



# Zrównoważeni



**Sprawozdanie  
na temat informacji niefinansowych**

Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. za rok 2020



## Spis treści

List prezesa	3
Wprowadzenie	5
O Grupie	25
Nasze podejście strategiczne	40
Zagadnienia pracownicze w Grupie Żywiec	68
Etyka i prawa człowieka w Grupie Żywiec	76
Istotność informacji w raporcie i zarządzanie ryzykiem	83
O Sprawozdaniu	89
Załączniki	95

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.



## W Grupie Żywiec ożywiamy piwne chwile

Chcemy, żeby nasi konsumenci celebrowali te chwile najlepszym piwem. Ekscytujący czas z przyjaciółmi, czy miłe chwile w gronie najbliższych. Żywiec to marka piwa, która jest obecna w życiu oraz wspomnieniach wielu pokoleń. Jesteśmy odpowiedzialni za to, aby następne pokolenia mogły cieszyć się Żywcem i wszystkimi naszymi innymi markami piwa. Biorąc pod uwagę tę szczególną odpowiedzialność, chciałbym podsumować najważniejsze wydarzenia, które wpłynęły na sposób, w jaki działaliśmy w 2020 roku i jak **tworzyliśmy wspólną wartość dla Ludzi, Planety i naszej Firmy**.

### Francois-Xavier Mahot

Prezes Zarządu Grupy Żywiec S.A.

Kluczowym pojęciem jest tutaj zaufanie. Przekonanie, że wspólnie z naszymi pracownikami, partnerami biznesowymi i mieszkańcami miast, w których funkcjonujemy, nasze działania pozwalają każdemu rozwijać się w sposób zrównoważony. Jestem przekonany, że wartość, jaką wnosimy w życie naszych konsumentów, wzmacnia nasze środowisko, a co za tym idzie, także naszych partnerów i firmę.

### Wartości w obliczu pandemii COVID-19

Rok 2020 był pełen nieoczekiwanych zmian związanych z COVID-19. Pandemia zmieniła sposób, w jaki żyjemy, pracujemy i spędzamy wolny czas. Bardziej niż kiedykolwiek widzieliśmy, jak wydarzenia w jednym miejscu na świecie, wpływają na losy całych społeczeństw i przedsiębiorstw na innych kontynentach. Tempo zmian stało się zjawiskiem, które szybko przeddefiniowało naszą rzeczywistość.

Niepewność pozostanie z nami na dłużej, wpływając na nasz sposób życia. Zmiana - taka jak w szczególności COVID-19 - jest wyzwaniem dla nas wszystkich, zmusza też do spojrzenia na rzeczywistość w inny sposób i dostrzeżenia związanych z nią szans.

Prowadzimy naszą firmę w sposób, w jaki organizujemy własne życie - wokół wartości, które nas jednoczą i pozwalają rozwijać się z szacunkiem dla społeczności, środowiska i wszystkich interesariuszy w długim łańcuchu branży piwowarskiej. W Grupie Żywiec najważniejszymi wartościami są pasja do jakości, radość życia oraz szacunek dla Ludzi i naszej Planety.

Zwłaszcza w czasach dużych zmian, takich jak COVID-19, zwróciliśmy się ku naszym wartościom, aby znaleźć pozytywną odpowiedź na nadchodzące wyzwania. W ubiegłym roku na nowo zdefiniowaliśmy naszą wizję, która w obliczu globalnej pandemii nadała kierunek naszym działaniom. Wierzimy, że przyszłość piwa leży w naszych rękach. Dla ludzi. Dla planety. Dla zysku.

### Dbamy o Ludzi

Chcemy tworzyć piwną przyszłość dla ludzi i ożywiać ich piwne chwile. Z tego powodu, gdy głównym wyzwaniem stała się ochrona życia i zdrowia ludzi, nasze działania w pierwszej kolejności skupiały się na ludziach. Na naszych pracownikach i ich rodzinach, na naszych konsumentach i mieszkańcach miast, w których warzymy nasze piwa, a także na naszych klientach i dostawcach.

