00
Recykling	Mg	45 707,51
Pozostałe formy odzysku	Mg	0,00
<b>Łącznie odpady odebrane i skierowane do odzysku</b>	<b>Mg</b>	<b>45 716,07</b>
<b>Odpady odebrane i skierowane do utylizacji</b>		
<b>Odpady niebezpieczne</b>	<b>Mg</b>	<b>4,20</b>
Spalanie (z odzyskiem energii)	Mg	0,00
Spalanie (bez odzysku energii)	Mg	4,20
Składowanie na składowiskach odpadów	Mg	0,00
Inne sposoby zagospodarowania odpadów	Mg	0,00
<b>Odpady inne niż niebezpieczne</b>	<b>Mg</b>	<b>1 564,30</b>
Spalanie (z odzyskiem energii)	Mg	0,00
Spalanie (bez odzysku energii)	Mg	1 398,69
Składowanie na składowiskach odpadów	Mg	165,61
Inne sposoby zagospodarowania odpadów	Mg	0,00
<b>Łącznie odpady odebrane i skierowane do utylizacji</b>	<b>Mg</b>	<b>1 568,50</b>
<b>Odpady niebezpieczne łącznie</b>	<b>Mg</b>	<b>12,76</b>
<b>Odpady inne niż niebezpieczne łącznie</b>	<b>Mg</b>	<b>47 271,81</b>
<b>Odpady łącznie</b>	<b>Mg</b>	<b>47 284,57</b>

\* Powyższe dane prezentujemy w układzie zgodnym z wytycznymi zaktualizowanej wersji wskaźnika GRI-306. Aktualizacja wersji uniemożliwiła podanie w identycznym układzie danych historycznych, które znajdują Państwo prezentowane według starego układu w załączniku.





## Opakowania

**Obok kegi, butelka zwrotna to najbardziej przyjazne dla środowiska opakowanie, w którym dostępne jest piwo.** Ograniczając nasz wpływ na środowisko, chcemy, żeby każde opakowanie piwo mogło zostać użyte ponownie lub poddane recyklingowi.

Butelka zwrotna może być ponownie wykorzystana bez żadnego dodatkowego przetworzenia. Butelka, która zostaje zwrócona trafi do browaru, w którym zostaje dokładnie umyta w wysokiej temperaturze oraz sprawdzona pod kątem jakości przez specjalistyczną aparaturę. Butelki zwrotne są całkowicie czyste i bezpieczne, dlatego mogą zostać napełnione i ponownie trafić do sklepu. Wszystkie butelki innych producentów wróć także od ich browarów, dzięki czemu także zyskają drugie życie.

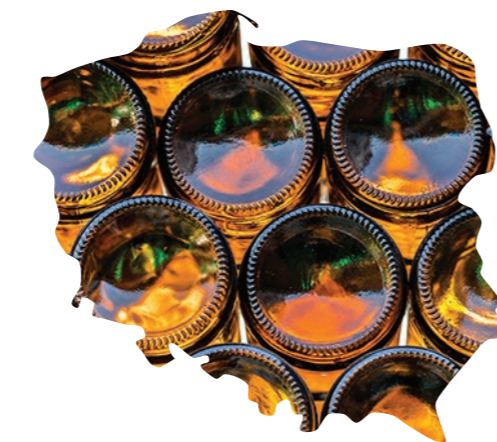
Część konsumentów z różnych przyczyn jak np. mniejsza pojemność, lżejsze opakowanie, brak miejsca w domu na przechowywanie butelek, itp. preferuje piwo w butelce bezzwrotnej lub puszcze. Te opakowania nie mogą zostać użyte ponownie, jak butelka zwrotna, ale mogą zostać poddane recyklingowi i wrócić do konsumenta jako inne opakowanie.

Recykling pozwala nam na szanowanie naturalnych surowców ziemi i korzystanie z tego, co już wyprodukowaliśmy. Nowe butelki mogą składać się średnio w od 40 do 80% z materiału pochodzącego ze stłuczki szklanej w zależności od koloru opakowania podczas, gdy puszki zawierają średnio 70% aluminium pochodzącego z recyklingu.

W przeciwieństwie do plastiku, aluminium oraz szkło nie tracą nigdy swoich właściwości i mogą być przetwarzane bez końca bez straty dla jakości opakowania. Wystarczy wrzucić je do odpowiednich pojemników. Z tego powodu zachęcamy do segregowania śmieci i wyrzucania butelek bezzwrotnych do zielonych kontenerów na odpady ze szkła, a puszek do żółtych kontenerów na odpady z metali i tworzyw sztucznych.

## Ślad węglowy opakowań piwa<sup>1</sup>

**Blisko połowa piwa sprzedawanego przez Grupę Kapitałową Żywiec S.A. to opakowania zwrotne, z których każdego roku część nie wraca do naszych browarów.**

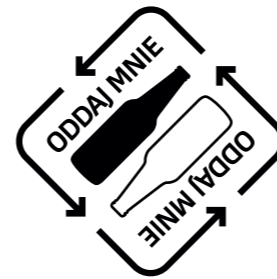


**29%**  
Opakowania wielokrotnego użytku

**71%**  
Opakowania jednorazowe

## Udział opakowań zwrotnych na polskim rynku w 2021 roku (kategoria piwo)<sup>2</sup>

Kupując piwo w butelce zwrotnej i oddając butelkę można dać jej drugie i kolejne życie – **butelka zwrotna może być użyta nawet do 25 razy, a czas jej życia trwa nawet 5 lat.**



To dobre dla środowiska i dla naszej firmy. Takie działanie pozwala wpłynąć na ograniczenie emisji gazów cieplarnianych. Ślad węglowy związany z obiegiem butelki zwrotnej jest nawet 4-krotnie mniejszy od śladu węglowego aluminiowej puszki oraz aż 10 razy mniejszy w przypadku butelki jednorazowej.

## Udział opakowań zwrotnych w Grupie Żywiec S.A. w 2021 roku



**36%**  
Opakowania wielokrotnego użytku

**64%**  
Opakowania jednorazowe

**4,2 kg CO<sub>2</sub>e/hl**  
Kega wielokrotnego użytku

**5,6 kg CO<sub>2</sub>e/hl**  
Butelka wielokrotnego użytku

**22,2 kg CO<sub>2</sub>e/hl**  
Puszka

**26,6 kg CO<sub>2</sub>e/hl**  
Butelka jednorazowa



1. Na podstawie danych własnych  
2. Grupa Żywiec na podstawie danych Nielsen.



**Alkohol.**  
Tylko z głową.





## Promujemy odpowiedzialną konsumpcję alkoholu

Promocja odpowiedzialnej konsumpcji piwa to jeden z filarów naszej strategii „Warzemy Lepszy Świat”. **Promujemy czerpanie radości z umiarkowanej konsumpcji jako element zdrowego i zrównoważonego stylu życia**, wprowadzamy na rynek i sprzedajemy nasze marki w sposób odpowiedzialny, współpracując z innymi organizacjami w celu zmniejszenia szkód wywołanych nadmiernym spożyciem alkoholu.

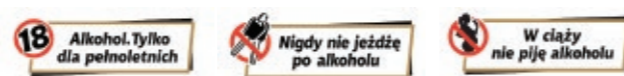


Politykę obowiązującą Grupę Żywiec S.A. oraz Grupę Kapitałową Żywiec S.A. w zakresie promocji odpowiedzialnej konsumpcji stanowi Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA, który wskazuje popieranie odpowiedzialnej konsumpcji jako jeden z czterech głównych obszarów etycznego postępowania, a także Strategia zrównoważonego rozwoju Warzemy Lepszy Świat.

Działem odpowiedzialnym za realizację strategii w tym obszarze jest Dział Marketingu, który realizuje działania marketingowe związane z promocją odpowiedzialnej konsumpcji poprzez markę Heineken.

Poniższe cele oraz rezultaty wpływu społecznego dotyczą działalności Grupy Żywiec S.A., która realizuje działania w zakresie promocji odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu.

Szczegółowe zasady w tym obszarze dla Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. wyznacza Kodeks Odpowiedzialnego Marketingu Grupy HEINEKEN, zaktualizowany w 2018 roku, który zawiera 8 zasad dotyczących wszystkich sytuacji, w których promujemy nasze piwo:



### 8 zasad

#### Kodeksu Odpowiedzialnego Marketingu Grupy HEINEKEN

- 1 Atrakcyjność dla dorosłych.
- 2 Aktywnie ograniczamy kontakt osób niepełnoletnich z naszym brandingiem.
- 3 Zawsze postępujemy zgodnie z prawem, etycznie i zgodnie z prawdą.
- 4 Popieramy odpowiedzialne spożycie alkoholu, umiar i ogólne bezpieczeństwo.
- 5 Nie kojarzymy naszych marek z zachowaniami antyspołecznymi ani nadmiernym spożyciem.
- 6 Nigdy nie twierdzimy, że spożywanie naszych marek zapewnia sukces w życiu towarzyskim, społecznym lub seksualnym czy zwiększoną wydolność fizyczną.
- 7 Uznajemy nasze marki za element zrównoważonego stylu życia.
- 8 Jesteśmy postępowi w zakresie kontekstu kulturowego i jego ewolucji.



**HEINEKEN**



#### Zgodnie z zapisami Kodeksu reklama piwa nie może:



Wykorzystywać wizerunków, symboli, osób lub tematów, **które można uznać za obraźliwe, uwłaczające lub poniżające.**



Wykorzystywać lub promować swobody seksualnej, pokazywać treści seksualnych lub nagości, ani sugerować, że konsumpcja piwa może pozytywnie oddziaływać na aktywność seksualną.



Przedstawiać spożywania piwa w okolicznościach, które są powszechnie uznawane za nieodpowiedzialne, nieodpowiednie lub niezgodne z prawem, w szczególności przed lub w toku działania, które wymaga zachowania stanu trzeźwości, ani zachęcać do nieodpowiedzialnego lub nadmiernego spożywania piwa.



Przedstawiać kobiety w ciąży lub kobiet karmiących.



Przedstawiać osób w stanie nietrzeźwości, ani w jakikolwiek sposób sugerować, że stan nietrzeźwości jest stanem akceptowanym społecznie, ani zachęcać konsumentów do preferowania określonego napoju ze względu na możliwość osiągnięcia stanu nietrzeźwości lub też sugerować, że spożywanie piwa o niższej zawartości alkoholu nie prowadzi do nadużywania alkoholu.



Być w jakikolwiek sposób, ani poprzez jej treść, ani poprzez sposób przekazu, skierowana do osób poniżej 18 roku życia, ani zawierać wizerunków osób, które mają mniej niż 25 lat, czy też wykorzystywać wizerunków osób lub postaci, które w szczególności wpływają na małoletnich.

#### Odpowiedzialny marketing

Zanim zdecydujemy się na jakikolwiek przekaz marketingowy upewniamy się, czy jest on zgodny z zasadami reklamy piwa, które przyjęliśmy. Niezależnie bowiem od regulacji prawnych, **przeznaczamy kodeksów samoregulacyjnych wypracowanych zarówno przez naszą firmę, jak i we współpracy z czołowymi firmami piwowarskimi w Polsce.**

Realizacja zasad określonych w Kodeksie stanowi obszar kompetencyjny zespołu komercyjnego składającego się z Działu Marketingu oraz Działu Sprzedaży we współpracy z Działem Prawnym, który dokonuje analizy oraz akceptacji komunikacji marketingowej pod kątem zgodności z zapisami Kodeksu.

W 2021 roku Grupa Żywiec S.A. oraz Grupa Kapitałowa Żywiec S.A. przestrzegały także szeregu zasad związanych z komunikacją marketingową przyjętych przez producentów piwa zrzeszonych w Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie” w postaci Standardów Reklamy Piwa stanowiącego aneks do Kodeksu Etyki Reklamy.



W 2021 roku **nie złożono skarg** na reklamę produktów Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.

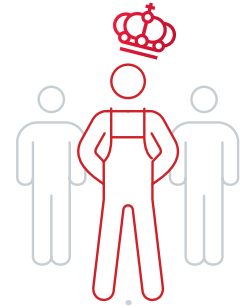


**Nasze Ż. Ludzie, dla których piwo to pasja.**





## Nasze miejsce pracy



### Zaangażowanie pracowników jest od lat priorytetem Grupy Żywiec.

Mierzymy je corocznie w Badaniu Klimatu skierowanym do wszystkich pracowników Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., w tym Grupy Żywiec S.A.

W 2021 zanotowaliśmy XX% zaangażowania. Na wysokim poziomie jest np. ocena przełożonego czy wskaźnik osiągnięcia wysokich wyników. W momencie publikacji niniejszego raportu Zarząd jest w trakcie dogłębnej analizy przyczyn tego spadku i planu działań ukierunkowanych na powrót do wysokich

wyników. Wstępna analiza wykazuje wpływ pandemii i związanej z nimi drastycznej zmiany sposobów pracy, izolacji domowej zespołów, ale także zmian, jakie firma musiała przeprowadzić, aby wzmocnić swoją pozycję konkurencyjną w obliczu rosnących wyzwań rynkowych.

### Wyniki badania klimatu dla Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.

	Frekwencja	Wskaźnik zaangażowania	Wskaźnik możliwości osiągnięcia wyników
2021	<b>89%</b>	<b>61%</b>	<b>79%</b>
2020	77%	57%	79%
2019	94%	79%	82%







## Przyjazne i różnorodne

Kodeks Postępowania w Biznesie definiuje zasady uczciwego i odpowiedzialnego prowadzenia działalności biznesowej w Grupie Żywiec przy poszanowaniu praw człowieka i pracownika, braku tolerancji na jakiegokolwiek przejawy dyskryminacji.

Szanujemy różnorodność kulturową oraz indywidualną i sprzyjamy integracji kulturowej i społecznej. Traktujemy ludzi w sposób równy i sprawiedliwy w oparciu o zasadę zakazu dyskryminacji, w szczególności bez względu na rasę, kolor

skóry, płeć, orientację seksualną, wyznanie, pochodzenie narodowe i społeczne, wiek czy niepełnosprawność. Zatrudniamy, nagradzamy i awansujemy pracowników w oparciu o zasadę równych szans.

### Naszym pracownikom zapewniamy

równy dostęp do benefitów i świadczeń, w tym do:



ubezpieczenia na życie



opieki zdrowotnej



ubezpieczenia na wypadek trwałej niezdolności do pracy



Pracowniczego Programu Emerytalnego (PPE)



deputatu piwnego



platformy kafeletaryjnej MyBenefit



możliwości wykupienia karty sportowej z dofinansowaniem z ZFŚS



Różnorodność pracowników Grupy Żywiec postrzegamy nie tylko jako trend, przynosi ona wymierne i bezpośrednie korzyści. W trosce o zapewnianie najwyższych standardów w zakresie różnorodności w miejscu pracy **Grupa Żywiec jest od lutego 2012 roku Sygnatariuszem Karty Różnorodności Forum Odpowiedzialnego Biznesu.**<sup>1</sup>

Jest to równoznaczne z dołączeniem do grona organizacji pozostających pod patronatem Platformy Europejskich Kart Różnorodności Komisji Europejskiej. Dbamy, by nasza kadra zarządzająca oraz pracownicy znali korzyści płynące z różno-

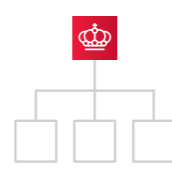
rodności oraz byli świadomi, jak ważną odgrywa rolę w budowaniu środowiska pracy wolnego od dyskryminacji. Wyrazem naszych działań jest m.in. dążenie do zapewnienia równości wynagrodzeń i szans na awans.

### Odsetek kobiet w strukturze Grupy Żywiec w 2021 r.



Odsetek kobiet wśród kadry wyższego szczebla w Grupie Żywiec S.A. wyniósł:

**22,6%**



Odsetek kobiet w Zarządzie:

**42,8%**

### Glass Ceiling Ratio

[Glass Ceiling Ratio (GCR) to wskaźnik obrazujący równość szans awansu każdej z płci w danej organizacji. Kalkulowany jest jako wartość bezwzględna różnicy odsetka pracowników danej płci i danej kategorii zaszerogowania oraz odsetka pracowników danej płci w ogóle pracowników. GCR jest wskaźnikiem neutralnym płciowo i branżowo. GCR kalkuluje się odrębnie dla każdego szczebla zarządzania wyższego niż szczebel podstawowy.]

	2021	
	Grupa Żywiec	Grupa Kapitałowa
GCR2 (kadra wyższego szczebla)	18,8%	26,5%
GCR1 (kadra średniego szczebla)	81,3%	37,2%

GRI 401-2  
GRI 405-1  
GRI 405-2

### Dane dotyczące equal pay gap oraz wynagrodzenia fair

Grupa Żywiec aktywnie monitoruje wiele wskaźników z zakresu równości wynagrodzeń, różnorodności oraz Fair Wage. Monitoring wspomnianych wskaźników pozwala w sposób odpowiedzialny kreować podejście do zarządzania zasobami ludzkimi w Grupie Żywiec. Monitoring stanowi również kluczowy element praktyk należytej staranności w zakresie odpowiedzialności wobec kluczowej grupy interesariuszy, jaką są pracownicy.

Odpowiedzialne zarządzanie różnorodnością na najwyższych szczeblach zarządzania stanowi wzorzec i motywację dla prowadzenia działań na pozostałych szczeblach zatrudnienia w Grupie. Przyjęcie Polityk Różnorodności oraz utrzymanie reprezentacji każdej płci w Zarządzie i Radzie Nadzorczej powyżej poziomu 30% to elementy Dobrych Praktyk Spółek notowanych 2021.

Grupa Żywiec sukcesywnie dąży do niwelowania zjawiska nierówności płacowych w każdym aspekcie. W obrazowaniu tego obszaru pomaga wskaźnik godnego wynagrodzenia dostarczony przez Fair Wage Network. Obecnie niemalże 100% osób zatrudnionych w Grupie Żywiec zarabia powyżej określonego wskaźnika. Dokładamy wszelkich starań by oferować pracownikowi konkurencyjne warunki zatrudnienia.

Dodatkowe wskaźniki dotyczące równości i różnorodności:

### Udział kobiet

w wyższej kadry zarządzającej dla całej Grupy Kapitałowej:

### Stosunek przeciętnego wynagrodzenia kobiet do przeciętnego wynagrodzenia mężczyzn

	2021	
	Grupa Żywiec	Grupa Kapitałowa
Wyższa kadra zarządzająca	99,6%	79,7%
Menedżerowie i kierownicy	85,3%	79,7%
Pozostali pracownicy	98,6%	92,6%
Wszyscy pracownicy	96,8%	94,4%

### 99,71%

osób zatrudnionych w Grupie Żywiec otrzymuje płacę powyżej poziomu określonego jako Fair Wage w Polsce



**31%**  
kobiet



**69%**  
mężczyzn

# Moje Ż

## Moje Ż

**Moje Ż to program parasolowy skupiający w sobie wszystkie inicjatywy z obszaru Employee Experience**, wynikające z potrzeb pracowników. Projekt stanowi kontynuację dotychczasowego podejścia do komunikacji benefitów, które już funkcjonują w naszej organizacji.

Program został dostosowany do **sytuacji związanej z pandemią COVID-19**, do jego stałych elementów należą:



Wsparcie osobiste, prawne, finansowe i zdrowotne w ramach Programu Wsparcia Pracowników



Zajęcia z ekspertami podczas SHE Day



Kafeteria benefitów pracowniczych MyBenefit połączona z dystrybucją środków z ZFŚS

**Dodatkowo,** w 2021 roku:



Zrealizowaliśmy półroczny program „**Droga do zdrowia**” który pomógł nam w zdobyciu i uporządkowaniu wiedzy z zakresu zdrowia fizycznego i psychicznego.



Utrzymaliśmy nowe zasady pracy z domu umożliwiające **większą elastyczność pracy** (przerwę na lunch, czas bez spotkań on-line)



Wraz z powrotem pracowników do warszawskiego biura wróciliśmy do **masaży relaksacyjnych oraz owoców w biurze**.



Niezmiennie korzystamy z **baru** w biurze.

**W ramach programu Moje Ż** ze względu na COVID:



Uruchomiliśmy program Employee Assistance, w ramach którego pracownicy mogą otrzymać bezpłatne **porady psychologiczne, prawne i natury finansowej** realizowaliśmy aktywności dla dzieci pracowników.



Wypłataliśmy **dodatek finansowy** dla pracowników pracujących zdalnie.



Umożliwiliśmy pracownikom **wypożyczenie biurowych monitorów i krzeseł**.



Zorganizowaliśmy **stretching online**.



## Rozwój naszych pracowników

Wiemy, jak ogromną rolę w dużych organizacjach odgrywa identyfikowanie oraz rozwój utalentowanych i wykwalifikowanych pracowników. Menedżerowie odpowiadają za ocenę pracowników, zarówno w zakresie realizowanych przez nich zadań, jak ich rozwoju osobistego czy poczucia przynależności do zespołu.

W 2021 roku prowadziliśmy szkolenia stacjonarne oraz w formie online po wybuchu pandemii COVID-19. W czasie pandemii nasi pracownicy mieli możliwość skorzystania ze szkoleń sprzedażowych, wspierających zdrowie mentalne w czasach pandemii, wspomagających organizację pracy zdalnej oraz zarządzanie zespołami rozproszonymi. Wspieramy naszych pracowników w komunikacji i organizacji czasu pracy w nowych warunkach.

W 2021 wdrożyliśmy praktyki Włączania Różnorodności (Inclusion&Diversity) dla wszystkich Liderów GŻ, warsztaty w formie zdalnej.

Dodatkowo dofinansowujemy naukę języka angielskiego dla wybranych pracowników. W okresie letnim wszyscy pracownicy mieli dostęp do platformy do nauki języków obcych za darmo (e-Tutor).



### Wspieramy i szkolimy naszych pracowników

**5 734 godzin**  
wyniósł łączny czas szkoleń pracowników Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.

w tym  
**2 837 godzin**  
pracowników Grupy Żywiec S.A.

co oznacza, że na jednego pracownika przypadło  
**3,3 godzin szkoleń**  
w 2021 roku

co oznacza, że na jednego pracownika przypadły  
**2,5 godziny szkoleń**  
w 2021 roku

### Ocena CARE w 2021 roku

Ocena pracownicza pozwala na określenie osobistych planów rozwoju pracowników, zaplanowanie ścieżek sukcesji oraz identyfikację talentów.

Dział Personalny odpowiada za realizację procedur związanych z realizacją polityk dotyczących rozwoju osobistego oraz szkoleń pracowników. Dział Personalny realizuje proces corocznej oceny wyników pracowników Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. w ramach programu CARE z uwzględnieniem oceny całościowej wyników za poprzedni rok, oceny potencjału rozwojowego oraz oceny wyników pracy w perspektywie ostatnich 3 lat.

**97,9% pracowników**  
Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. podlegało sformalizowanemu procesowi oceny i przeglądowi rozwoju kariery

w tym  
**99% pracowników**  
Grupy Żywiec S.A.

### Średnia liczba godzin szkoleniowych

	Grupa Żywiec									Grupa Kapitałowa								
	2020			2021			zmiana r/r			2020			2021			zmiana r/r		
liczba godzin na pracownika w danym okresie	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M
Wyższa kadra zarządzająca	7,9	13,8	12,5	32,1	23,6	24,9	308,5%	71,2%	99,3%	17,2	16,3	16,5	20,1	22,5	21,8	17,0%	38,5%	32,0%
Menedżerowie i kierownicy	9,5	10,9	10,5	8,3	7,2	7,5	-13,0%	-34,7%	-29,0%	9,2	12,2	11,2	5,9	7,2	6,7	-36,3%	-41,0%	-40,2%
Pozostali pracownicy	2,3	1,1	1,3	1,3	0,8	0,9	-46,3%	-27,2%	-33,6%	3,3	2,4	2,6	2,6	1,2	1,5	-20,3%	-51,5%	-42,5%
<b>Wszyscy pracownicy</b>	<b>3,3</b>	<b>2,0</b>	<b>2,2</b>	<b>3,3</b>	<b>2,3</b>	<b>2,5</b>	<b>1,3%</b>	<b>16,6%</b>	<b>12,3%</b>	<b>4,6</b>	<b>3,8</b>	<b>4,0</b>	<b>4,3</b>	<b>3,0</b>	<b>3,3</b>	<b>-6,6%</b>	<b>-21,3%</b>	<b>-16,7%</b>
Wydatki na szkolenia w danym okresie (tys. zł)	56,0	137,1	193,0	105,9	249,7	355,6	89,1%	82,2%	84,2%	243,1	641,9	885,0	264,7	624,3	889,0	8,9%	-2,7%	0,5%
Przeciętne wydatki szkoleniowe rocznie na jednego pracownika (w zł)	236,2	141,9	160,5	468,5	275,9	314,4	98,3%	94,5%	95,9%	479,4	399,7	418,8	596,2	485,5	513,9	24,4%	21,5%	22,7%

## Wróćcie do domu bezpiecznie

Nie ma dla nas nic ważniejszego niż bezpieczeństwo naszych pracowników. Zależy nam na tym, żeby każdego dnia, w każdym miejscu i czasie oraz niezależnie od stanowiska, wszyscy nasi pracownicy wracali cali i zdrowi do swoich rodzin.

Podstawowe zasady związane z zarządzaniem obszarem pracowniczym oraz poszanowaniem praw człowieka określa Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA, który wraz z innymi dokumentami stanowi politykę w zakresie zarządzania

obszarem pracowniczym w Grupie Żywiec S.A. oraz w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. Zgodnie z jego zapisami wszyscy pracownicy mają prawo do wykonywania swoich obowiązków zawodowych w bezpiecznym i higienicznym środowisku pracy.

Szczegółowe zasady dotyczące zarządzania obszarem pracowniczym w Grupie Żywiec S.A. oraz w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. określa Polityka praw człowieka. Wśród podstawowych zasad wymienia ona m.in.:



zapewnienie pracownikom **bezpiecznego i higienicznego środowiska i warunków pracy**



zapewnienie specjalnych **programów bezpieczeństwa na drodze**



zapewnienie **sprzętu ochronnego i szkoleń** oraz ustalenia zasad i procedur mających na celu zapobieganie wypadkom

Odpowiedzialność za realizację procedur związanych z bezpieczeństwem stanowi jeden z obszarów kompetencyjnych kadry zarządzającej, menedżerów liniowych oraz wszystkich pracowników Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. W ramach realizacji polityk związanych z bezpieczeństwem i higieną pracy dyrektor jednostki organizacyjnej odpowiada za wdrożenie szczegółowych procedur bezpieczeństwa oraz bieżące monitorowanie i raportowanie wypadków oraz zdarzeń. Kierownik ds. Bezpieczeństwa i Higieny Pracy raportuje do Zarządu Grupy Żywiec S.A. oraz Zarządu Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. informacje na temat bezpieczeństwa i higieny pracy wraz z rekomendacjami dotyczącymi poprawy bezpieczeństwa w cyklu kwartalnym.

Do kompetencji Działu Personalnego należy objęcie pracowników Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. szczególnie narażonych na choroby związane z miejscem pracy, a także objęcie tych pracowników działaniami profilaktycznymi, które pozwolą zminimalizować negatywne skutki zagrożeń.

W przypadku Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. [Dane obejmują Browar Namysłów Sp. z o. o.] w tym także w przypadku Grupy Żywiec S.A. zidentyfikowano w 2021 roku [uzupełnić] pracowników narażonych na przekroczenie dziennej ekspozycji na poziom hałasu, spośród których [uzupełnić]% zostało objętych działaniami profilaktycznymi.

Wdrożenie zasad Ratujących życie LSR oraz analiza zdarzeń potencjalnie wypadkowych wraz z systemem obserwacji zachowań BBS w realny sposób przyczyniło się do obniżenia ilości i ciężkości zdarzeń wypadkowych w 2021 roku.

Obserwując trendy z rocznego raportowania odnotowaliśmy przesunięcie ciężkości zdarzeń z wypadków lekkich do kategorii incydentów, gdzie osoba poszkodowana jest w stanie kontynuować pracę po udzieleniu pierwszej pomocy.

Skuteczność wdrożonych działań obrazuje wskaźnik FTE frequency za rok 2021. Ponadto zasady bezpieczeństwa promowane są również w ramach odbywającego się co roku SHE Day - dnia bezpieczeństwa.

## Z początkiem pandemii COVID-19 utworzono zespoły kryzysowe na poziomie Biura Głównego oraz pozostałych lokalizacji.

Zadaniem zespołu koordynatorów było stworzenie funkcjonalnych procedur obniżających ryzyko poziomej transmisji wirusa w lokalizacjach. Dzięki wypracowanym standardom udało się osiągnąć sytuację, w której zachorowania pracowników na COVID-19 nie wpłynęły na zatrzymanie procesu produkcji w podległych lokalizacjach.

Wypadki definiowane są w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A., w tym w Grupie Żywiec S.A. jako nagłe, nieplanowane, niepożądane zdarzenie związane z pracą, które skutkuje śmiercią lub obrażeniami ciała związanymi z utratą czasu pracy.



Pomimo naszych wysiłków, aby środowisko pracy było wolne od wypadków, w 2021 roku doszło do:

### 12 wypadków

w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A.

w tym

### 9 wypadków

w Grupie Żywiec S.A.<sup>2</sup>



Wypadki te zaklasyfikowano jako **wypadki lekkie**



W roku 2021 **nie odnotowaliśmy wypadku komunikacyjnego** naszych pracowników.



### 90% pracowników

Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.<sup>1</sup> uczestniczyło w Tygodniu Bezpieczeństwa w 2021 roku

w tym

### 90% pracowników

w Grupie Żywiec S.A.



GRI 403-1

GRI 403-2

GRI 403-7

## Struktura zatrudnienia

W ubiegłych latach, obserwując rosnącą niepewność w otoczeniu i dalszy wzrost kosztów, Grupa Żywiec podjęła działania mające na celu **wzmocnienie pozycji konkurencyjnej i skupienie na źródłach przewagi.**



W tym roku kontynuowaliśmy dostosowywanie naszej organizacji do zmian związanych z mniej przewidywalnym otoczeniem **upraszczając biznes i zwiększając elastyczność wewnętrzną i tempo podejmowania decyzji.**



Na zmiany w strukturze zatrudnienia w roku 2021 wpłynęła **restrukturyzacja w firmie mająca miejsce w roku 2020.**

**Zatrudnienie** w Grupie Żywiec S.A. oraz w Grupie Kapitałowej Żywiec pomiędzy rokiem 2020 a 2021:

	2020		2021		zmiana r/r	
	kobiety	mężczyźni	kobiety	mężczyźni	kobiety	mężczyźni
Grupa Żywiec S.A.	237	966	226	905	-4,6%	-6,3%
Grupa Kapitałowa Żywiec S.A.	507	1606	444	1286	-12,4%	-19,9%

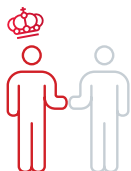
Pełne informacje o zatrudnieniu znajdują się w rozdziale 9 **Struktura zatrudnienia.**

## Układ zbiorowy pracy

GRI 102-41

GRI 2-30

Dział Personalny jest odpowiedzialny za realizację polityki związanej ze swobodą zrzeszania się i prawa do podejmowania rokowań dotyczących układów zbiorowych pracy. Do kompetencji Działu Personalnego należą konsultacje oraz negocjacje z przedstawicielami związków zawodowych dotyczące zmian organizacyjnych.



W 2021 roku w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. **obowiązywał układ zbiorowy pracy, którym objętych było: 1 647 pracowników**

w tym w przypadku Grupy Żywiec S.A. objętych było

**1 091 osób**

(stan na dzień 31.12.2021 r.)





# Etyka i prawa człowieka w Grupie Żywiec





## Etyka i prawa człowieka

Grupa Żywiec S.A. oraz Grupa Kapitałowa Żywiec S.A. jako odpowiedzialny producent piwa dokłada wszelkich starań, by **prowadzić działalność rzetelnie, uczciwie, z poszanowaniem dla przepisów prawa i naszych wartości.**

Grupa Żywiec S.A. oraz Grupa Kapitałowa Żywiec S.A. jako firma wchodząca w skład Grupy HEINEKEN prowadzi działalność z poszanowaniem dla podstawowej godności ludzkiej i praw człowieka. Ma to umocowanie w:

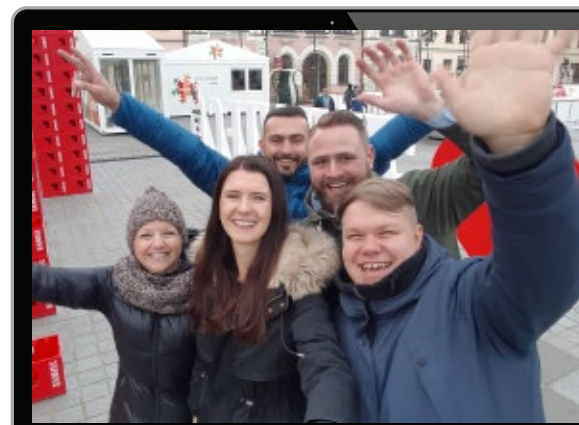
- ✓ **Kodeksie postępowania w biznesie** („Kodeks”), podstawowych zasadach zawartych w politykach wspierających oraz Kodeksie dostawców HEINEKEN
- ✓ **Naszych wartościach**
- ✓ **Zobowiązaniu do przestrzegania** wymienionych poniżej standardów międzynarodowych

Grupa Żywiec S.A. oraz Grupa Kapitałowa Żywiec S.A. wdrożyła i stosuje Politykę Praw Człowieka Heineken, która jest zgodna z następującymi standardami międzynarodowymi:

- ✓ **Powszechna Deklaracja Praw Człowieka;** Deklaracja Międzynarodowej Organizacji Pracy Dotycząca Podstawowych Zasad i Praw Pracy (MOP)
- ✓ **Wytyczne Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD)** dla przedsiębiorstw międzynarodowych
- ✓ **Wytyczne Organizacji Narodów Zjednoczonych (ONZ)** dotyczące biznesu i praw człowieka

W Kodeksie wskazano wyznawane przez firmę wartości i opisano oczekiwania wobec wszystkich – zarówno poszczególnych osób, jak i całego zespołu – na każdym rynku i na każdym szczeblu. Polityki leżące u podstaw Kodeksu zawierają dalsze praktyczne wskazówki dotyczące szczegółowych zagadnień takich jak: przeciwdziałanie łapownictwu i oszustwom, wręczanie i przyjmowanie upominków i wyrazów gościnności, zgłaszanie problemów, ochronę konkurencji, przeciwdziałanie praniu pieniędzy itp.

Kodeks i polityki wspierające dotyczą wszystkich osób zatrudnionych przez Grupę Żywiec S.A. oraz Grupę Kapitałową Żywiec S.A. niezależnie od rodzaju umowy i miejsca wykonywania pracy. Kodeks i polityki dotyczą także wszystkich osób pracujących w imieniu i na rzecz Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. na mocy zawartej umowy. Kodeks



i wspierające go polityki stanowią politykę Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. w obszarach: społecznym, pracowniczym, poszanowania praw człowieka oraz przeciwdziałania korupcji.

Grupa Żywiec S.A. oraz Grupa Kapitałowa Żywiec S.A. prowadzi działalność w zgodzie z wartościami: pasją do jakości, czerpaniem radości z życia, szacunkiem dla ludzi i naszej planety. Niniejsze wartości reprezentują to, co popieramy jako organizacja odpowiedzialna społecznie, partner biznesowy oraz pracodawca. Oczekujemy, że każdy pracownik i współpracownik zawsze będzie postępować mając na względzie dobrą reputację Spółki.

W Kodeksie wyjaśniono, jakie wartości wyznajemy, i opisano oczekiwania wobec nas wszystkich – zarówno poszczególnych osób, jak i całego zespołu – na każdym rynku i na każdym szczeblu. Polityki leżące u podstaw Kodeksu zawierają dalsze praktyczne wskazówki dotyczące każdego z zagadnień Polityka Praw Człowieka określa 10 standardów opartych na globalnej identyfikacji „istotnych” kwestii związanych z prawami człowieka w spółkach z Grupy HEINEKEN.

### **Najważniejsze obszary,** do których odnosi się Polityka Praw Człowieka to:

- Bezpieczeństwo i higiena pracy
- Przeciwdziałanie dyskryminacji
- Zakaz nękania i stosowania przemocy
- Ochrona dzieci
- Swoboda zrzeszania się i prawa do zawierania układów zbiorowych
- Zakaz pracy przymusowej
- Odpoczynek i rekreacja
- Uczciwa pensja i uczciwy dochód
- Dostęp do wody
- Poszanowanie praw człowieka w kontekstach wysokiego ryzyka

Polityka Praw Człowieka obejmuje zapobieganie powstawaniu problemów związanych z prawami człowieka, rozwiązywanie ich na wczesnym etapie oraz zastosowanie odpowiednich środków zaradczych w przypadku ich naruszenia. Procedura zgłaszania naruszeń została opisana w podrozdziale Speak Up.

## Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA

Jako firma powiązana z Grupą HEINEKEN, współdzielimy kluczowe zasady działania w biznesie, a także w zakresie etyki i odpowiedzialnego postępowania określone w **Kodeksie Postępowania w Biznesie HEINEKENA** (tzw. HeiCode) do których przestrzegania zobowiązani są wszyscy pracownicy Grupy Żywiec oraz osoby działające na rzecz oraz w imieniu naszej firmy.

Kodeks określa także nasze wartości, które stanowią dla nas inspirację i są wprowadzane w życie przez naszych pracowników na każdym poziomie organizacyjnym, w każdej funkcji biznesowej i w każdej lokalizacji, w której prowadzimy naszą działalność.

Kodeks zawiera także informacje dotyczące obowiązków osób objętych zasadami Kodeksu, wskazówki dotyczące działania w razie wątpliwości oraz procedury zgłaszania problemów SpeakUp.

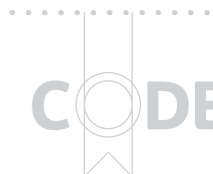
Zaktualizowany Kodeks został uzupełniony przede wszystkim o wskazówki dotyczące przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz współpracy z podmiotami objętymi sankcjami, a także ochrony prywatności i danych osobowych.

Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA uzupełniony jest przez polityki wspierające, uszczegóławiające zasady postępowania w konkretnych obszarach działalności Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.



## Polityki wspierające

Kodeks postępowania w biznesie HEINEKENA:



### Społeczne

- Polityka dotycząca odpowiedzialnego spożycia alkoholu
- Polityka dotycząca ochrony konkurencji
- Polityka Brand Promoters

### Pracownicze

- Polityka dotycząca bezpieczeństwa i higieny pracy
- Polityka dotycząca korzystania z zasobów firmowych
- Regulamin użytkowania zasobów informatycznych Grupy Żywiec
- Polityka dotycząca własności intelektualnej
- Polityka dotycząca informacji poufnych
- Polityka dotycząca obrotu papierami wartościowymi na podstawie informacji poufnych
- Polityka dotycząca korzystania z mediów społecznościowych
- Polityka dotycząca relacji z mediami i wystąpień publicznych
- Polityka dotycząca zgłaszania problemów (Speak Up)
- Polityka dotycząca środków dyscyplinarnych

### Poszanowanie praw człowieka

- Polityka dotycząca praw człowieka

### Przeciwdziałania korupcji:

- Polityka dotycząca przekupstwa
- Polityka dotycząca upominków, imprez kulturalno-rozrywkowych i wyrazów gościnności
- Polityka dotycząca wpłat na cele polityczne, darowizn na cele charytatywne i lobbingu
- Polityka dotycząca prania pieniędzy i sankcji
- Polityka dotycząca oszustwa
- Polityka dotycząca konfliktu interesów

## Cztery główne obszary etycznego postępowania:



- ✓ Popieramy odpowiedzialną konsumpcję

Określa zasady dotyczące promocji umiarkowanej konsumpcji alkoholu, odpowiedzialnej sprzedaży naszych produktów, a także propagowanie odpowiedzialnej konsumpcji wśród pracowników.



- ✓ Szanujemy ludzi i naszą planetę

Określa zasady dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy, praw człowieka, przeciwdziałania dyskryminacji i nękania oraz zmniejszenia wpływu naszych działań na planetę.



- ✓ Prowadzimy działalność w sposób rzetelny i uczciwy

Określa zasady dotyczące postępowania zgodnie z zasadami konkurencji, przeciwdziałania korupcji, właściwego i przejrzystego przyjmowania i oferowania upominków, zaproszeń na wydarzenia kulturalno-rozrywkowe, wyrazów gościnności oraz darowizn na cele charytatywne, przeciwdziałania praniu pieniędzy oraz powstrzymaniu się od współpracy z podmiotami objętymi sankcjami, ujawniania konfliktu interesów oraz współpracy z partnerami biznesowymi.



- ✓ Chronimy majątek naszej spółki

Określa zasady dotyczące korzystania z zasobów firmowych, zapobiegania działaniom mającym znamiona oszustwa, ochrony prywatności i danych osobowych oraz własności intelektualnej i informacji poufnych, przeciwdziałania udziałowi w obrocie papierami wartościowymi na podstawie informacji poufnych oraz prowadzenia komunikacji w sposób odpowiedzialny.

Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA wskazuje także na następujące dokumenty jako źródło szczegółowych informacji dotyczących etycznego działania w pozostałych obszarach:

- Zasady ratujące życie
- Strategia zrównoważonego rozwoju „Warzymy Lepszy Świat”
- Kodeks dostawcy HEINEKEN
- Sześć zasad prywatności
- Kodeks odpowiedzialnego marketingu Grupy HEINEKEN





# SPEAK UP

## Speak Up

Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA **określa procedury, dzięki którym egzekwujemy respektowanie zapisów Kodeksu, ze szczególnym naciskiem na kanały zgłaszania podejrzewanych nieprawidłowości.**

W razie jakichkolwiek wątpliwości dotyczących możliwego naruszenia prawa, Kodeksu lub polityk pracownicy powinni zgłaszać się do przełożonego, działu HR, działu prawnego lub wyznaczonych spośród pracowników Zaufanych Przedstawicieli. Dostępne są również zewnętrzne kanały tj. platforma online oraz dedykowana infolinia.

GRI 2-26

Procedurę zgłaszania nieprawidłowości związanych z naruszeniem prawa, Kodeksu Postępowania w Biznesie HEINEKENA oraz jego polityk wspierających określa Polityka dotycząca zgłaszania problemów (Speak Up) obowiązująca w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. Polityka wyjaśnia procedury zgłaszania wątpliwości na temat podejrzanego nieprawidłowego działania w sposób poufny i bez obaw o odwet.

Polityka obowiązuje wszystkich pracowników działających w imieniu lub na rzecz Spółki, a także osób, z którymi firma ma lub miała jakiegokolwiek rodzaju relacje biznesowe. Zgodnie z tą polityką wszelkie podejrzenia nieprawidłowych działań w naszej firmie mogą być zgłaszane do bezpośredniego przełożonego, działu HR, działu prawnego, a także poprzez instytucje wybranych spośród pracowników Zaufanych Przedstawicieli, czy też kontakt mailowy lub pocztowy z Biurem ds. Postępowania w Biznesie w Amsterdamie lub dedykowany serwis internetowy oraz infolinię.

Lekceważenie lub naruszenie przepisów prawa, Kodeksu lub którejkolwiek z polityk, leżących u jego podstaw albo ignorowanie naruszenia może mieć poważne konsekwencje dla Spółki oraz zaangażowanych osób. Naruszenie może skutkować podjęciem środków dyscyplinarnych określonych w Polityce dotyczącej środków dyscyplinarnych obowiązującej

w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. Można zastosować je w przypadku, w którym pracownik złamał prawo, postępuje niezgodnie z Kodeksem, politykami, Zasadami HEINEKEN, Standardami lub Procedurami lub nie podejmuje współpracy z wewnętrznymi zespołami prowadzącymi postępowanie wyjaśniające.

Do środków dyscyplinarnych należą: nagana słowna, nagana na piśmie, środki poprawcze, zawieszenie w pełnieniu obowiązków służbowych z wynagrodzeniem lub bez, negatywny wpływ na ocenę i naliczanie premii, ograniczenie możliwości rozwoju zawodowego, wstrzymanie wypłaty premii lub nagrody, konieczność wypłaty odszkodowania, przeniesienie na inne stanowisko, inny poziom lub zmiana wynagrodzenia, przymusowa wcześniejsza emerytura lub rezygnacja, zwolnienie. Środki stosuje się do każdego poziomu kierownictwa także wówczas, gdy stwierdzono brak podjęcia działań zaradczych lub nadzorczych w zakresie stosowania i wdrażania Kodeksu i polityk.

Procedura rozpatrywania zgłoszeń obejmuje wstępną analizę, której celem jest ocena wątpliwości i zdecydowanie, czy wymagają one dalszej weryfikacji, które polega na obiektywnej, rzeczowej analizie sprawy. Postępowanie kończone jest raportem finalnym wraz z rekomendacjami przedstawianymi interesariuszom zgłoszenia



GRI 406-1

W 2021 roku dokonano

### 7 zgłoszeń nieprawidłowości

zgodnie z procedurą zgłoszeń Polityki zgłaszania problemów (Speak Up) w ramach Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.

z czego potwierdzono 3 zgłoszenia  
nie potwierdzono 4 zgłoszeń

Wszystkie zgłoszenia zostały przeprocesowane i zamknięte.

## Zarządzanie konfliktem interesów

**Szczegółowe zasady dotyczące konfliktu interesów określa Polityka obowiązująca w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A., która definiuje konflikt interesów, a także określa procedury zawiadamiania o nim.** W przypadku możliwości jego wystąpienia pomiędzy interesami osobistymi, a Spółki, pracownik powinien omówić tę sytuację ze współpracownikami lub zasięgnąć porady przełożonego, radcy prawnego lub zaufanego przedstawiciela firmy. Polityka określa także sytuacje, w których konieczne jest uprzednie pisemne powiadomienie przełożonego o konflikcie interesów.



GRI 205-1

GRI 2-15

W przypadku pracowników zajmujących stanowiska kierownicze działanie tego rodzaju musi przebiegać zgodnie z procedurą ujawniania interesów. Działem odpowiedzialnym za realizację procedury jest Dział Personalny, który dokonuje identyfikacji potencjalnych konfliktów interesów poprzez analizę oświadczeń składanych przez pracowników zajmujących kierownicze stanowiska. Proces identyfikacji kończy się przedstawieniem raportu Zarządowi Grupy Żywiec S.A. wraz z rekomendacjami.

W 2021 roku w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. oraz Grupie Żywiec S.A.

**ukończyliśmy przeprowadzanie potencjalnej analizy konfliktu interesów.**



## Zasady dotyczące uczciwej konkurencji

Szczegółowe zasady dotyczące uczciwej konkurencji określa Polityka związana z ochroną konkurencji obowiązująca w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. Wymaga ona respektowania zasad prawnych związanych z ochroną konkurencji, a także znajomości podstawowych zasad przez pracowników zajmujących się kwestiami, które mogą mieć związek z prawem i przepisami dotyczącymi konkurencji. Polityka wskazuje także, że w celu uniknięcia wątpliwości nie należy omawiać lub ustalać cen lub innych warunków handlowych z podmiotami konkurencyjnymi, w sposób pośredni lub bezpośredni wymieniać informacji poufnych z podmiotami konkurencyjnymi, a także narzucać klientom cen odsprzedaży. W ramach realizacji Polityki Dział Prawny planuje oraz realizuje zadania związane z ochroną prawa konkurencji.



W roku 2021 **nie toczyły się**

postępowania sądowe ani administracyjne w stosunku do Grupy Żywiec S.A. oraz jej spółek zależnych w przedmiocie naruszeń zasad uczciwej konkurencji.

## Zapobieganie oszustwom

Szczegółowe zasady związane z zapobieganiem oszustwom określa Polityka dotycząca oszustwa obowiązująca w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A., która definiuje oszustwo jako wszelkiego rodzaju nieuczciwe działanie podejmowane przez jedną lub więcej osób w celu uzyskania czegoś wartościowego (np. pieniędzy, własności, informacji) lub zdobycia pozycji uprzywilejowanej. Polityka zobowiązuje pracowników do zgłaszania wszelkich przypadków oszustw lub podejrzewanych zdarzeń tego rodzaju, wskazuje także, że zabronione jest posługiwanie się innymi osobami lub środkami w celu obejścia niniejszej polityki.



W roku 2021 **nie dokonano zgłoszeń**

nieprawidłowości dotyczących możliwych oszustw, na szkodę Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., w tym Grupy Żywiec S.A., z czego potwierdzono XX zgłoszenia, z czego tylko w przypadku XX ustalono rzeczywistą stratę na rzecz Spółki.

## Przeciwdziałanie korupcji

**Nie akceptujemy korupcji pod żadną postacią. Szczegółowe informacje związane z przeciwdziałaniem korupcji zawiera Polityka dotycząca przekupstwa obowiązująca w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A.** Precyzuje ona, że nigdy nie przyjmujemy łapówek, nie prosimy o nie, nie proponujemy, nie obiecujemy ich ani nie godzimy się na nie, niezależnie od tego, kogo dotyczą. Polityka określa także zasady dotyczące przeciwdziałania korupcji zarówno w odniesieniu do urzędników państwowych, jak i osób prywatnych, a także obowiązujące stron świadczących usługi na rzecz lub w imieniu Spółki.



GRI 205-3

Wszelkie wątpliwości w tej sprawie pracownicy mogą zgłosić przełożonemu, Działowi Prawnemu lub wskazanej w Polityce dotyczącej zgłaszania problemów (Speak Up). Dział Doskonalenia Procesów i Kontroli dokonuje identyfikacji pracowników Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. w tym Grupy Żywiec S.A. podlegających szkoleniom z zakresu przeciwdziałania korupcji.

Szkolenie dotyczące zasad Kodeksu Postępowania w Biznesie HEINEKENA obejmuje także treści dotyczące przeciwdziałania korupcji i jest skierowane do wszystkich pracowników posiadających dostęp zasobów IT.



W roku 2021 szkolenie obejmowało **497 pracowników**

Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. i Grupy Żywiec S.A., w tym szkolenie ukończyło 412 pracowników.

Powyższe zasady uzupełnia Polityka dotycząca upominków, imprez kulturalno-rozrywkowych i wyrazów gościnności, która w 2019 roku zastąpiła Politykę dotyczącą prezentów. Aktualna wersja polityki obowiązuje w Grupie Żywiec S.A. oraz w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. i precyzuje zasady przyjmowania i wręczania upominków pracownikom, współpracownikom i partnerom biznesowym.

Dokumentem uzupełniającym w tym obszarze jest Polityka dotycząca wpłat na cele polityczne, darowizn na cele charytatywne i lobbingu, która obowiązuje w Grupie Żywiec S.A. oraz w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. Politykę dotyczącą wpłat na cele polityczne i dotacji na cele charytatywne. Precyzuje ona, że co do zasady nasza Spółka nie dokonuje żadnych wpłat na cele polityczne, nawet wówczas, gdy jest to dozwolone na mocy prawa, a także określa zasady prowadzenia osobistej aktywnej działalności politycznej lub wpłat na rzecz partii dokonywanych przez pracowników.

W 2021 roku Grupa Kapitałowa Żywiec S.A. w tym Grupa Żywiec S.A. nie dokonały dotacji na cele partii politycznych.



W roku 2021 **nie dokonano zgłoszeń** nieprawidłowości związanych z podejrzeniem korupcji dla Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., w tym dla Grupy Żywiec S.A.

## Kodeks dostawców

Pewność, że nasi Dostawcy postępują zgodnie z wyznawanymi przez nas wartościami, zapewnia nam **czterostopniowa procedura weryfikacji określona w Kodeksie Dostawców**, która stanowi politykę w zakresie współpracy z dostawcami zewnętrznymi dla Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.



UoR\_3

Kodeks Dostawców obowiązuje wszystkich dostawców i stanowi zarys kluczowych zasad, które uważamy za najistotniejsze w odniesieniu do naszych dostawców w obszarach dotyczących uczciwości i zasad postępowania w biznesie, poszanowaniem praw człowieka, środowiska naturalnego.

Kodeks w szczególności zobowiązuje dostawców do wspierania otwartego, uczciwego i konkurencyjnego otoczenia gospodarczego, przestrzegania przepisów i regulacji prawnych, unikania konfliktów interesów oraz precyzuje politykę dotyczącą upominków mających wpływ na decyzje biznesowe i inne. Odnosząc się do praw człowieka, Kodeks stanowi potwierdzenie w relacji z dostawcami zobowiązania do przestrzegania praw człowieka wyrażone przez Grupę Kapitałową Żywiec S.A. oraz Grupę Żywiec S.A. w politykach wewnętrznych, wśród których znajdują się zobowiązania dotyczące warunków pracy, uczciwego traktowania pracowników w odniesieniu do uzasadnionych godzin pracy, okresowych urlopów i wynagrodzenia, umożliwienia negocjacji prowadzących do zawierania układów zbiorowych, równych szans zatrudnienia bez względu na rasę, kolor skóry, płeć, wyznanie, przynależność czy pochodzenie oraz zakazu wykorzystywania lub udziału w pracy wykonywanej przez dzieci, pracy przymusowej czy niewolniczej, a zwłaszcza przestrzegania norm Międzynarodowej Organizacji Pracy.



W 2021 roku

### nie zdarzyły się przypadki

rozwiązania współpracy z dostawcą Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., w tym także z dostawcami Grupy Żywiec S.A. ze względu na nieprzestrzeganie zapisów Kodeksu Dostawców.

W obszarze środowiskowym Kodeks precyzuje, że dostawcy powinni przestrzegać przepisów i regulacji prawnych oraz korzystać z procesów produkcji i łańcucha dostaw, który pozwala na wydajne korzystanie z dostępnych zasobów oraz minimalizuje skutki dla środowiska, a także propaguje technologie przyjazne dla środowiska.

## Czterostopniowa procedura weryfikacji dostawców

- 1 Dostawca oświadcza, że zapoznał się z wartościami dotyczącymi uczciwości i zasad postępowania w biznesie,** troski o środowisko naturalne, uczciwość oraz poszanowania praw człowieka, bazującymi na standardach Międzynarodowej Organizacji Pracy.
  - 2 Analiza dostawcy pod kątem potencjalnych zagrożeń,** czego efektem jest przypisanie go do jednej z dwóch grup: z zagrożeniem lub bez zagrożenia.
  - 3 W zależności od wyniku raportu zagrożeń dostawcy mogą zostać poddani zewnętrznemu audytowi,** wprowadzić programy naprawcze, zdobyć niezbędne certyfikaty albo zostać poddani derogacji.
  - 4 Rozpoczęcie współpracy z dostawcami z grupy bez zagrożeń.** Dostawców z grupy zagrożonej zostają poddani badaniu przez oprogramowanie LexisNexis. Po wykonaniu tej czynności co najmniej 2 osoby sprawdzają pojawiające się ostrzeżenia i przypisują ocenę ryzyka. Podsumowanie badania przesyłane jest w formie raportu ryzyka.
- ✘ Zakończenie współpracy z dostawcą, który nie chce wdrożyć planu naprawczego i poddać się audytowi.**



## Zarządzanie obszarem środowiskowym

Nadrzędnym dokumentem regulującym postępowanie w obszarze środowiskowym jest **Strategia Zrównoważonego Rozwoju – Warzymy Lepszy Świat**. Pośród jej celów znalazło się między innymi ograniczenie emisji, ochrona zasobów wodnych oraz zrównoważone zakupy.