Jestem dumny, że jako jedni z pierwszych podjęliśmy to wyzwanie i zaczęliśmy działać. W bardzo krótkim czasie wyposażyliśmy naszych pracowników w środki ochrony indywidualnej oraz przeorganizowaliśmy sposób pracy z domu, a także wsparcie rodziców w opiece nad dziećmi i pomoc psychologiczną. W pierwszych tygodniach pandemii przekazaliśmy służbie zdrowia łącznie 1,5 mln zł na zakup sprzętu ratunkowego. W ramach podziękowania dla lekarzy przygotowaliśmy również bezpłatny, bezalkoholowy napój z dodatkiem witamin „Dla Bohaterów naszego Ż”, który dostarczyliśmy do 151 ośrodków zdrowia w całej Polsce.

Konieczność ochrony życia i zdrowia ludzi spowodowała konieczność wprowadzenia ograniczeń w funkcjonowaniu wielu naszych partnerów biznesowych - w tym w szczególności restauracji, barów i pubów. Od lat inwestując w rozwój naszych partnerów biznesowych wierzymy, że ich sukces jest naszym sukcesem. Działając razem, jesteśmy silniejsi.

Dlatego jako pierwsi w branży odebraliśmy od naszych partnerów z gastronomii piwo, którego nie mogli sprzedać swoim klientom. Odebraliśmy łącznie 35 tys. beczek piwa o łącznej wartości ponad 6 mln zł.

Dodatkowo przygotowaliśmy specjalny program wsparcia dla naszych dostawców, który pozwala na otrzymanie środków finansowych w krótkim czasie oraz szereg innych korzyści. Wraz z naszymi partnerami wspieraliśmy także rolników i producentów jęczmienia dokonując dodatkowych zakupów o wartości 5 mln zł.

### Dbamy o Planetę

Dobre piwo to najlepsze naturalne składniki i czysta woda. Pandemia COVID-19 po raz kolejny pokazała, jak dużym wyzwaniem w dłuższej perspektywie jest kryzys klimatyczny i nieodwracalność zmian, które przynosi.

Aby dalej funkcjonować w naszym świecie, musimy nauczyć się rozwijać w poszanowaniu zasobów i środowiska naturalnego. Przykładem zrównoważonego rozwoju w tworzeniu przez nas wartości jest promocja butelek zwrotnych, które dzięki naszym działaniom można zwrócić bez paragonu w kilku tysiącach punktów w Polsce.

Chodzi także o wykorzystanie energii ze źródeł odnawialnych i zmniejszenie zużycia wody przy produkcji piwa. Dzięki temu mamy realny wpływ na ograniczenie emisji gazów cieplarnianych oraz ocieplania się klimatu i poszanowania zasobów wodnych. Opakowania, które do nas wracają, zyskują drugie i kolejne życie.

### Dbamy o naszą Firmę

W ostatnich latach skoncentrowaliśmy się na zmianie modelu biznesowego naszej firmy, tak aby skupiając się na kluczowych elementach naszej działalności - warzeniu najlepszego piwa i budowaniu silnych marek, odzyskać elastyczność.

Przyszłość piwa leży w naszych rękach, dlatego jako firma musimy skupić się na tych elementach, które chcemy kształtować i podejmować wobec nich działania. Obserwując rosnącą niepewność otoczenia, rozpoczęliśmy program transformacji zakładający dalsze uproszczenie biznesu, dalszą koncentrację zasobów w kluczowych obszarach działalności oraz rezygnację z niestrategicznych aktywów, które w obecnej rzeczywistości nie przynosiłyby oczekiwanego zwrotu.

Nasza szybka reakcja na COVID-19 dowodzi, że nawet w trudnych warunkach postępujemy zgodnie z naszymi wartościami i rozwijamy naszą działalność w sposób zrównoważony. Co więcej, dzięki zaangażowaniu wszystkich naszych pracowników jesteśmy w stanie w bardzo krótkim czasie dostosować się do nowych warunków.

### Przyszłość jest pełna nadziei

Rzeczywistość sprawia, że musimy być przygotowani na wiele różnych scenariuszy, ale wciąż patrzę z optymizmem na to, co przed nami. Po pierwsze dlatego, że szczepionki COVID-19 są stopniowo udostępniane w Polsce i w całej Europie, co daje nam nadzieję, że nasi konsumenci już wkrótce znów będą mogli w pełni korzystać z życia i czuć się bezpiecznie.