UoR\_3

UoR\_4

Podstawowe zasady związane z ochroną środowiska naturalnego wyznacza Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA, który wraz z innymi dokumentami stanowi politykę w zakresie zarządzania obszarem środowiska naturalnego w Grupie Żywiec S.A. oraz w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A.

Zgodnie z jego zapisami bezustannie dążymy do zmniejszenia wpływu, jaki wywieramy na środowisko naturalne. Zwracamy szczególną uwagę na obniżenie emisji CO<sub>2</sub> oraz zużycie wody, energii i surowców, a także na zwiększenie wykorzystania energii ze źródeł odnawialnych. Dbamy też o ograniczenie ilości odpadów poprzez ich recykling i ponowne wykorzystanie.

## Szczegółowe polityki w tym obszarze stanowią:

Polityka Zarządzania Jakością, Bezpieczeństwem Żywności, Jakością w Laboratorium, Bezpieczeństwem i Higieną Pracy, Ochroną Środowiska oraz Zarządzania Energią Grupy Żywiec S.A., w ramach której określono ramy podejścia do tematyki ochrony środowiska:



- ✓ podejmowanie działań zmierzających do doskonalenia i poprawy naszej efektywności środowiskowej i zapobiegania negatywnemu wpływowi na środowisko



- ✓ stałą współpracę z partnerami biznesowymi w ograniczaniu zanieczyszczeń związanych z cyklem życia naszych produktów



- ✓ komunikowanie zainteresowanym stronom działań realizowanych przez Grupę Żywiec

Strategia zrównoważonego rozwoju Warzymy Lepszy Świat jest uzupełnieniem zapisów Kodeksu dla Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. Realizacja oraz monitorowanie polityki w obszarze środowiskowym stanowi część kompetencji działów produkcji, logistyki oraz zakupów, które na bieżąco monitorują cele w zakresie środowiska naturalnego oraz raportują je w cyklu miesięcznym poprzez Business Comparison System lub w cyklu kwartalnym poprzez system przez platformę Sharepoint.

Zarządzanie obszarem środowiskowym w browarach Grupy Żywiec S.A. odbywa się poprzez wdrożone, certyfikowane i utrzymywane systemy: system zarządzania środowiskowego zgodny z wymaganiami normy ISO 14001:2015 oraz systemy zarządzania energią zgodny z wymaganiami normy ISO 50001:2018, funkcjonujące w ramach Zintegrowanego Systemu Zarządzania zgodnego z wymaganiami międzynarodowych norm. W ramach utrzymania ciągłości certyfikacji powyższe systemy zarządzania podlegają audytom prowadzonym przez niezależną jednostkę certyfikującą.

W 2021 r. został przeprowadzony audyt certyfikujący na zgodność z wymaganiami nowej normy ISO 50001:2018 w trakcie którego audytorzy potwierdzili wdrożenie i utrzymanie systemu zarządzania energią zgodnego z wymaganiami ww. normy. W efekcie audytu, audytorzy jednostki certyfikującej nie podnieśli żadnej niezgodności w odniesieniu do systemu zarządzania energią, natomiast zarejestrowali drobne spostrzeżenia w stosunku do których podjęto działania korygujące.

Zmiana akapitu: W grudniu 2021r. Browar w Żywcu oraz Browar w Warce pozytywnie przeszły proces certyfikacji na zgodność z wymaganiami KZR INiG i otrzymały rekomendację do przyznania certyfikatu. W trakcie audytu audytorzy nie podnieśli żadnej niezgodności, jedynie w postaci spostrzeżeń wskazali obszary do doskonalenia.

- ✓ W 2021 roku w związku z naruszeniem regulacji związanych z ochroną środowiska na Grupę Kapitałową Żywiec S.A. w tym na Grupę Żywiec S.A. nie nałożono kary finansowej.

## Rozwijamy nasze społeczności

**Zależy nam, żeby rozwijać się ze społecznościami, z którymi od pokoleń warzymy piwo.** Dlatego wspólnie z mieszkańcami, chcemy odpowiadać na lokalne wyzwania.



GRI 413-1

Podstawowe zasady związane z zaangażowaniem społecznym określa Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA, który wraz z innymi dokumentami stanowi politykę w zakresie zarządzania obszarem społecznym w Grupie Żywiec S.A. oraz w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. Zgodnie z jego zapisami jesteśmy głęboko zakorzenieni w lokalnych społecznościach,

w otoczeniu których prowadzimy działalność. Oznacza to, że traktujemy ludzi i miejsca wokół nas z zachowaniem jak największej troski, zachowujemy wrażliwość wobec tradycji społecznych i kulturowych, a także przekazujemy dotacje na cele charytatywne w sposób przejrzysty i profesjonalny.





**W trosce o jakość  
naszych produktów**





## W trosce o jakość naszych produktów

**Z niezwykłą uwagą traktujemy informacje z rynku dotyczące jakości naszych produktów.** Wszelkie uwagi i sugestie są dla nas cennymi wskazówkami, które pozwalają nam na co dzień weryfikować naszą wiedzę i dokładać starań, by zadowolić konsumentów i partnerów handlowych.



GRI 417-1

UoR\_3

Na wszystkich produktach Grupy Żywiec S.A. można odnaleźć numer infolinii, która przyjmuje zgłoszenia dotyczące jakości produktów. Niezależnie od tego rejestrujemy oraz obsługujemy wszelkie zgłoszenia przesłane do nas za pomocą poczty elektronicznej [info@grupazywiec.pl](mailto:info@grupazywiec.pl), a także poprzez strony internetowe marek oraz ich profile w mediach społecznościowych.

Obok zapytań dotyczących produktów, opakowań, punktów sprzedaży oraz aktualnie prowadzonych promocji i konkursów konsumenci są również zachęceni do przekazywania swoich opinii na temat jakości produktów oferowanych przez Grupę Żywiec.

Politykę dla Grupy Żywiec S.A. w tym obszarze stanowi Procedura reklamacji. Zgłoszenia wnoszone przez konsumentów za pośrednictwem infolinii oraz mailowo są rejestrowane oraz rozpatrywane przez Dział Jakości.

Zgłoszenia dotyczące jakości produktów spółki Browar Namysłów można przysyłać poprzez pocztę elektroniczną na adres [namyslow@namyslow.com.pl](mailto:namyslow@namyslow.com.pl), markowe profile w portalach społecznościowych oraz formularze kontaktowe zamieszczone na stronach internetowych obsługiwanych przez spółkę. Wszystkie zgłoszenia są rejestrowane i obsługiwane przez współpracujące ze sobą działy jakości, sprzedaży oraz marketingu. Politykę dla Browaru Namysłów Sp. z o.o. w tym obszarze stanowi procedura zadowolenie klienta nr PP-PM-04.00.



W 2021 roku zarejestrowaliśmy łącznie:

- **299 zastrzeżeń** (konsumenckich) dla Grupy Żywiec S.A., z których 13 okazało się zasadnych.
- żadne z nich nie wiązało się z zagrożeniem bezpieczeństwa żywnościowego.

W przypadku uznania zgłoszenia standardowo dokonywana jest wymiana produktu na pełnowartościowy, poszerzony o stosowną formę przeprosin, co pozwala osiągnąć satysfakcję konsumentów i utrzymać odpowiedzialny wizerunek producenta.







# Istotność informacji w raporcie i zarządzanie ryzykiem





## Badanie istotności

Osią działań w ramach zrównoważonego rozwoju jest zidentyfikowanie istotnych zagadnień, ryzyk i interesariuszy. Grupa Żywiec dba o należyłą staranność w zakresie regularnej i skutecznej komunikacji z istotnymi interesariuszami oraz identyfikacji aktualnych i potencjalnych ryzyk i zagadnień.

**Trwające od jesieni 2020 roku w Grupie Żywiec badanie istotności zakończyło się w 2021 r. Po zakończeniu prac nad badaniem sformułowano raport podsumowujący wszystkie etapy badania.**

W niniejszym rozdziale prezentowane są pełne wyniki badania po ostatecznych zmianach.



Celem badania jest identyfikacja istotnych interesariuszy Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., istotnych zagadnień niefinansowych (zagadnień z obszaru środowiska naturalnego, spraw społecznych i pracowniczych oraz ładu korporacyjnego i zarządczego) oraz istotnych ryzyk niefinansowych. W ramach badania uwzględniony został również aspekt potencjalnego wpływu wywieranego na przestrzeganie praw człowieka. Badanie jest prowadzone metodologią MAX® (Materiality Assessment Matrix) przez zewnętrzną firmę doradczą i obejmuje kilka etapów, w tym porównawczą analizę branżową, badanie kwestionariuszowe przedstawicieli

wszystkich obszarów zarządzania Grupy Kapitałowej, ustrukturyzowane wywiady z interesariuszami zewnętrznymi i wewnętrznymi oraz analizę ilościową. W odniesieniu do ryzyk zrównoważonego rozwoju (ryzyk ESG) w badaniu stosowano terminologię spójną z metodologią przyjętą w rodzinie standardów ISO 31000 zarządzanie ryzykiem. Zidentyfikowana istotność służy między innymi do ustrukturyzowania treści w niniejszym raporcie. Rekomendacje po badaniu istotności mają wpływ na kształtowanie działań i planów w zakresie zrównoważonego rozwoju Grupy Żywiec.

GRI 2-25

GRI 2-29

GRI 3-1

GRI 3-2

Badanie ma ważność przez 3 lata od zakończenia i przedłożenia raportu końcowego, czyli do maja 2024 roku. W kolejnych punktach prezentowane są wyniki badania istotności.



### Istotni interesariusze:

- ✓ Konsumenci
- ✓ Klienci
- ✓ Organizacje branżowe i profesjonalne
- ✓ Administracja publiczna
- ✓ Dostawcy
- ✓ Inwestorzy
- ✓ Media
- ✓ Pracownicy
- ✓ Związki zawodowe

W toku badania z przedstawicielami istotnych interesariuszy przeprowadzone zostały wywiady, których zanonimizowane wyniki posłużyły m.in. do tworzenia rekomendacji po badaniu. W trakcie wywiadów przedstawiciele interesariuszy mieli możliwość zgłaszania oraz oceny istotności zagadnień i ryzyk niefinansowych pojawiających się w relacji z Grupą Żywiec. Badanie było prowadzone we współpracy z firmą doradczą MATERIALITY.

W puli zagadnień zawarte były tematy przynależące do poszczególnych obszarów ESG (Environment, Social, Governance), w tym m.in: zmiany klimatu, prawa człowieka oraz wspólne działania na rzecz zrównoważonego rozwoju. Opinie interesariuszy są uwzględniane przy tworzeniu rekomendacji po badaniu.

## Istotne zagadnienia oraz metody zarządzania nimi

GRI 3-3

Zagadnienia z obszaru środowiskowego	Na czym polega wpływ	Sposoby zarządzania zagadnieniem
<b>Zmiany klimatu</b>	<p>Wpływ w obszarze zmian klimatu jest dwukierunkowy. Z jednej strony Grupa Żywiec może wywierać wpływ na klimat i środowisko prowadząc swoje operacje w sposób wywierający pozytywny lub negatywny wpływ. Np. Obniżając poziom emisji.</p> <p>Drugi wymiar to wpływ jaki zmiany klimatu wywierają na Grupę Żywiec przyczyniając się do powstania ryzyk zidentyfikowanych w Analizie ryzyk klimatycznych.</p>	<p>Grupa Żywiec prowadzi kompleksowe działania mające na celu szczegółowe zbadanie i efektywne zarządzanie wpływem na klimat i środowisko. Prowadzone są wielotorowe działania w tym zakresie.</p> <p>Cele związane z wpływem na klimat i środowisko zostały uwzględnione w Strategii Warzmy Lepszy Świat. Realizacja celów przekłada się na wymierne działania w zakresie zrównoważonego rozwoju.</p> <p>Grupa Żywiec przeprowadziła w 2021 roku analizę ryzyk klimatycznych.</p>
<b>Emisje gazów cieplarnianych</b>	<p>Grupa Żywiec ma istotny wpływ na poziom emisji we własnych operacjach oraz może mieć pośredni wpływ na poziom emisji innych organizacji uczestniczących w jej łańcuchu wartości. Wpływ może mieć wymiar pozytywny w przypadku wdrażania działań redukcyjnych oraz promocji dobrych praktyk - lub negatywny w scenariuszu business as usual.</p>	<p>Zagadnienie poziomu emisji gazów cieplarnianych jest dla Grupy Żywiec kluczowe z punktu widzenia strategicznego. Temat zarządzany jest poprzez stawianie ambitnych celów redukcji emisji, a na szczeblu operacyjnym - dekarbonizację źródeł energii, z których korzystają podmioty w Grupie Żywiec.</p> <p>Więcej informacji na temat zarządzania zagadnieniem znajduje się w rozdziale <b>Nasz wpływ na środowisko</b>.</p>
<b>Paliwa i energia</b>	<p>Grupa Żywiec ma istotny wpływ na poziom i rodzaj zużywanych paliw we własnych operacjach. Podobnie jak w przypadku Emisji gazów cieplarnianych wpływ może mieć pozytywny lub negatywny wymiar w zależności od skali i kierunku podjętych działań.</p>	<p>Obszar paliw i energii jest zarządzany poprzez optymalizację ich zużycia w procesach produkcyjnych, ciągłe doskonalenie w zakresie efektywności energetycznej oraz dobieranie niskoemisyjnych źródeł energii.</p> <p>Więcej informacji na temat zarządzania zagadnieniem znajduje się w rozdziale <b>Energia i paliwa</b>.</p>
<b>Gospodarka obiegu zamkniętego</b>	<p>Grupa Żywiec identyfikuje istotny obszar Gospodarki o obiegu zamkniętym jak pole do wywieranie pozytywnego wpływu poprzez wdrażane innowacje w tematach zamkniętego obiegu opakowań i innowacji projektowych.</p>	<p>Gospodarka obiegu zamkniętego jest zagadnieniem szczególnie bliskim modelowi biznesowemu Grupy Żywiec. Zagadnienie jest zarządzane m.in. poprzez liczne akcje takie jak np. „Wielka Zwrotka Ż” promujące opakowania zwrotne.</p> <p>Inne działania w tym zakresie opisane zostały w rozdziale <b>Zamykamy obieg gospodarki</b>.</p>
<b>Surowce i materiały</b>	<p>Zakres wpływu Grupy Żywiec w tej kategorii jest związany z optymalizacją zużycia surowców produkcyjnych, użyciem surowców pochodzenia lokalnego i pochodzących upraw zrównoważonych.</p> <p>Istotny wpływ na Grupę Żywiec ma dostępność, jakość oraz cena surowców produkcyjnych.</p>	<p>Grupa Żywiec zwraca szczególną uwagę na wysoką jakość oferowanych produktów. Piwa grupy Żywiec powstają z lokalnie pozyskiwanych produktów. X% surowców produkcyjnych jest pozyskiwany z upraw zrównoważonych. Grupa Żywiec aktywnie działa na rzecz rozwoju polskiego rolnictwa m.in. poprzez kontrybucję na rzecz Polskiego Stowarzyszenia Rolnictwa Zrównoważonego „ASAP”.</p> <p>Więcej na ten temat przeczytasz w rozdziale <b>Zrównoważone Składniki. Z Polski</b>.</p>
<b>Odpady</b>	<p>Grupa Żywiec wytwarza odpady w operacjach własnych. Mamy istotny wpływ na poziom odpadów wdrażając rozwiązania z zakresu Gospodarki o obiegu zamkniętym.</p>	<p>Zarządzanie odpadami w Grupie Żywiec odbywa się zgodnie z obowiązującymi w Polsce regulacjami. Tym aspekcie. W zrównoważonym zarządzaniu tym zagadnieniem kluczową rolę odgrywa sukcesywne wdrażanie rozwiązań z zakresu Gospodarki obiegu zamkniętego.</p> <p>Więcej o zarządzaniu zagadnieniem przeczytasz w rozdziale <b>Zamykamy obieg gospodarki</b>.</p>
<b>Woda i ścieki</b>	<p>Woda stanowi kluczowy surowiec produkcyjny Grupy Żywiec. Istotnym elementem naszej odpowiedzialności względem środowiska jest efektywna optymalizacja zużycia wody oraz odprowadzanie ścieków w sposób zgodny z regulacjami i niezagrażający środowisku.</p> <p>Dostępność, jakość i cena wody mogą mieć kluczowy wpływ na produkcję w Grupie Żywiec. Więcej na temat zarządzania wpływem w tym obszarze przeczytasz w Analizie Ryzyk Klimatycznych.</p>	<p>Woda jest kluczowym surowcem produkcyjnym Grupy Żywiec. Na przemyśle browarniczym spoczywa szczególna odpowiedzialność za ten cenny surowiec. Grupa Żywiec rok do roku redukuje swoje zużycie wody na hektolitr produktu co jest wyrazem wyłożonych działań w zakresie optymalizacji zużycia wody w procesach produkcyjnych i jest efektem wieloletnich działań i inwestycji w tym obszarze.</p> <p>Grupa Żywiec i Żywiec Zdrój prowadzą wspólne działania w ramach koalicji „Dbamy o wodę”.</p> <p>Więcej informacji na ten temat znajduje się w rozdziale <b>Woda. Chronimy to, co najcenniejsze</b>.</p>



Zagadnienia z obszaru społecznego	Na czym polega wpływ	Sposoby zarządzania zagadnieniem
<b>Relacje ze stroną pracowniczą i wolność zrzeszania się</b>	<p>Grupa Żywiec wywiera istotny wpływ na stronę pracowniczą poprzez podejście zarządcze w obszarze personalnym, uwzględniając podejście dotyczące różnorodności, etyki i praw człowieka, Fair Wage szkoleń i awansu oraz BHP.</p> <p>Strona pracownicza wywiera wpływ na kształtowanie się podejścia Strategicznego Grupy Żywiec np. poprzez konsultacje z przedstawicielami związku zawodowego.</p>	<p>Grupa Żywiec identyfikuje pracowników i związki zawodowe jako istotnych interesariuszy. Utrzymywanie poprawnych relacji z wymienionymi jest kluczowe dla uzyskiwania jak najlepszych wyników. W toku badania istotności przedstawiciele istotnych interesariuszy uczestniczyli w wywiadach wpływających na ostateczne wyniki i rekomendacje.</p> <p>Więcej na temat relacji ze stroną pracowniczą przeczytasz w rozdziale <b>Struktura Zatrudnienia</b>.</p>
<b>Bezpieczeństwo i higiena pracy</b>	<p>W obszarze BHP wpływ jest wywierany poprzez zapewnianie właściwego i zgodnego z przepisami i najlepszymi praktykami podejścia do BHP.</p> <p>Każdy wypadek lub niedostosowanie do najlepszych praktyk może wywierać potencjalny negatywny wpływ na Grupę Żywiec.</p>	<p>Grupa Żywiec dba o zachowanie szczególnej staranności w obszarze BHP, stanowiącym kluczowy element codziennego funkcjonowania spółki. Elementem dbałości o bezpieczeństwo jest m.in. szereg wydarzeń promujących BHP np. SHE DAY.</p> <p>Grupa prowadzi działania wykraczające poza wymogi regulacyjne, o czym można przeczytać w rozdziale <b>Wracajcie do domu bezpiecznie</b>.</p>
<b>Rozwój i edukacja pracowników</b>	<p>Wpływ Grupy Żywiec w tym obszarze następuje poprzez zarządzanie szkoleniami, awansem i sukcesją w strukturach grupy.</p>	<p>Pracownicy Grupy Żywiec otrzymują dostęp do unikalnych możliwości rozwoju, edukacji i awansu.</p> <p>Więcej o podejściu do zarządzania tym obszarem i o statystykach szkoleń przeczytasz w rozdziale <b>Rozwój naszych pracowników</b>.</p>
<b>Zarządzanie różnorodnością</b>	<p>Wpływ Grupy Żywiec w tym obszarze następuje poprzez zarządzanie różnorodnością oraz prewencję dyskryminacji.</p> <p>Różnorodne struktury kadr w Grupie Żywiec wpływają na budowanie inkluzywnej kultury organizacji.</p>	<p>Grupa Żywiec aktywnie zarządza różnorodnością poprzez swoje polityki Kodeks Postępowania w Biznesie. Dyskryminacja jest zjawiskiem nieakceptowanym w strukturach Grupy. Grupa Żywiec monitoruje wskaźnik GPGR (Gender Pay Gap Ratio) i aktywnie działa na rzecz zredukowania różnic w wynagrodzeniu.</p> <p>Więcej na ten temat przeczytasz w rozdziale <b>Ludzie. Sprawiedliwa firma, sprawiedliwy świat</b>.</p>
<b>Bezpieczeństwo produktów</b>	<p>Wpływ w obszarze Bezpieczeństwa Produktów to przede wszystkim szereg działań prowadzonych w Grupie Żywiec w celu zapewnienia najwyższej jakości produktu dla Konsumenta oraz zgodności z regulacjami.</p> <p>Istotny wpływ na działania Grupy Żywiec w tym obszarze wywiera otoczenie regulacyjne.</p>	<p>Dostarczanie produktów najwyższej jakości jest jednym z filarów misji Grupy Żywiec.</p> <p>Grupa Żywiec dba by konsumenci otrzymali bezpieczny produkt wysokiej jakości, o czym więcej napisaliśmy w rozdziale <b>W trosce o jakość naszych produktów</b>.</p>
<b>Odpowiedzialna konsumpcja</b>	<p>Wpływ w obszarze odpowiedzialnej konsumpcji wyrobów alkoholowych jest wywierany przez Grupę Żywiec poprzez prowadzenie akcji edukacyjnych oraz zgodność z regulacjami dotyczącymi produktów alkoholowych.</p>	<p>Promowanie odpowiedzialnej konsumpcji napojów alkoholowych należy do obowiązków podmiotu z branży piwnej. Grupa Żywiec regularnie prowadzi akcje edukacyjne w celu popularyzacji odpowiedzialnych i nieryzykownych modeli spożycia alkoholu.</p> <p>Więcej o naszych działaniach w tym zakresie przeczytasz w rozdziale <b>Alkohol. Co zrobiliśmy w 2021 roku?</b></p>
<b>Zagadnienia z obszaru zarządczego</b>		
<b>Zarządzanie zrównoważonym rozwojem</b>	<p>Wpływ w tym obszarze przekłada się na wszystkie obszary ESG podlegające zarządzaniu w Grupie Żywiec.</p>	<p>Skuteczne zarządzanie zrównoważonym rozwojem w Grupie Żywiec odbywa się poprzez Strategię Warzemy Lepszy Świat, która definiuje obszary działań oraz narzędzia do mierzenia ich efektywności.</p> <p>Z naszą Strategią zapoznasz się w rozdziale <b>Zrównoważony Rozwój</b>.</p>
<b>Etyka</b>	<p>Grupa Żywiec wywiera wpływ w tym obszarze poprzez działania mające na celu uregulowanie kwestii przestrzegania zasad etyki w całym łańcuchu wartości.</p>	<p>Grupa Żywiec wdrożyła zestaw dokumentów regulujących ramy postępowania etycznego w spółce. Pracownicy są regularnie informowani o obowiązujących w Spółce procedurach. Wszelkie naruszenia zasad etycznych można zgłaszać za pomocą procedury SpeakUp opisanej w rozdziale <b>SpeakUp</b>.</p>
<b>Antykorupcja</b>	<p>Wpływ w tym obszarze jest wywierany przez Grupę Żywiec poprzez zapewnianie zgodności z regulacjami, wdrażanie polityk oraz podnoszenie świadomości na temat prewencji korupcji wewnątrz organizacji.</p>	<p>Grupa Żywiec prowadzi politykę zera tolerancji dla zdarzeń korupcyjnych. Wszelkie wątpliwości w tej sprawie pracownicy mogą zgłosić przełożonemu, Działowi Prawnemu lub wskazanej w Polityce dotyczącej zgłaszania problemów (Speak Up).</p>



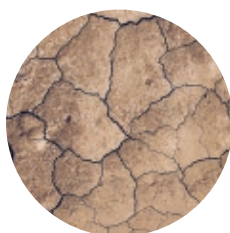
## Istotne ryzyka niefinansowe

W badaniu zidentyfikowano szereg ryzyk niefinansowych, należących do poszczególnych obszarów ESG, które powinny zostać włączone do monitoringu i zarządzania:

UoR\_5



**1** Ryzyko utraty lub znacznego pogorszenia jakości lub dostępności kluczowych surowców



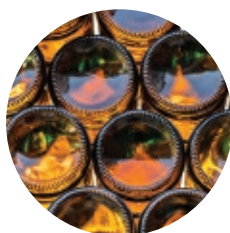
**2** Ryzyko ograniczenia dostępu do wody



**3** Ryzyko dalszego zaostrzenia przepisów dotyczących gospodarki o obiegu zamkniętym



**4** Ryzyko związane z dostępnością i cenami surowców



**5** Ryzyko związane z dostępnością i cenami opakowań



**6** Ryzyko związane z dostępnością i cenami energii



**7** Ryzyko zmian w wyborach konsumenckich - wzrost segmentu napojów bezalkoholowych



**8** Ryzyko związane z wpływem pandemii na zwyczaje konsumpcyjne w branży napojów alkoholowych



**9** Ryzyko wirtualizacji komunikacji z konsumentem i pracownikiem



**10** Ryzyko zmian legislacyjnych ograniczających promocję, sprzedaż lub produkcję napojów alkoholowych z kategorii piew



**11** Ryzyko decyzji regulatorów w zakresie produkcji i obrotu napojami alkoholowymi



# O Sprawozdaniu





## Informacja na temat raportowania

GRI 2-3

GRI 2-4

GRI 2-5

Wraz z coraz większą rolą, jaką w strategii biznesowej odgrywa strategia zrównoważonego rozwoju, **znaczenia nabiera raportowanie informacji niefinansowych w kontekście wyników finansowych.**

Niniejsze Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. za rok 2021 jest czwartym tego typu raportem Spółki. Sprawozdanie zostało przygotowane na podstawie opracowanego wewnętrznie modelu raportowania opartego o wieloletnie doświadczenie Spółki w zakresie raportowania zrównoważonego rozwoju. Grupa Kapitałowa Żywiec S.A. raportuje w oparciu o wskaźniki GRI Standards.

Zgodnie z wymogami Ustawy o Rachunkowości z dnia 29 września 1994 roku Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. za rok 2019 obejmuje informacje i skonsolidowane dane niefinansowe Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. i jej jednostki dominującej Grupy Żywiec S.A. zgodnie ze strukturą organizacji w 2021 roku.

Sprawozdanie zostało sporządzone za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2021 roku.

Proces analizy istotności sprawozdawanych informacji pozafinansowych, umożliwiający pełną prezentację kluczowych zagadnień niefinansowych dokonany został z uwzględnieniem analizy wpływu spółki na wybrane aspekty niefinansowe w oparciu o kluczowe obszary zaangażowania Grupy Żywiec wyznaczone przez strategię zrównoważonego rozwoju Warzemy Lepszy Świat, a także z uwzględnieniem oczekiwań interesariuszy. W 2021 roku prowadzona była aktualizacja badania

istotności. W wyniku etapów badania przeprowadzonych do dnia zatwierdzenia niniejszego raportu do publikacji zidentyfikowano istotnych interesariuszy Grupy Kapitałowej Grupa Żywiec S.A., a także istotnie zagadnienia niefinansowe w obszarze środowiska naturalnego, zagadnień społecznych i pracowniczych, ładu korporacyjnego i zarządczego oraz ustalono istotne ryzyka niefinansowe (szczegółowe omówienie w rozdziale 7. Badanie istotności).

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. za rok 2021 nie zostało poddane weryfikacji zewnętrznej.

Dane liczbowe i jakościowe prezentowane w Sprawozdaniu pochodzą z wewnętrznych systemów obejmujących Grupę Żywiec S.A. oraz Grupę Kapitałową Żywiec S.A., które składają się na proces raportowania oraz walidacji danych z udziałem wewnętrznych ekspertów. Z uwagi na umiejscowienie większości aktywności operacyjnej wpływającej na publikowane dane niefinansowe w spółce dominującej Grupa Żywiec S.A., co przekłada się na brak różnic w danych publikowanych dla spółki dominującej i Grupy Kapitałowej, niektóre zestawienia danych w treści raportu publikowane są wyłącznie w zestawieniu dla całej Grupy Kapitałowej.

Oliwią Tran, Kierownikiem ds. zrównoważonego rozwoju w Grupie Żywiec, oliwia.tran@grupazywiec.pl

## Informacja o podmiotach, jednostkach organizacyjnych i zakładach produkcyjnych wyłączonych z obliczeń i podawanych danych

W danych i wskaźnikach niefinansowych oraz w odpowiednich tabelach w załączniku do raportu Browar Namysłów jest wliczany od momentu pełnego połączenia z Grupą Żywiec S.A., czyli od 1 czerwca 2020 roku. Dotyczy to przede wszystkim prezentowanych wyliczeń emisji gazów cieplarnianych, zużycia energii

elektrycznej oraz ciepłej, a także zużycia wody i emisji ścieków. W przypadku wszystkich danych niefinansowych, uwzględnione są wszystkie podmioty, nad którymi Grupa Żywiec sprawowała w 2021 r. kontrolę operacyjną.

## Specyfikacja sprawozdania

GRI 102-55

**Indeks zgodności z GRI - Wskaźniki oznaczono w treści przyporządkowanymi do nich numerami.**

Kategoria wskaźnika	Wskaźnik	Opis	Wyjaśnienia	Numer strony
<b>GRI 2: Wskaźniki podstawowe</b>				
1. Organizacja i praktyki raportowania	2-1	Dane organizacji		44
	2-2	Podmioty objęte raportowaniem zrównoważonego rozwoju organizacji		50, 53, 56
	2-3	Cykl raportowania i dane kontaktowe		116
	2-4	Korekty informacji		116
	2-5	Weryfikacja zewnętrzna		116
2. Działalność i pracownicy	2-6	Rodzaje działalności, łańcuch wartości i inne relacje biznesowe		46, 52, 65
	2-7	Pracownicy	d. Ze względu na duże zróżnicowanie prac wykonywanych na umowach innych niż umowa o pracę nie są zbierane dane w podziale na wykonywaną aktywność.	123
	2-8	Osoby świadczące pracę niebędące pracownikami	I. II. Ze względu na duże zróżnicowanie prac wykonywanych na umowach innych niż umowa o pracę nie są zbierane dane w podziale na wykonywaną aktywność.	123
3. Zarządzanie	2-9	Struktura zarządcza	vi. Dane o kategorii nie są zbierane.	56
	2-10	Nominacja i wybór najwyższego organu zarządzającego	Procedurę wyboru Zarządu i Rady Nadzorczej opisano w Statucie Grupy Żywiec Spółki Akcyjnej	56
	2-11	Przewodniczący najwyższego organu zarządzającego		56
	2-12	Rola najwyższego organu zarządzającego w nadzorowaniu zarządzania wpływem	b I. II. Na obecnym etapie zarząd nie angażuje interesariuszy w procesy powstawania planów strategicznych w obszarze zrównoważonego rozwoju, z wyłączeniem głosu udzielonego w wywiadach do badania istotności, o czym więcej można przeczytać w dedykowanym rozdziale.	56
	2-13	Delegowanie odpowiedzialności za zarządzanie wpływem		56
	2-14	Rola najwyższego organu zarządzającego w raportowaniu zrównoważonego rozwoju		5
	2-15	Konflikt interesów		103
	2-17	Zbiorowa wiedza najwyższego organu zarządzającego		56
	2-19	Polityki wynagrodzeń	a. Wynagrodzenia członków Zarządu i Rady Nadzorczej są ustalane zgodnie ze statutowymi kompetencjami, potwierdzonymi w Polityce Wynagrodzeń Grupy Żywiec Spółki Akcyjnej. b. obecnie wynagrodzenia członków Zarządu i rady Nadzorczej nie są powiązane z realizacją celów z obszaru zrównoważonego rozwoju. Takie rozwiązania są planowane na przyszłe etapy realizacji planów związanych ze zrównoważonym rozwojem.	56
	2-20	Proces ustalania wynagrodzenia	a. Wynagrodzenia członków Zarządu i Rady Nadzorczej są ustalane zgodnie ze statutowymi kompetencjami, potwierdzonymi w Polityce Wynagrodzeń Grupy Żywiec Spółki Akcyjnej.	56
4. Strategie, polityki i procedury	2-22	Oświadczenie w sprawie strategii zrównoważonego rozwoju		68
	2-25	Procesy niwelowania negatywnego wpływu		111
	2-26	Mechanizmy zasięgnięcia porady i zgłaszania wątpliwości		102
	2-27	Zgodność z prawem i regulacjami		68
	2-28	Członkostwo w organizacjach		68
5. Zaangażowanie interesariuszy	2-29	Podejście do zaangażowania interesariuszy		111
	2-30	Układy zbiorowe		97



Kategoria wskaźnika	Wskaźnik	Opis	Wyjaśnienia	Numer strony
<b>GRI 3: Istotne zagadnienia</b>				
	3-1	Proces określania istotnych zagadnień		111, 112
	3-2	Lista istotnych zagadnień		112
	3-3	Zarządzanie istotnymi zagadnieniami		59, 112

**Istotne zagadnienia: Zmiany klimatu i Emisje gazów cieplarnianych**

**GRI 305: Emisje do atmosfery**

	305-1	Bezpośrednie emisje GHG (Scope 1)	c. emisje GHG nie są raportowane w podziale według poszczególnych gazów cieplarnianych	69, 70
	305-2	Niebezpośrednie emisje GHG (Scope 2)	c. emisje GHG nie są raportowane w podziale według poszczególnych gazów cieplarnianych	69, 70
	305-3	Inne niebezpośrednie emisje GHG (Scope 3)	Prezentowana kalkulacja jest oparta na metodologii Life Cycle. Uwzględnia ona wybrane elementy Scope 3.	71
	305-4	Intensywność emisyjna	c. emisje GHG nie są raportowane w podziale według poszczególnych gazów cieplarnianych	69, 70
	305-5	Redukcja emisji GHG	c. emisje GHG nie są raportowane w podziale według poszczególnych gazów cieplarnianych	69, 70

**Istotne zagadnienie: Paliwa i energia**

**GRI 302: Energia**

	302-1	Zużycie energii wewnątrz organizacji		77, 143
	302-3	Intensywność energetyczna		143
	302-4	Całkowita redukcja w konsumpcji energii		77
	302-5	Redukcja w konsumpcji energii przy produkcji i świadczeniu usług		143

**Istotne zagadnienia: Gospodarka obiegu zamkniętego, Surowce i materiały i Odpady**

**GRI 306: Odpady**

	306-1	Wytwarzanie odpadów i znaczące skutki związane z odpadami	a. II. Raportowane są wyłącznie odpady w ramach operacji w Grupie Kapitałowej Żywiec.	81, 82
	306-2	Zarządzanie istotnymi skutkami związanymi z odpadami	b. Proces odbioru odpadów w Grupie Kapitałowej Żywiec odbywa się zgodnie z obowiązującymi na terenie RP regulacjami w tym zakresie.	81, 82
	306-3	Wytworzone odpady	Dane historyczne nie są raportowane w układzie GRI: Waste 2020 ze względu na brak możliwości przeniesienia i kalkulacji danych źródłowych do nowego formatu.	81, 82
	306-4	Odpady przeznaczone do odzysku	Dane historyczne nie są raportowane w układzie GRI: Waste 2020 ze względu na brak możliwości przeniesienia i kalkulacji danych źródłowych do nowego formatu.	81, 82
	306-5	Odpady przeznaczone do utylizacji	Dane historyczne nie są raportowane w układzie GRI: Waste 2020 ze względu na brak możliwości przeniesienia i kalkulacji danych źródłowych do nowego formatu.	81, 82