Po drugie, ponieważ nie jesteśmy sami. Koronawirus pokazał, że jest wielu przedsiębiorców, którzy podobnie jak my patrzą na świat i chcą odegrać w nim pozytywną rolę. To, jak współpracujemy w trudnych czasach, daje nadzieję, że firmy takie jak Grupa Żywiec są w stanie sprostać najważniejszym wyzwaniom, przed którymi stoimy.

Dziś bardziej niż kiedykolwiek jestem przekonany, że nasz wspólny sukces zależy od tworzenia pozytywnej wartości dla naszego ekosystemu biznesowego. Działania mające na celu długoterminowy rozwój w poszanowaniu społeczeństwa i planety muszą być oparte na silnych wartościach. A te wartości tworzą zaufanie, które pozwala nam odpowiadać na najtrudniejsze wyzwania, przynosząc długoterminowe korzyści naszym akcjonariuszom i lepszą przyszłość dla nas wszystkich.



GRI 102-14



# Wprowadzenie







## Ż w czasie COVID-19

**Światowa pandemia COVID-19 stanowiła najważniejsze wydarzenie roku 2020, dotykając działalności społeczeństw, przedsiębiorców oraz rządów na całym świecie.** Nieprzerwanie od początku pojawienia się pierwszego przypadku zakażenia w Polsce kontynuowaliśmy naszą pracę i robiliśmy wszystko, by zabezpieczyć zdrowie i życie naszych pracowników przed potencjalnym zagrożeniem.



Wybuch epidemii COVID-19 przyniósł także wyzwania, z którymi przyszło nam się mierzyć w całym łańcuchu wartości. Podjęte przez nas działania wynikały wprost z naszej strategii zrównoważonego rozwoju, w ramach której koncentrujemy się na dbaniu o obszary środowiskowe, społeczne i ekonomiczne.

Adaptacja do nowych warunków sprawiła, że **musieliśmy koncentrować nasze działania** dotyczące zrównoważonego rozwoju **w miejscach, które najbardziej wymagały naszej uwagi.**

Strategia zrównoważonego rozwoju w 2020 roku:



## Skupiliśmy się na:

**Ochronie zdrowia i bezpieczeństwa** naszych pracowników oraz społeczności lokalnych, a także **wspieraniu ciągłości biznesu**, w tym pomocy naszym dostawcom i partnerom handlowym.





## Praca z domu i nie tylko

### Zdrowie i bezpieczeństwo naszych pracowników są dla nas największym priorytetem.

Gdy dotarła do nas informacja o wybuchu pandemii COVID-19 do wszystkich naszych lokalizacji dostarczyliśmy środki ochrony osobistej, podjęliśmy decyzję o zamianie spotkań na wirtualne



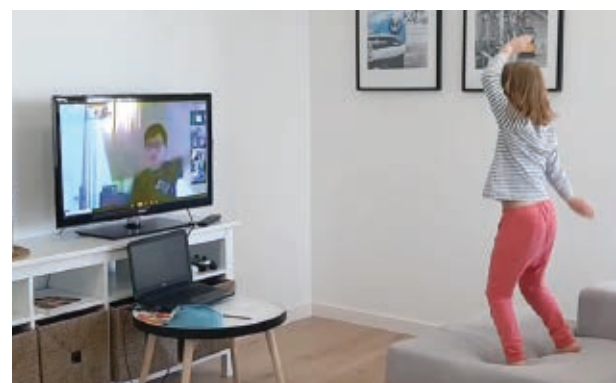
### Środki ochrony osobistej

Do wszystkich naszych lokalizacji dostarczyliśmy środki ochrony osobistej oraz ograniczyliśmy liczbę pracowników przebywających na jednej zmianie i wprowadziliśmy rotacyjny system pracy. Wyposażyliśmy także naszych sprzedawców w niezbędne środki ochrony osobistej: przyłbice, maseczki, rękawice oraz płyn do dezynfekcji. Dzięki podjętym przez nas działaniom nasi PH byli najlepiej przygotowani w Polsce do obsługi rynku.