**Istotne zagadnienie: Woda i ścieki**

**GRI 303: Woda i ścieki**

	303-3	Pobór wody		78, 144
	303-4	Odprowadzanie ścieków		78, 144

Kategoria wskaźnika	Wskaźnik	Opis	Wyjaśnienia	Numer strony
<b>Istotne zagadnienie: Relacje ze stroną pracowniczą i wolność zrzeszania się</b>				
<b>GRI 401: Zatrudnienie</b>				
	401-1	Nowi pracownicy i liczba odejść		123
	401-2	Benefity dla pracowników pełnoetatowych nie dotyczące osób świadczących pracę na innych zasadach		90
	401-3	Urlopy macierzyńskie		142
<b>GRI 402: Zarządzanie komunikacją z pracownikami</b>				
	402-1	Minimalne wyprzedzenie z jakim organizacja informuje o istotnych zmianach operacyjnych		113
<b>GRI 404: Szkolenia i edukacja</b>				
	404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych na pracownika		94
	404-2	Programy wspierające rozwój i doskonalenie umiejętności pracownika		94
	404-3	Procent pracowników otrzymujących regularne oceny skuteczności i rozwoju kariernego		94
<b>Istotne zagadnienie: Bezpieczeństwo i higiena pracy</b>				
<b>GRI 403: Bezpieczeństwo i higiena pracy</b>				
1. Podejście zarządcze	403-1	System zarządzania obszarem BHP		96
	403-2	Proces identyfikacji ryzyka i zagrożeń oraz postępowania w przypadku wystąpienia incydentów		96
	403-3	Medycyna pracy		32
	403-4	Zaangażowanie, konsultacje oraz komunikacja z pracownikami w zakresie BHP		32
	403-5	Szkolenia pracownicze w zakresie BHP		32
	403-6	Promocja zdrowego trybu życia wśród pracowników		32
	403-7	Zapobieganie i łagodzenie wpływów z obszaru BHP bezpośrednio związanych z charakterem działalności		96
2. Wskaźniki szczegółowe	403-9	Wypadki w miejscu pracy		140
	403-10	Choroby zawodowe		140
<b>Istotne zagadnienie: Zarządzanie różnorodnością</b>				
<b>GRI 405: Różnorodność i równe szanse</b>				
	405-1	Różnorodność w ciałach zarządczych i wśród pozostałych pracowników		91
	405-2	Stosunek podstawowego wynagrodzenia kobiet i mężczyzn		91
<b>GRI 406: Przeciwdziałanie dyskryminacji</b>				
	406-1	Przypadki dyskryminacji i podjęte działania naprawcze		102

Kategoria wskaźnika	Wskaźnik	Opis	Wyjaśnienia	Numer strony
<b>Istotne zagadnienie: Bezpieczeństwo produktów</b>				
<b>GRI 417: Marketing i oznaczenia</b>				
	417-1	Wymagania dotyczące oznakowania i informacji dotyczących produktów i usług		109
<b>G: OBSZAR ZARZĄDCZY</b>				
<b>Istotne zagadnienie: Etyka</b>				
<b>GRI 413: Społeczności lokalne</b>				
	413-1	Działania angażujące społeczność lokalną; metodologia badania wpływu; programy rozwojowe		107
<b>Istotne zagadnienie: Antykorupcja</b>				
<b>GRI 205: Antykorupcja</b>				
	205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania		104

## Tabela zgodności z Ustawą o Rachunkowości

Wymóg Ustawy o Rachunkowości	Wskaźnik	Strona
Model biznesowy (Art. 49b ust. 2 pkt 1)	UoR_1	46,47
Kluczowe niefinansowe wskaźniki efektywności (Art. 49b ust. 2 pkt 2)	UoR_2	76
Polityki w obszarach niefinansowych i ich rezultaty (Art. 49b ust. 2 pkt 3)	UoR_3	40, 68, 79, 100, 105, 106, 109
Procedury należytej staranności (Art. 49b ust. 2 pkt 4)	UoR_4	106
Istotne ryzyka niefinansowe i sposób zarządzania nimi (Art. 49b ust. 2 pkt 5)	UoR_5	114

## Tabela zgodności z Rekomendacjami TCFD

Rekomendacje TCFD	Wskaźnik	Strona
<b>ZARZĄDZANIE</b>		
a) Opis nadzoru zarządu nad ryzykami oraz szansami związanymi ze zmianami klimatu	TCFD_1a	59
b) Opis roli zarządu w ocenie i zarządzaniu ryzykami i szansami związanymi ze zmianami klimatu	TCFD_1b	57
<b>STRATEGIA</b>		
a) Opis związanych ze zmianami klimatu ryzyk i szans, które organizacja zidentyfikowała w krótkim, średnim i długim okresie czasu	TCFD_2a	59
b) Opis wpływu związanych ze zmianami klimatu ryzyk i szans na biznes, strategię oraz planowanie finansowe organizacji	TCFD_2b	59
c) Opis odporności strategii organizacyjnej, biorąc pod uwagę różne związane ze zmianami klimatu scenariusze, w tym scenariusz 2C lub niższy		nieraportowane za rok 2021
<b>ZARZĄDZANIE RYZYKIEM</b>		
a) Opis procesu identyfikacji i oceny ryzyk klimatycznych w organizacji	TCFD_3a	59
b) Opis procesu zarządzania ryzykami klimatycznymi w organizacji	TCFD_3b	59
c) Opis tego jak procesy identyfikacji, oceny oraz zarządzania ryzykami klimatycznymi są zintegrowane z ogólnym procesem zarządzania ryzykiem w organizacji	TCFD_3c	59
<b>WSKAŹNIKI I CELE</b>		
a) Ujawnienie wskaźników wykorzystywanych przez organizację w celu oceny ryzyk i szans klimatycznych w zgodzie ze strategią i procesem zarządzania ryzykiem	TCFD_4a	69
b) Ujawnienie Scope 1, Scope 2 i jeśli to celowe, Scope 3 emisji gazów cieplarnianych (GHG) i związanych z tym ryzyk	TCFD_4b	69
c) Opis celów organizacji w zakresie zarządzania ryzykami i szansami klimatycznymi oraz realizacja względem celów		nieraportowane za rok 2021



# Załączniki



## Szczegółowe dane z obszaru pracowniczego

### Struktura zatrudnienia

GRI 2-7

GRI 2-8

GRI 401-1

Liczba pracowników w podziale na płeć i szczebel zaszerogowania (stan na koniec roku)

	2020		2021		zmiana r/r	
	kobiety	mężczyźni	kobiety	mężczyźni	kobiety	mężczyźni
<b>Grupa Żywiec S.A, w tym:</b>	<b>237</b>	<b>966</b>	<b>226</b>	<b>905</b>	<b>-4,6%</b>	<b>-6,3%</b>
kadra wyższego szczebla	7	25	5	28	-28,6%	+12,0%
kadra średniego szczebla	25	57	44	117	+76,0%	+105,3%
pozostali pracownicy	205	884	177	760	-13,7%	-14,0%
<b>Grupa Kapitałowa Żywiec S.A, w tym:</b>	<b>507</b>	<b>1606</b>	<b>444</b>	<b>1286</b>	<b>-12,4%</b>	<b>-19,9%</b>
kadra wyższego szczebla	16	47	19	43	+18,8%	-8,5%
kadra średniego szczebla	73	160	124	236	+69,9%	+47,5%
pozostali pracownicy	418	1399	301	1007	-28,0%	-28,0%

### Pozostałe dane o osobach świadczących pracę (2021)<sup>1</sup>

	Grupa Żywiec			Grupa Kapitałowa		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Liczba osób współpracujących w oparciu o umowy cywilnoprawne (zlecenia i o dzieło)	8	32	40	8	32	40
Liczba osób współpracujących w oparciu o umowę o współpracy (B2B)	19	51	70	19	51	70
Liczba osób współpracujących w oparciu o umowy powołania	1	1	2	1	1	2
Liczba osób współpracujących w formie outsourcingu	8	18	26	8	18	26

1. Dane zbierane są w tej formie od roku 2021.

Pracownicy zatrudnieni na umowach na czas nieokreślony

	Grupa Żywiec									Grupa Kapitałowa									
	2020			2021			zmiana r/r			2020			2021			zmiana r/r			
	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	
w przeliczeniu na pełne etaty																			
<b>Kadra wyższego szczebla, w tym:</b>	<b>7,0</b>	<b>24,0</b>	<b>31,0</b>	<b>5,0</b>	<b>27,0</b>	<b>32,0</b>	<b>-28,6%</b>	<b>+12,5%</b>	<b>+3,2%</b>	<b>16,0</b>	<b>46,0</b>	<b>62,0</b>	<b>19,0</b>	<b>42,0</b>	<b>61,0</b>	<b>+18,8%</b>	<b>-8,7%</b>	<b>-1,6%</b>	
w wieku od 51 lat	1,0	10,0	11,0	0,0	13,0	13,0	-100,0%	+30,0%	+18,2%	2,0	11,0	13,0	1,0	13,0	14,0	-50,0%	+18,2%	+7,7%	
w wieku 31-50 lat	6,0	14,0	20,0	5,0	14,0	19,0	-16,7%	0,0%	-5,0%	14,0	35,0	49,0	18,0	29,0	47,0	28,6%	-17,1%	-4,1%	
w wieku do 30 lat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	-	
<b>Kadra średniego szczebla, w tym:</b>	<b>25,0</b>	<b>57,0</b>	<b>82,0</b>	<b>41,0</b>	<b>117,0</b>	<b>158,0</b>	<b>+64,0%</b>	<b>+105,3%</b>	<b>+92,7%</b>	<b>73,0</b>	<b>159,0</b>	<b>232,0</b>	<b>117,0</b>	<b>232,0</b>	<b>349,0</b>	<b>+60,3%</b>	<b>+45,9%</b>	<b>+50,4%</b>	
w wieku od 51 lat	4,0	14,0	18,0	10,0	37,0	47,0	+150,0%	+164,3%	+161,1%	6,0	18,0	24,0	14,0	44,0	58,0	+133,3%	+144,4%	+141,7%	
w wieku 31-50 lat	21,0	40,0	61,0	30,0	75,0	105,0	+42,9%	+87,5%	+72,1%	67,0	136,0	203,0	91,0	170,0	261,0	+35,8%	+25,0%	+28,6%	
w wieku do 30 lat	0,0	3,0	3,0	1,0	5,0	6,0	-	+66,7%	+100,0%	0,0	5,0	5,0	12,0	18,0	30,0	-	+260,0%	+500,0%	
<b>Pozostali pracownicy, w tym:</b>	<b>190,0</b>	<b>805,0</b>	<b>995,0</b>	<b>165,0</b>	<b>696,0</b>	<b>861,0</b>	<b>-13,2%</b>	<b>-13,5%</b>	<b>-13,5%</b>	<b>386,0</b>	<b>1 284,0</b>	<b>1 670,0</b>	<b>272,0</b>	<b>912,0</b>	<b>1 184,0</b>	<b>-29,5%</b>	<b>-29,0%</b>	<b>-29,1%</b>	
w wieku od 51 lat	51,0	237,0	288,0	54,0	251,0	305,0	+5,9%	+5,9%	+5,9%	61,0	279,0	340,0	59,0	278,0	337,0	-3,3%	-0,4%	-0,9%	
w wieku 31-50 lat	113,0	451,0	564,0	83,0	323,0	406,0	-26,5%	-28,4%	-28,0%	259,0	814,0	1 073,0	163,0	487,0	650,0	-37,1%	-40,2%	+39,4%	
w wieku do 30 lat	26,0	117,0	143,0	28,0	122,0	150,0	+7,7%	+4,3%	+4,9%	66,0	191,0	257,0	50,0	147,0	197,0	-24,2%	-23,0%	-23,3%	
<b>Pracownicy wszystkich szczebli struktury</b>																			
w wieku od 51 lat	56,0	261,0	317,0	64,0	301,0	365,0	+14,3%	+15,3%	+15,1%	69,0	308,0	377,0	74,0	335,0	409,0	+7,2%	+8,8%	+8,5%	
w wieku 31-50 lat	140,0	505,0	645,0	118,0	412,0	530,0	-15,7%	-18,4%	-17,8%	340,0	985,0	1 325,0	272,0	686,0	958,0	-20,0%	-30,4%	-27,7%	
w wieku do 30 lat	26,0	120,0	146,0	29,0	127,0	156,0	+11,5%	+5,8%	+6,8%	66,0	196,0	262,0	62,0	165,0	227,0	-6,1%	-15,8%	-13,4%	
<b>Łącznie dla wszystkich szczebli struktury</b>	<b>222,0</b>	<b>886,0</b>	<b>1 108,0</b>	<b>211,0</b>	<b>840,0</b>	<b>1 051,0</b>	<b>-5,0%</b>	<b>-5,2%</b>	<b>-5,1%</b>	<b>475,0</b>	<b>1 489,0</b>	<b>1 964,0</b>	<b>408,0</b>	<b>1 186,0</b>	<b>1 594,0</b>	<b>-14,1%</b>	<b>-20,3%</b>	<b>-18,8%</b>	

Pracownicy zatrudnieni na umowach na czas określony

	Grupa Żywiec									Grupa Kapitałowa									
	2020			2021			zmiana r/r			2020			2021			zmiana r/r			
	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	
w przeliczeniu na pełne etaty																			
<b>Kadra wyższego szczebla, w tym:</b>	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>-</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>-</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	
w wieku od 51 lat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	-	
w wieku 31-50 lat	0,0	1,0	1,0	0,0	1,0	1,0	-	0,0%	0,0%	0,0	1,0	1,0	0,0	1,0	1,0	-	0,0%	0,0%	
w wieku do 30 lat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	-	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	-	
<b>Kadra średniego szczebla, w tym:</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>3,0</b>	<b>0,0</b>	<b>3,0</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0,0</b>	<b>1,0</b>	<b>1,0</b>	<b>7,0</b>	<b>4,0</b>	<b>11,0</b>	<b>-</b>	<b>+300,0%</b>	<b>+1000,0%</b>	
w wieku od 51 lat	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	-	-	-	0,0	0,0	0,0	0,0	1,0	1,0	-	-	-	
w wieku 31-50 lat	0,0	0,0	0,0	1,0	0,0	1,0	-	-	-	0,0	1,0	1,0	5,0	1,0	6,0	-	0,0%	+500,0%	
w wieku do 30 lat	0,0	0,0	0,0	2,0	0,0	2,0	-	-	-	0,0	0,0	0,0	2,0	2,0	4,0	-	-	-	
<b>Pozostali pracownicy, w tym:</b>	<b>15,0</b>	<b>79,0</b>	<b>94,0</b>	<b>12,0</b>	<b>64,0</b>	<b>76,0</b>	<b>-20,0%</b>	<b>-19,0%</b>	<b>-19,1%</b>	<b>32,0</b>	<b>115,0</b>	<b>147,0</b>	<b>29,0</b>	<b>95,0</b>	<b>124,0</b>	<b>-9,4%</b>	<b>-17,4%</b>	<b>-15,6%</b>	
w wieku od 51 lat	0,0	1,0	1,0	1,0	1,0	2,0	-	0,0%	100,0%	0,0	3,0	3,0	1,0	1,0	2,0	-	-66,7%	-33,3%	
w wieku 31-50 lat	8,0	35,0	43,0	5,0	18,0	23,0	-37,5%	-48,6%	-46,5%	12,0	53,0	65,0	12,0	37,0	49,0	0,0%	-30,2%	-24,6%	
w wieku do 30 lat	7,0	43,0	50,0	6,0	45,0	51,0	-14,3%	4,7%	2,0%	20,0	59,0	79,0	16,0	57,0	73,0	-20,0%	-3,4%	-7,6%	
<b>Pracownicy wszystkich szczebli struktury</b>																			
w wieku od 51 lat	0,0	1,0	1,0	1,0	1,0	2,0	-	0,0%	100,0%	0,0	3,0	3,0	1,0	2,0	3,0	-	-33,3%	0,0%	
w wieku 31-50 lat	8,0	36,0	44,0	6,0	19,0	25,0	-25,0%	-47,2%	-43,2%	12,0	55,0	67,0	17,0	39,0	56,0	+41,7%	-29,1%	-16,4%	
w wieku do 30 lat	7,0	43,0	50,0	8,0	45,0	53,0	14,3%	4,7%	6,0%	20,0	59,0	79,0	18,0	59,0	77,0	-10,0%	0,0%	-2,5%	
<b>Łącznie dla wszystkich szczebli struktury</b>	<b>15,0</b>	<b>80,0</b>	<b>95,0</b>	<b>15,0</b>	<b>65,0</b>	<b>80,0</b>	<b>0,0%</b>	<b>-18,8%</b>	<b>-15,8%</b>	<b>32,0</b>	<b>117,0</b>	<b>149,0</b>	<b>36,0</b>	<b>100,0</b>	<b>136,0</b>	<b>12,5%</b>	<b>-14,5%</b>	<b>-8,7%</b>	



LICZBA NOWOZATRUDNIONYCH PRACOWNIKÓW I ODEJŚĆ PRACOWNIKÓW W PRZELICZENIU NA OSOBY W DANYM ROKU

Pracownicy **nowozatrudnieni w ciągu roku na czas nieokreślony**

liczba osób	Grupa Żywiec									Grupa Kapitałowa								
	2020			2021			zmiana r/r			2020			2021			zmiana r/r		
	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M
<b>Kadra wyższego szczebla, w tym:</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-100,0%</b>	<b>-50,0%</b>	<b>-75,0%</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>-66,7%</b>	<b>-71,4%</b>	<b>-70,0%</b>
w wieku od 51 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	0	0	0	0	0	-	-	-
w wieku 31-50 lat	2	2	4	0	1	1	-100,0%	-50,0%	-75,0%	3	7	10	1	2	3	-66,7%	-71,4%	-70,0%
w wieku do 30 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	0	0	0	0	0	-	-	-
<b>Kadra średniego szczebla, w tym:</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>-100,0%</b>	<b>-100,0%</b>	<b>3</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>+100,0%</b>	<b>-54,5%</b>	<b>-21,4%</b>
w wieku od 51 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	1	1	0	0	0	-	-100,0%	-100,0%
w wieku 31-50 lat	0	3	3	0	0	0	-	-100,0%	-100,0%	3	10	13	6	3	9	+100,0%	-70,0%	-30,8%
w wieku do 30 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	0	0	0	2	2	-	-	-
<b>Pozostali pracownicy, w tym:</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>+60,0%</b>	<b>+66,7%</b>	<b>+62,5%</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>14</b>	<b>-25,0%</b>	<b>-44,4%</b>	<b>-33,3%</b>
w wieku od 51 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	1	1	0	0	0	-	-100,0%	-100,0%
w wieku 31-50 lat	5	3	8	4	3	7	-20,0%	0,0%	-12,5%	10	8	18	4	3	7	-60,0%	-62,5%	-61,1%
w wieku do 30 lat	0	0	0	4	2	6	-	-	-	2	0	2	5	2	7	+150,0%	-	+250,0%
<b>Pracownicy wszystkich szczebli struktury</b>																		
w wieku od 51 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	2	2	0	0	0	-	-100,0%	-100,0%
w wieku 31-50 lat	7	8	15	4	4	8	-42,9%	-50,0%	-46,7%	16	25	41	11	8	19	-31,3%	-68,0%	-53,7%
w wieku do 30 lat	0	0	0	4	2	6	-	-	-	2	0	2	5	4	9	+150,0%	-	+350,0%
<b>Łącznie dla wszystkich szczebli struktury</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>15</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>14</b>	<b>+14,3%</b>	<b>-25,0%</b>	<b>-6,7%</b>	<b>18</b>	<b>27</b>	<b>45</b>	<b>16</b>	<b>12</b>	<b>28</b>	<b>-11,1%</b>	<b>-55,6%</b>	<b>-37,8%</b>