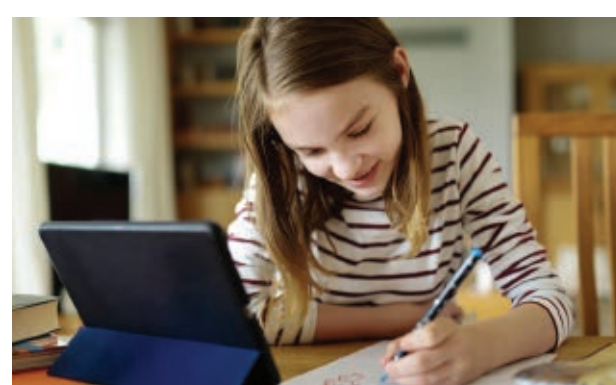
### Wypożyczanie sprzętu

Oferowaliśmy naszym pracownikom pracującym z domu możliwość wypożyczenia foteli biurowych czy monitorów do pracy.



### Wsparcie dla rodziców

Wspieraliśmy rodziców w ich opiece nad dziećmi w domu oferując animacje online dla młodszych dzieci, tygodniowy Dzień Dziecka, wirtualne spotkanie Mikołajkowe, podczas którego dzieci wykonywały ozdoby świąteczne.



### Przekazaliśmy 50 tabletów

W odpowiedzi na prośby pracowników przekazaliśmy im 50 tabletów, by ułatwić pracę w domu i naukę przez Internet. Sprzęt trafił do najbardziej potrzebujących rodzin.

oraz rozszerzyliśmy system pracy home office dla osób, dla których było to możliwe. W innych przypadkach ograniczyliśmy liczbę pracowników przebywających na jednej zmianie oraz wprowadziliśmy rotacyjny system pracy.



### Elastyczne zasady pracy

Wprowadziliśmy nowe zasady pracy z domu umożliwiające większą elastyczność pracy (przerwę na lunch, czas bez spotkań online).



### Zdrowie jest najważniejsze

Organizowaliśmy zajęcia jogi online, a także sesje z fizjoterapeutą czy dietetykiem.



### Warsztaty online

Zorganizowaliśmy szereg [warsztatów online](#) przygotowujących naszych liderów do skutecznego zarządzania zdalnymi zespołami, samych pracowników wspieraliśmy webinarium z tematyki zarządzania stresem, odnalezienia się w nowej sytuacji czy z zakresu zdrowego odżywiania w czasie pandemii.



### Wsparcie psychologiczne

Oferowaliśmy możliwość skorzystania z porad psychologa.

W ramach programu **Moje Ż**



## Dbamy o tych, którzy ratują Ż

**Pracownicy służby zdrowia byli w 2020 roku bohaterami, którzy codziennie stawiali czoła COVID-19, dbając o nasze życie i zdrowie.**

Wszyscy bohaterowie potrzebują jednak pomocy. Jako jedni z pierwszych postanowiliśmy wesprzeć ich przekazując środki na zakup sprzętu oraz specjalnie przygotowany napój bezalkoholowy.



W ramach podziękowań za pracę służby zdrowia wspólnie z naszymi partnerami przygotowaliśmy

**bezalkoholowe napoje z dodatkami witamin**

## Dla Bohaterów naszego Ż

które **bezpłatnie dostarczyliśmy** bezpośrednio do

## 151 placówek

w całej Polsce w tym do szpitali zakaźnych, stacji pogotowia ratunkowego oraz służb porządkowych. Napoje trafiły także jako dodatek do posiłków dla lekarzy w ramach akcji Wsparcie Medyków i Restauracji.



**Marka Żywiec** przekazała

## 1 mln zł

na **wsparcie jednostek służby zdrowia** we współpracy z platformą Siepomaga.pl oraz zachęcała też inne osoby do wsparcia zbiórki organizując szereg koncertów Męskiego Grania.

W sumie zebrano ponad

## 5 mln zł

które zostały przekazane na **zakup sprzętu ratującego życie** oraz środków ochrony.





## Męskie Granie #wdomu

Żywiec od 11 lat jest wyłącznym sponsorem trasy koncertowej „Męskie Granie”, trzeciego najbardziej popularnego wydarzenia muzycznego w Polsce. W czasie pandemii COVID-19 nie zrezygnowaliśmy z serii koncertów, w zmienionej formie odbyły się również w 2020 roku, budząc równie duże emocje jak w poprzednich latach.