Pracownicy **nowozatrudnieni w ciągu roku na czas określony**

liczba osób	Grupa Żywiec									Grupa Kapitałowa								
	2020			2021			zmiana r/r			2020			2021			zmiana r/r		
	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M
<b>Kadra wyższego szczebla, w tym:</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>
w wieku od 51 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	0	0	0	0	0	-	-	-
w wieku 31-50 lat	0	0	0	0	1	1	-	0,0%	0,0%	0	1	1	0	1	1	-	0,0%	0,0%
w wieku do 30 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	0	0	0	0	0	-	-	-
<b>Kadra średniego szczebla, w tym:</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>-</b>	<b>+300,0%</b>	<b>+1000,0%</b>
w wieku od 51 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	0	0	0	1	1	-	0,0%	0,0%
w wieku 31-50 lat	0	0	0	1	0	1	-	0,0%	0,0%	0	1	1	5	1	6	-	0,0%	+500,0%
w wieku do 30 lat	0	0	0	2	0	2	-	0,0%	0,0%	0	0	0	2	2	4	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Pozostali pracownicy, w tym:</b>	<b>20</b>	<b>95</b>	<b>115</b>	<b>8</b>	<b>44</b>	<b>52</b>	<b>-60,0%</b>	<b>-53,7%</b>	<b>-54,8%</b>	<b>32</b>	<b>132</b>	<b>164</b>	<b>24</b>	<b>73</b>	<b>97</b>	<b>-25,0%</b>	<b>-44,7%</b>	<b>-40,9%</b>
w wieku od 51 lat	0	4	4	1	1	2	-	-75,0%	-50,0%	0	5	5	1	1	2	0,0%	-80,0%	-60,0%
w wieku 31-50 lat	9	39	48	3	13	16	-66,7%	-66,7%	-66,7%	12	59	71	9	31	40	-25,0%	-47,5%	-43,7%
w wieku do 30 lat	11	52	63	4	30	34	-63,6%	-42,3%	-46,0%	20	68	88	14	41	55	-30,0%	-39,7%	-37,5%
<b>Pracownicy wszystkich szczebli struktury</b>																		
w wieku od 51 lat	0	4	4	1	1	2	-	-75,0%	-50,0%	0	5	5	1	2	3	-	-60,0%	-40,0%
w wieku 31-50 lat	9	39	48	4	14	18	-55,6%	-64,1%	-62,5%	12	61	73	14	33	47	16,7%	-45,9%	-35,6%
w wieku do 30 lat	11	52	63	6	30	36	-45,5%	-42,3%	-42,9%	20	68	88	16	43	59	-20,0%	-36,8%	-33,0%
<b>Łącznie dla wszystkich szczebli struktury</b>	<b>20</b>	<b>95</b>	<b>115</b>	<b>11</b>	<b>45</b>	<b>56</b>	<b>-45,0%</b>	<b>-52,6%</b>	<b>-51,3%</b>	<b>32</b>	<b>134</b>	<b>166</b>	<b>31</b>	<b>78</b>	<b>109</b>	<b>-3,1%</b>	<b>-41,8%</b>	<b>-34,3%</b>

Pracownicy **nowozatrudnieni w ciągu roku na czas określony i nieokreślony**

liczba osób	Grupa Żywiec									Grupa Kapitałowa								
	2020			2021			zmiana r/r			2020			2021			zmiana r/r		
	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M
<b>Kadra wyższego szczebla, w tym:</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-100,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>-50,0%</b>	<b>3</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>-66,7%</b>	<b>-62,5%</b>	<b>-63,6%</b>
w wieku od 51 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	0	0	0	0	0	-	-	-
w wieku 31-50 lat	2	2	4	0	2	2	-100,0%	0,0%	-50,0%	3	8	11	1	3	4	-66,7%	-62,5%	-63,6%
w wieku do 30 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	0	0	0	0	0	-	-	-
<b>Kadra średniego szczebla, w tym:</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>-100,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>3</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	<b>13</b>	<b>9</b>	<b>22</b>	<b>+333,3%</b>	<b>-25,0%</b>	<b>46,7%</b>
w wieku od 51 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	1	1	0	1	1	-	0,0%	0,0%
w wieku 31-50 lat	0	3	3	1	0	1	-	-100,0%	-66,7%	3	11	14	11	4	15	+266,7%	-63,6%	+7,1%
w wieku do 30 lat	0	0	0	2	0	2	-	-	-	0	0	0	2	4	6	-	-	-
<b>Pozostali pracownicy, w tym:</b>	<b>25</b>	<b>98</b>	<b>123</b>	<b>16</b>	<b>49</b>	<b>65</b>	<b>-36,0%</b>	<b>-50,0%</b>	<b>-47,2%</b>	<b>44</b>	<b>141</b>	<b>185</b>	<b>33</b>	<b>78</b>	<b>111</b>	<b>-25,0%</b>	<b>-44,7%</b>	<b>-40,0%</b>
w wieku od 51 lat	0	4	4	1	1	2	-	-75,0%	-50,0%	0	6	6	1	1	2	-	-83,3%	-66,7%
w wieku 31-50 lat	14	42	56	7	16	23	-50,0%	-61,9%	-58,9%	22	67	89	13	34	47	-40,9%	-49,3%	-47,2%
w wieku do 30 lat	11	52	63	8	32	40	-27,3%	-38,5%	-36,5%	22	68	90	19	43	62	-13,6%	-36,8%	-31,1%
<b>Pracownicy wszystkich szczebli struktury</b>																		
w wieku od 51 lat	0	4	4	1	1	2	-	-75,0%	-50,0%	0	7	7	1	2	3	-	-71,4%	-57,1%
w wieku 31-50 lat	16	47	63	8	18	26	-50,0%	-61,7%	-58,7%	28	86	114	25	41	66	-10,7%	-52,3%	-42,1%
w wieku do 30 lat	11	52	63	10	32	42	-9,1%	-38,5%	-33,3%	22	68	90	21	47	68	-4,5%	-30,9%	-24,4%
<b>Łącznie dla wszystkich szczebli struktury</b>	<b>27</b>	<b>103</b>	<b>130</b>	<b>19</b>	<b>51</b>	<b>70</b>	<b>-29,6%</b>	<b>-50,5%</b>	<b>-46,2%</b>	<b>50</b>	<b>161</b>	<b>211</b>	<b>47</b>	<b>90</b>	<b>137</b>	<b>-6,0%</b>	<b>-44,1%</b>	<b>-35,1%</b>

Pracownicy zatrudnieni na czas nieokreślony, którzy odeszli z pracy w ciągu roku

liczba osób	Grupa Żywiec									Grupa Kapitałowa								
	2020			2021			zmiana r/r			2020			2021			zmiana r/r		
	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M
<b>Kadra wyższego szczebla, w tym:</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>+200,0%</b>	<b>0,0%</b>	<b>+40,0%</b>	<b>2</b>	<b>13</b>	<b>15</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>14</b>	<b>+100,0%</b>	<b>-23,1%</b>	<b>-6,7%</b>
w wieku od 51 lat	1	2	3	1	2	3	0,0%	0,0%	0,0%	1	4	5	1	3	4	0,0%	-25,0%	-20,0%
w wieku 31-50 lat	0	2	2	2	2	4	-	0,0%	+100,0%	1	9	10	3	7	10	+200,0%	-22,2%	0,0%
w wieku do 30 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	0	0	0	0	0	-	-	-
<b>Kadra średniego szczebla, w tym:</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>18</b>	<b>23</b>	<b>+25,0%</b>	<b>+350,0%</b>	<b>+187,5%</b>	<b>7</b>	<b>19</b>	<b>26</b>	<b>24</b>	<b>65</b>	<b>89</b>	<b>+242,9%</b>	<b>+242,1%</b>	<b>242,3%</b>
w wieku od 51 lat	4	3	7	1	5	6	-75,0%	+66,7%	-14,3%	4	7	11	1	7	8	-75,0%	0,0%	-27,3%
w wieku 31-50 lat	0	1	1	3	12	15	-	+1100,0%	+1400,0%	3	12	15	18	52	70	+500,0%	+333,3%	+366,7%
w wieku do 30 lat	0	0	0	1	1	2	-	-	-	0	0	0	5	6	11	-	-	-
<b>Pozostali pracownicy, w tym:</b>	<b>21</b>	<b>66</b>	<b>87</b>	<b>23</b>	<b>82</b>	<b>105</b>	<b>+9,5%</b>	<b>+24,2%</b>	<b>+20,7%</b>	<b>59</b>	<b>155</b>	<b>214</b>	<b>55</b>	<b>172</b>	<b>227</b>	<b>-6,8%</b>	<b>+11,0%</b>	<b>+6,1%</b>
w wieku od 51 lat	14	32	46	11	39	50	-21,4%	+21,9%	+8,7%	18	35	53	12	49	61	-33,3%	+40,0%	+15,1%
w wieku 31-50 lat	6	28	34	7	25	32	16,7%	-10,7%	-5,9%	35	104	139	30	94	124	-14,3%	-9,6%	-10,8%
w wieku do 30 lat	1	6	7	5	18	23	+400,0%	+200,0%	+228,6%	6	16	22	13	29	42	+116,7%	+81,3%	+90,9%
<b>Pracownicy wszystkich szczebli struktury</b>																		
w wieku od 51 lat	19	37	56	13	46	59	-31,6%	+24,3%	+5,4%	23	46	69	14	59	73	-39,1%	+28,3%	+5,8%
w wieku 31-50 lat	6	31	37	12	39	51	100,0%	+25,8%	+37,8%	39	125	164	51	153	204	+30,8%	+22,4%	+24,4%
w wieku do 30 lat	1	6	7	6	19	25	500,0%	+216,7%	+257,1%	6	16	22	18	35	53	+200,0%	+118,8%	+140,9%
<b>Łącznie dla wszystkich szczebli struktury</b>	<b>26</b>	<b>74</b>	<b>100</b>	<b>31</b>	<b>104</b>	<b>135</b>	<b>19,2%</b>	<b>+40,5%</b>	<b>+35,0%</b>	<b>68</b>	<b>187</b>	<b>255</b>	<b>83</b>	<b>247</b>	<b>330</b>	<b>+22,1%</b>	<b>+32,1%</b>	<b>+29,4%</b>

Pracownicy zatrudnieni na czas określony, którzy odeszli z pracy w ciągu roku

liczba osób	Grupa Żywiec									Grupa Kapitałowa								
	2020			2021			zmiana r/r			2020			2021			zmiana r/r		
	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M
<b>Kadra wyższego szczebla, w tym:</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>0,0%</b>	<b>0,0%</b>
w wieku od 51 lat	0	0	0	0	1	1	-	-	-	0	0	0	0	1	1	-	-	-
w wieku 31-50 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	1	1	0	0	0	-	-100,0%	-100,0%
w wieku do 30 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	0	0	0	0	0	-	-	-
<b>Kadra średniego szczebla, w tym:</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>-</b>	<b>-100,0%</b>	<b>-100,0%</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>-</b>	<b>+100,0%</b>	<b>+100,0%</b>
w wieku od 51 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	0	0	0	0	0	-	-	-
w wieku 31-50 lat	0	1	1	0	0	0	-	-100,0%	-100,0%	0	1	1	0	0	0	-	-100,0%	-100,0%
w wieku do 30 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	0	0	0	2	2	-	-	-
<b>Pozostali pracownicy, w tym:</b>	<b>10</b>	<b>75</b>	<b>85</b>	<b>8</b>	<b>66</b>	<b>74</b>	<b>-20,0%</b>	<b>-12,0%</b>	<b>-12,9%</b>	<b>32</b>	<b>94</b>	<b>126</b>	<b>16</b>	<b>76</b>	<b>92</b>	<b>-50,0%</b>	<b>-19,1%</b>	<b>-27,0%</b>
w wieku od 51 lat	3	36	39	0	6	6	-100,0%	-83,3%	-84,6%	3	39	42	0	6	6	-100,0%	-84,6%	-85,7%
w wieku 31-50 lat	7	34	41	2	25	27	-71,4%	-26,5%	-34,1%	15	46	61	4	30	34	-73,3%	-34,8%	-44,3%
w wieku do 30 lat	0	5	5	6	35	41	-	+600,0%	+720,0%	14	9	23	12	40	52	-14,3%	+344,4%	+126,1%
<b>Pracownicy wszystkich szczebli struktury</b>																		
w wieku od 51 lat	3	36	39	0	7	7	-100,0%	-80,6%	-82,1%	3	39	42	0	7	7	-100,0%	-82,1%	-83,3%
w wieku 31-50 lat	7	35	42	2	25	27	-71,4%	-28,6%	-35,7%	15	48	63	4	30	34	-73,3%	-37,5%	-46,0%
w wieku do 30 lat	0	5	5	6	35	41	-	+600,0%	+720,0%	14	9	23	12	42	54	-14,3%	+366,7%	+134,8%
<b>Łącznie dla wszystkich szczebli struktury</b>	<b>10</b>	<b>76</b>	<b>86</b>	<b>8</b>	<b>67</b>	<b>75</b>	<b>-20,0%</b>	<b>-11,8%</b>	<b>-12,8%</b>	<b>32</b>	<b>96</b>	<b>128</b>	<b>16</b>	<b>79</b>	<b>95</b>	<b>-50,0%</b>	<b>-17,7%</b>	<b>-25,8%</b>

**Pracownicy zatrudnieni na czas określony i nieokreślony, którzy odeszli z pracy w ciągu roku**

liczba osób	Grupa Żywiec									Grupa Kapitałowa								
	2020			2021			zmiana r/r			2020			2021			zmiana r/r		
	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M
<b>Kadra wyższego szczebla, w tym:</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>+200,0%</b>	<b>+25,0%</b>	<b>+60,0%</b>	<b>2</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>+100,0%</b>	<b>-21,4%</b>	<b>-6,3%</b>
w wieku od 51 lat	1	2	3	1	3	4	0,0%	+50,0%	+33,3%	1	4	5	1	4	5	0,0%	0,0%	0,0%
w wieku 31-50 lat	0	2	2	2	2	4	-	0,0%	+100,0%	1	10	11	3	7	10	200,0%	-30,0%	-9,1%
w wieku do 30 lat	0	0	0	0	0	0	-	-	-	0	0	0	0	0	0	-	-	-
<b>Kadra średniego szczebla, w tym:</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>9</b>	<b>5</b>	<b>18</b>	<b>23</b>	<b>+25,0%</b>	<b>+260,0%</b>	<b>+155,6%</b>	<b>7</b>	<b>20</b>	<b>27</b>	<b>24</b>	<b>67</b>	<b>91</b>	<b>+242,9%</b>	<b>+235,0%</b>	<b>+237,0%</b>
w wieku od 51 lat	4	3	7	1	5	6	-75,0%	66,7%	-14,3%	4	7	11	1	7	8	-75,0%	0,0%	-27,3%
w wieku 31-50 lat	0	2	2	3	12	15	-	+500,0%	+650,0%	3	13	16	18	52	70	500,0%	300,0%	337,5%
w wieku do 30 lat	0	0	0	1	1	2	-	-	-	0	0	0	5	8	13	-	-	-
<b>Pozostali pracownicy, w tym:</b>	<b>31</b>	<b>141</b>	<b>172</b>	<b>31</b>	<b>148</b>	<b>179</b>	<b>0,0%</b>	<b>+5,0%</b>	<b>+4,1%</b>	<b>91</b>	<b>249</b>	<b>340</b>	<b>71</b>	<b>248</b>	<b>319</b>	<b>-22,0%</b>	<b>-0,4%</b>	<b>-6,2%</b>
w wieku od 51 lat	17	68	85	11	45	56	-35,3%	-33,8%	-34,1%	21	74	95	12	55	67	-42,9%	-25,7%	-29,5%
w wieku 31-50 lat	13	62	75	9	50	59	-30,8%	-19,4%	-21,3%	50	150	200	34	124	158	-32,0%	-17,3%	-21,0%
w wieku do 30 lat	1	11	12	11	53	64	+1000,0%	+381,8%	+433,3%	20	25	45	25	69	94	25,0%	176,0%	108,9%
<b>Pracownicy wszystkich szczebli struktury</b>																		
w wieku od 51 lat	22	73	95	13	53	66	-40,9%	-27,4%	-30,5%	26	85	111	14	66	80	-46,2%	-22,4%	-27,9%
w wieku 31-50 lat	13	66	79	14	64	78	7,7%	-3,0%	-1,3%	54	173	227	55	183	238	1,9%	5,8%	4,8%
w wieku do 30 lat	1	11	12	12	54	66	+1100,0%	+390,9%	450,0%	20	25	45	30	77	107	50,0%	208,0%	137,8%
<b>Łącznie dla wszystkich szczebli struktury</b>	<b>36</b>	<b>150</b>	<b>186</b>	<b>39</b>	<b>171</b>	<b>210</b>	<b>+8,3%</b>	<b>+14,0%</b>	<b>+12,9%</b>	<b>100</b>	<b>283</b>	<b>383</b>	<b>99</b>	<b>326</b>	<b>425</b>	<b>-1,0%</b>	<b>+15,2%</b>	<b>+11,0%</b>

**Pracownicy z niepełnosprawnościami**

w przeliczeniu na pełne etaty	Grupa Żywiec									Grupa Kapitałowa								
	2020			2021			zmiana r/r			2020			2021			zmiana r/r		
	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M
Liczba pracowników niepełnosprawnych wg stanu na koniec roku obrotowego	1	3	4	1	1	2	0,0%	-66,7%	-50,0%	3	4	7	3	2	5	0,0%	-50,0%	-28,6%
Wysokość odprowadzonych składek na PFRON (zł)	911 835,0			880 359,0			-3,5%			2 275 635,0			1 767 270,0			-22,3%		