Już w marcu rozpoczęliśmy cykl sześciu koncertów pod szyldem „Męskie Granie #wdomu” mających na celu zachęcić wszystkich do pozostania w domach, równocześnie umilając czas oraz zachęcając do wspierania zbiórki na środki dla medyków walczących z wirusem COVID-19.

## Świt w Żywcu

Męskie Granie #wdomu to jednak nie wszystko. Jedenasta edycja trasy to również **nowy singiel – „Świt”, nagrany przez wyjątkowy, młody skład Męskie Granie Orkiestra** – Dariusza Zawiałowa, Igora Walaszka i Błażeja Króla. Singla mogliśmy posłuchać między innymi na wyjątkowym, największym w Polsce w 2020 roku transmitowanym na żywo koncercie prosto z ziemi żywieckiej.



## Męskie Granie 2020

w liczbach



**Największy transmitowany na żywo w Internecie koncert w Polsce. Ponad 500 000 wyświetleń w 6 godzin!**



**6 wyjątkowych koncertów z cyklu Męskie Granie #wdomu wyświetlonych ponad 3,6 mln razy**



**16 mln wyświetleń singla promującego Męskie Granie w 2020 roku.**





## Nasi partnerzy biznesowi w czasie epidemii

Epidemia COVID-19 wpłynęła znacząco na funkcjonowanie wielu firm w Polsce. Ograniczenia związane z koniecznością utrzymywania dystansu społecznego miały negatywne skutki dla właścicieli barów, restauracji, hoteli czy sklepów. **Nasze działania skierowaliśmy więc w stronę naszych partnerów biznesowych.**

### Dedykowany program wsparcia dostawców



**Program szybkich rozliczeń,** w ramach którego oferujemy możliwość uzyskania środków do 7 dni od daty otrzymania faktury bez względu na obroty czy wysokość faktury.



**Dodatkowe korzyści dla przewoźników i kierowców** w postaci atrakcyjnych stawek ubezpieczenia.



**Wcześniejszy zakup jęczmienia browarnego za blisko 5 mln zł** od rolników uprawiających go w sposób zrównoważony



## wspieramy

NASZYCH DOSTAWCÓW

W tym trudnym momencie przygotowaliśmy także dedykowany program wsparcia dostawców, który objął:

## Gastronomia



Jako pierwsi w branży odebraliśmy z rynku niesprzedane **piwo w ilości 35 tys. kegow o wartości ponad 6 mln zł** od lokali gastronomicznych, które musiały wstrzymać działalność ze względu na epidemię.



Dodatkowym wsparciem gastronomii było stworzenie wiosną 2020 roku **platformy gastroakcja.pl, poprzez którą konsumenci mogli kupować vouchery** do swoich ulubionych restauracji do wykorzystania po ponownym otwarciu lokali.





## Ekoakcja na rzecz służby zdrowia i gastronomii



W tym roku chcieliśmy ponownie zachęcić konsumentów do oddawania butelek zwrotnych i zadbania o swoje najbliższe otoczenie, a jednocześnie **wesprzeć służbę zdrowia, która na co dzień walczy ze skutkami pandemii COVID-19 i lokale gastronomiczne, które dotkliwie odczuwają kolejne tygodnie obostrzeń.**

Jako odpowiedzialna firma od lat promujemy butelki zwrotne, które są najbardziej przyjaznymi dla środowiska opakowaniami piwa, bo wiemy, że mogą być one użyte nawet 25 razy w ciągu 5 lat bez żadnego dodatkowego przetworzenia.

Specjalne strefy zwrotu butelek dostosowane do wymogów epidemicznych stanęły więc w 5 miastach, w których codziennie warzone jest piwo Grupy Żywiec: w Namysłowie, Warce, Elblągu, Leżajsku oraz Żywcu.



Wspólnie z mieszkańcami Namysłowa, Warki, Elbląga, Leżajska i Żywca daliśmy drugie życie niemal **40 tys. butelek!**



Za każdą oddaną butelkę przeznaczyliśmy 1 zł na **zakup posiłków dla służby zdrowia z lokalnych restauracji.**



W sumie kupiliśmy **1 560 posiłków za 39 000 zł**, które zasiliły konta restauracji.