## Wskaźniki BHP

GRI 403-9

### Wskaźniki dotyczące zagadnień BHP

GRI 403-10

Grupa Żywiec

Grupa Kapitałowa

	Grupa Żywiec			Grupa Kapitałowa		
	2020	2021	zmiana r/r	2020	2021	zmiana r/r
<b>Wypadki wśród pracowników</b>						
Liczba wypadków, w tym:	11	9	-18,2%	17	12	-29,4%
wypadki lekkie	11	0	-100,0%	17	0	-100,0%
wypadki ciężkie	0	0	-	0	0	-
wypadki śmiertelne	0	0	-	0	0	-
wypadki zbiorowe	0	9	-	0	12	-
<b>Wypadki wśród pracowników podwykonawców pracujących na terenie zakładu</b>						
Liczba wypadków, w tym:	0	2	-	1	2	100,0%
wypadki lekkie	0	0	-	1	0	-100,0%
wypadki ciężkie	0	0	-	0	0	-
wypadki śmiertelne	0	0	-	0	0	-
wypadki zbiorowe	0	2	-	0	2	-
<b>Wskaźniki wypadkowości</b>						
Wskaźnik częstości wypadków (wypadki przy pracy na 1000 zatrudnionych)	9,1	8,0	-13,0%	8,0	6,9	-13,8%
Liczba dni niezdolności do pracy spowodowanych wypadkami	92	539	485,9%	285	702	146,3%
Wskaźnik ciężkości wypadków (liczba dni niezdolności do pracy na jeden wypadek)	8,4	59,9	616,1%	16,8	58,5	248,9%
<b>Choroby zawodowe</b>						
Liczba stwierdzonych w danym roku przypadków chorób zawodowych	0	0	-	0	0	-
<b>Praca w warunkach przekroczenia norm</b>						
Liczba pracowników pracujących w danym roku w warunkach przekroczenia najwyższych dopuszczalnych stężeń (NDS) lub najwyższych dopuszczalnych natężeń (NDN)	259	262	1,2%	265	262	-1,1%

## Informacje o urloпах macierzyńskich i tacierzyńskich

liczba osób	Grupa Żywiec									Grupa Kapitałowa								
	2020			2021			zmiana r/r			2020			2021			zmiana r/r		
	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M
Liczba osób, które rozpoczęły urlop rodzicielski, macierzyński i wychowawczy	16	0	16	7	0	7	-56,3%	-	-56,3%	33	0	33	20	0	20	-39,4%	-	-39,4%
Liczba osób, które zakończyły urlop rodzicielski, macierzyński i wychowawczy	6	0	6	10	0	10	66,7%	-	66,7%	19	0	19	19	0	19	0,0%	-	0,0%
Liczba osób, które odeszły z pracy po tym, jak w poprzednim okresie zakończyły urlop rodzicielski, macierzyński i wychowawczy	1	0	1	0	0	0	-100,0%	-	-100,0%	4	0	4	0	0	0	-100,0%	-	-100,0%
Odsetek osób, które odeszły z pracy po tym, jak w poprzednim okresie zakończyły urlop rodzicielski, macierzyński i wychowawczy	0	-	0	0%	-	0%	-	-	-	0	-	0	0%	-	0%	-	-	-

## Informacje o szkoleniach

### Średnia liczba godzin szkoleniowych

liczba godzin na pracownika w danym okresie	Grupa Żywiec									Grupa Kapitałowa								
	2020			2021			zmiana r/r			2020			2021			zmiana r/r		
	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M	K	M	K+M
Wyższa kadra zarządzająca	7,9	13,8	12,5	32,1	23,6	24,9	308,5%	71,2%	99,3%	17,2	16,3	16,5	20,1	22,5	21,8	17,0%	38,5%	32,0%
Menedżerowie i kierownicy	9,5	10,9	10,5	8,3	7,2	7,5	-13,0%	-34,7%	-29,0%	9,2	12,2	11,2	5,9	7,2	6,7	-36,3%	-41,0%	-40,2%
Pozostali pracownicy	2,3	1,1	1,3	1,3	0,8	0,9	-46,3%	-27,2%	-33,6%	3,3	2,4	2,6	2,6	1,2	1,5	-20,3%	-51,5%	-42,5%
Wszyscy pracownicy	3,3	2,0	2,2	3,3	2,3	2,5	1,3%	16,6%	12,3%	4,6	3,8	4,0	4,3	3,0	3,3	-6,6%	-21,3%	-16,7%
Wydatki na szkolenia w danym okresie (tys. zł)	56,0	137,1	193,0	105,9	249,7	355,6	89,1%	82,2%	84,2%	243,1	641,9	885,0	264,7	624,3	889,0	8,9%	-2,7%	0,5%
Przeciętne wydatki szkoleniowe rocznie na jednego pracownika (w zł)	236,2	141,9	160,5	468,5	275,9	314,4	98,3%	94,5%	95,9%	479,4	399,7	418,8	596,2	485,5	513,9	24,4%	21,5%	22,7%



## Szczegółowe dane środowiskowe

GRI 302-1

### Paliwa i energia

GRI 302-2

GRI 302-3

GRI 302-4

GRI 302-5

Paliwa zużyte w budynkach i instalacjach	jednostka	Grupa Żywiec			Grupa Kapitałowa		
		2020	2021	zmiana r/r	2020	2021	zmiana r/r
Gaz ziemny	m <sup>3</sup>	9 517 378,6	9 375 327,5	-1,5%	10 547 764,6	9 375 327,5	-11,1%
Olej opałowy	l	9 160,2	3 077,7	-66,4%	73 147,2	3 077,7	-95,8%
Olej napędowy	l	1 917,8	714,0	-62,8%	1 917,8	714,0	-62,8%
Biogaz	m <sup>3</sup>	1 865 283,8	2 167 491,5	16,2%	2 153 269,8	2 167 491,5	0,7%
LPG	l	60,7	208 109,1	342964,7%	60,7	208 109,1	342964,7%
Gaz ziemny	MWh	96 812,9	95 367,9	-1,5%	107 294,2	95 367,9	-11,1%
Olej opałowy	MWh	88,4	29,7	-66,4%	706,0	29,7	-95,8%
Olej napędowy	MWh	19,1	7,1	-62,8%	19,1	7,1	-62,8%
Biogaz	MWh	11 191,7	13 004,9	16,2%	12 919,6	13 004,9	0,7%
LPG	MWh	0,4	1 487,5	342964,7%	0,4	1 487,5	342964,7%
<b>Łącznie paliwa zużyte w budynkach i instalacjach</b>	<b>MWh</b>	<b>108 112,5</b>	<b>0,0</b>	<b>-100,0%</b>	<b>120 939,3</b>	<b>0,0</b>	<b>-100,0%</b>

### Paliwa zużyte w transporcie pojazdami własnymi

#### Transport wewnętrzny (w browarach)

Benzyna	l	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0
Olej napędowy	l	5 097,0	0,0	-100,0%	5 097,0	0,0	-100,0%
LPG	l	200 799,7	0,0	-100,0%	204 855,7	0,0	-100,0%

#### Transport zewnętrzny (flota)

Benzyna	l	62 353,3	63 903,0	2,5%	490 139,9	513 696,0	4,8%
Olej napędowy	l	141 143,4	74 493,0	-47,2%	1 201 260,7	507 454,0	-57,8%
LPG	l	0,0	0,0	#DZIEL/O!	0,0	0,0	#DZIEL/O!

#### Transport łącznie

Benzyna	l	69 418,1	63 903,0	-7,9%	609 584,1	513 696,0	-15,7%
Olej napędowy	l	96 499,7	74 493,0	-22,8%	738 582,5	507 454,0	-31,3%
LPG	l	200 799,7	0,0	-100,0%	204 855,7	0,0	-100,0%

#### Transport wewnętrzny (w browarach)

Benzyna	MWh	0,0	0,0	0	0,0	0,0	0
Olej napędowy	MWh	50,7	0,0	-100,0%	50,7	0,0	-100,0%
LPG	MWh	1 435,2	0,0	-100,0%	1 464,2	0,0	-100,0%
Transport wewnętrzny łącznie	MWh	1 485,9	0,0	-100,0%	1 514,9	0,0	-100,0%

#### Transport zewnętrzny (flota)

Benzyna	MWh	638,5	587,8	-7,9%	5 607,2	4 725,2	-15,7%
Olej napędowy	MWh	908,9	0,0	-100,0%	7 293,6	0,0	-100,0%
LPG	MWh	0,0	0,0	#DZIEL/O!	0,0	0,0	#DZIEL/O!
Transport zewnętrzny łącznie	MWh	1 547,4	587,8	-62,0%	12 900,8	4 725,2	-63,4%

#### Transport łącznie

Benzyna	MWh	638,5	587,8	-7,9%	5 607,2	4 725,2	-15,7%
Olej napędowy	MWh	959,6	0,0	-100,0%	7 344,3	0,0	-100,0%
LPG	MWh	1 435,2	0,0	-100,0%	1 464,2	0,0	-100,0%

<b>Transport łącznie (wewnętrzny i zewnętrzny)</b>	<b>MWh</b>	<b>3 033,3</b>	<b>587,8</b>	<b>-80,6%</b>	<b>14 415,7</b>	<b>4 725,2</b>	<b>-67,2%</b>
--	------------	----------------	--------------	---------------	-----------------	----------------	---------------

## Zakupiona energia

	jednostka	Grupa Żywiec			Grupa Kapitałowa		
		2020	2021	zmiana r/r	2020	2021	zmiana r/r
Energia elektryczna	MWh	60 418,0	68 974,6	14,2%	65 842,9	68 974,6	4,8%
-w tym odsetek energii elektrycznej pochodzącej z odnawialnych źródeł energii	%	96,8%	0,0%	-96,8%	90,2%	0,0%	-90,2%
Energia ciepła	MWh	40 589,8	41 663,4	2,6%	40 589,8	41 663,4	2,6%
-w tym odsetek energii cieplnej pochodzącej z odnawialnych źródeł energii	%	22,4%	49,6%	271%	22,4%	49,6%	271%
Energia nabywana łącznie (elektryczna i ciepła)	MWh	101 007,8	110 638,1	9,5%	106 432,7	110 638,1	4,0%
-w tym odsetek energii nabywanej (elektrycznej i cieplnej) pochodzącej z odnawialnych źródeł energii	%	66,9%	18,7%	-48,3%	64,3%	18,7%	-45,7%

## Wskaźniki intensywności energetycznej

	jednostka	Grupa Żywiec			Grupa Kapitałowa		
		2020	2021	zmiana r/r	2020	2021	zmiana r/r
Energia ze źródeł odnawialnych na 1 hektolitr piwa	kWh/hl	6,51	8,14	25,0%	6,23	8,51	36,5%
Energia ze źródeł odnawialnych na 1 mln zł przychodu	MWh/1mln zł	18,8	0	0	18,2	0	0
Energia ze źródeł nieodnawialnych na 1 hektolitr piwa	kWh/hl	13,92	1,86	-86,7%	15,78	1,86	-88,2%
Energia ze źródeł nieodnawialnych na 1 mln zł przychodu	MWh/1mln zł	40,1	0	0	46,2	0	0
<b>Energia ze wszystkich źródeł na 1 hektolitr piwa</b>	<b>kWh/hl</b>	<b>20,43</b>	<b>9,99</b>	<b>-51,1%</b>	<b>22,02</b>	<b>10,36</b>	<b>-52,9%</b>
<b>Energia ze wszystkich źródeł na 1 mln zł przychodu</b>	<b>MWh/1mln zł</b>	<b>58,9</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>64,4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

GRI 303-3

## Woda i ścieki

GRI 303-4

	jednostka	Grupa Żywiec			Grupa Kapitałowa		
		2020	2021	zmiana r/r	2020	2021	zmiana r/r
<b>Zużycie wody</b>							
Woda zakupiona	m <sup>3</sup>	486 765	515 283	5,9%	486 765	515 283	5,9%
Woda z ujęć własnych	m <sup>3</sup>	2 615 264	2 583 485	-1,2%	2 615 264	2 583 485	-1,2%
<b>Łącznie woda pobrana</b>	<b>m<sup>3</sup></b>	<b>3 102 029</b>	<b>3 098 768</b>	<b>-0,1%</b>	<b>3 102 029</b>	<b>3 098 768</b>	<b>-0,1%</b>
Woda zużyta do produkcji	m <sup>3</sup>	3 042 602	3 078 174	1,2%	3 042 602	3 078 174	1,2%
Zużycie wody na hektolitr piwa	hl/hl	2,77	2,77	-0,2%	2,8	2,77	-0,2%
Zużycie wody na 1 mln zł przychodu	m <sup>3</sup> /1mln zł	844,3	884,0	4,7%	810,7	887,8	9,5%
<b>Ścieki</b>							
Ścieki odprowadzone do sieci komunalnej	m <sup>3</sup>	1 621 834	1 585 706	-2,2%	1 621 834	1 585 706	-2,2%
Ścieki oczyszczone we własnej oczyszczalni	m <sup>3</sup>	143 814	216 730	50,7%	143 814	216 730	50,7%
<b>Łącznie odprowadzone ścieki</b>	<b>m<sup>3</sup></b>	<b>1 765 648</b>	<b>1 802 436</b>	<b>2,1%</b>	<b>1 765 648</b>	<b>1 802 436</b>	<b>2,1%</b>
Odprowadzone ścieki na hektolitr piwa	hl/hl	1,6	1,6	0,7%	1,6	1,6	0,7%
Odprowadzone ścieki na 1 mln zł przychodu	m <sup>3</sup> /1mln zł	490,0	517,6	5,6%	509,2	519,8	2,1%

GRI 305-1

GRI 305-2

GRI 305-4

GRI 305-5

## Emisje gazów cieplarnianych

	jednostka	Grupa Żywiec			Grupa Kapitałowa		
		2020	2021	zmiana r/r	2020	2021	zmiana r/r
<b>Scope 1</b>							
Emisje będące skutkiem zużycia paliw w budynkach i instalacjach	Mg CO2e	23 833,5	22 705,54	-4,7%	23 833,5	22 705,5	-4,7%
Emisje w transporcie wewnętrznym	Mg CO2e	330,0	219,9	-33,4%	330,0	219,9	-33,4%
Emisje w transporcie zewnętrznym	Mg CO2e	402,3	349,1	-13,2%	3 750,1	2 560,2	-31,7%
Łącznie emisje w transporcie	Mg CO2e	732,3	569,0	-22,3%	4 410,1	2 780,1	-37,0%
<b>Łącznie emisje w ramach Scope 1</b>	<b>Mg CO2e</b>	<b>25 067,7</b>	<b>23 274,5</b>	<b>-7,2%</b>	<b>28 013,1</b>	<b>25 485,6</b>	<b>-9,0%</b>
Emisje Scope 1 na 1 hl piwa	kg CO2e/hl	2,3	2,1	-8,4%	2,6	2,3	-10,2%
Emisje Scope 1 na 1 mln zł przychodu	Mg CO2e/1mln zł	7,0	6,7	-3,9%	7,5	7,4	-1,5%
<b>Scope 2</b>							
Location-based							
Emisje location-based będące skutkiem zakupu energii elektrycznej	Mg CO2e	52 846,1	48 162,5	-8,9%	52 846,1	48 162,5	-8,9%
Emisje location-based będące skutkiem zakupu energii cieplnej	Mg CO2e	14 100,9	14 562,5	+3,3%	14 100,9	14 562,5	+3,3%
<b>Łącznie emisje location-based w ramach Scope 2</b>	<b>Mg CO2e</b>	<b>66 947,0</b>	<b>62 725,0</b>	<b>-6,3%</b>	<b>66 947,0</b>	<b>62 725,0</b>	<b>-6,3%</b>
Market-based							
Emisje market-based będące skutkiem zakupu energii elektrycznej	Mg CO2e	0,0	0,0	-	8 262,7	0,0	-100,0%
Emisje market-based będące skutkiem zakupu energii cieplnej	Mg CO2e	12 879,3	8 980,2	-30,3%	12 879,3	8 980,2	-30,3%
<b>Łącznie emisje market-based w ramach Scope 2</b>	<b>Mg CO2e</b>	<b>21 141,9</b>	<b>8 980,2</b>	<b>-57,5%</b>	<b>21 141,9</b>	<b>8 980,2</b>	<b>-57,5%</b>
Emisje Scope 2 market-based na hektolitr piwa	kg CO2e/hl	1,9	0,8	-58,1%	1,9	0,8	-58,1%
Emisje Scope 2 market-based na 1 mln zł przychodu	Mg CO2e/1mln zł	5,9	2,6	-56,0%	5,6	2,6	-54,0%
<b>Scope 1+2</b>							
<b>Łącznie emisje w ramach Scope 1+2 market-based</b>	<b>Mg CO2e</b>	<b>46 209,6</b>	<b>32 254,7</b>	<b>-30,2%</b>	<b>49 155,0</b>	<b>34 465,8</b>	<b>-29,9%</b>
Emisje Scope 1+2 market-based na hektolitr piwa	kg CO2e/hl	4,21	2,90	-31,1%	4,5	3,1	-30,8%
Emisje Scope 1+2 market-based na 1 mln zł przychodu	Mg CO2e/1mln zł	12,8	9,0	-30,2%	13,1	9,9	-24,1%

## Odpady - dane historyczne

	jednostka	2019		2020		zmiana r/r
		wartość	udział proc.	wartość	udział proc.	
<b>Odpady niebezpieczne</b>						
Składowanie na składowiskach odpadów	Mg	0	0,00%	0	0,00%	0,00%
Recykling (czyli kolejny cykl życia, np. szkło do hut)	Mg	3,5	22,02%	4,58	39,51%	30,70%
Ponowne wykorzystanie (w niezmiennionej formie)	Mg	0	0,00%	0	0,00%	0,00%
Stałe magazynowanie na terenie zakładu*	Mg	0	0,00%	0	0,00%	0,00%
Inne	Mg	12,41	77,98%	7,01	60,49%	-43,50%
Odpady łącznie	Mg	15,92	100,00%	11,59	100,00%	-27,20%
<b>Odpady inne niż niebezpieczne</b>						
Składowanie na składowiskach odpadów	Mg	105,9	0,23%	99,14	0,22%	-6,40%
Recykling (czyli kolejny cykl życia, np. szkło do hut)	Mg	36630,68	81,12%	39249,99	89,04%	7,20%
Ponowne wykorzystanie (w niezmiennionej formie)	Mg	0	0,00%	0	0,00%	0,00%
Stałe magazynowanie na terenie zakładu*	Mg	0	0,00%	0	0,00%	0,00%
Inne	Mg	8527,22	18,65%	4733,87	10,74%	-44,50%
Odpady łącznie	Mg	45157,9	100,00%	44083	100,00%	-2,40%

..... **Podpisy Członków Zarządu** Grupy Żywiec S.A.:

Simon Amor	Prezes Zarządu
Olga Praszał	Członek Zarządu
Tomasz Klima	Członek Zarządu
Tomasz Trela	Członek Zarządu
Izabela Wanatowska	Członek Zarządu
Karolina Tarnawska	Członek Zarządu
Andrzej Borczyk	Członek Zarządu

..... Miejsce, data

**Warzymy Lepszy Świat 2030**

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych  
Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. za rok 2021.