## Wielka Zwrotka Ż

Żywiec jako pierwsza marka piwa wystartowała z Wielką Zwrotką Ż,

promując wśród Polaków oddawane butelek z korzyścią dla środowiska. To mały krok, który przyczynia się do wielkich zmian. Zwrotka to część szerszych działań pod hasłem „Daj butelce drugie Życie”,



**dzięki którym umożliwiliśmy konsumentom łatwe oddawanie butelek bez paragonu**

w ponad **6 900 sklepach** na terenie całej Polski. ....

## Wielka Zwrotka Ż







## Kupujemy lokalnie

Rozwijamy polską  
gospodarkę.



**82% zakupów** .....

Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. w 2020 r.  
**pochodziło od polskich dostawców.**







## Dbamy o atmosferę



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



Dlatego niemal

**100% energii elektrycznej** .....

używanej do warzenia piwa w Grupie Żywiec  
**pochodzi ze źródeł odnawialnych.**



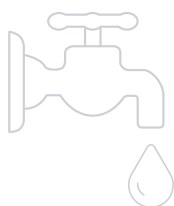




## Każda jedna kropla



Woda to największa część piwa,  
dlatego chcemy chronić jej zasoby.



W ubiegłym roku zużycie  
wody w produkcji wyniosło 2,69 hl/hl.

**To o 5,2% mniej niż w 2019 r.**







## Ciesz się Heinekenem, odpowiedzialnie



Kolejny rok z rzędu marka Heineken przeznaczyła



**10% wartości swojego budżetu mediowego**

na wspieranie odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu  
w kampanii „Kiedy prowadzisz, nigdy nie pij”.





## W stronę ekologicznego transportu

Nasze piwo po raz pierwszy wyruszyło w drogę z browaruu .....



**w specjalnych ciężarówkach zasilanych LNG.**

Dzięki temu dbamy o dobrą atmosferę - ograniczamy emisję CO<sub>2</sub> i pyłów.







## Dotleniliśmy Żywiec

Dzięki mieszkańcom Żywca, którzy oddali swoje butelki zwrotne w ramach akcji Świąteczna Zwrotka Ż



**zasadziliśmy specjalne drzewa tlenowe,** .....  
które wytwarzają tlen znacznie bardziej efektywnie niż inne drzewa.





## Nagrody i wyróżnienia



### EKOdocenieni

Zostaliśmy wyróżnieni w konkursie Lider Zakupów 2020 podczas konferencji PROCON/POLZAK za nasz program LNG Trucks.



### Nagroda za odpowiedzialność

Zdobyliśmy nagrodę Srebrnego Listka CSR w dziewiątej edycji corocznego zestawienia działań polskich przedsiębiorstw w zakresie odpowiedzialności społecznej, a nasza akcja „Daj butelce drugie Ż” została wyróżniona wśród 16 najlepszych rozwiązań na rzecz klimatu.



### Dla bohaterów naszego Ż

Otrzymaliśmy wyróżnienie za projekt „Dla bohaterów naszego Ż” w kat. specjalna: Marketing w czasie pandemii – projekty pro bono.



### TPM dla zespołu

Nasz zespół **Obsługi Klienta, Planowania i Logistyki** otrzymał brązową nagrodę TPM.



### Marki silne medialnie

W rankingu **najsilniejszych medialnie marek w Polsce** magazynu Press nr 1 zajęła **Warka**, a w top 5 znalazły się trzy marki GŻ - poza Warką Żywiec i Heineken. O nr 1 w rankingu czyli Warce najczęściej pisano w kontekście produktów, w tym nowego wariantu Warki Radler. Głośno było też o nowym wariantcie 3,5% a także o kampanii „Postaw Warkę”.

### Nagroda SPECJALna

Kampania **„Prawdziwy Smak Północy”** została nagrodzona Kreaturą za najlepszy film w kategorii Video w Internecie.



### Nagrody KTR 2020 dla Ż

Zdobyliśmy Brąz za online video dla **Wielka Zwrotka Ż** oraz za big idea campaigns, a także Złoto Corporate & CSR dla Wielka Zwrotka Ż i Use of licensed /adapted music – Wielka Zwrotka Ż/Bring it back.



### Król jest tylko jeden

Zdobyliśmy nagrody i wyróżnienia MIXX Awards za kampanię loteryjną **„Moje miejsce zawsze z Legią”** z 2019 roku. Otrzymaliśmy BRĄZ w kategorii „Content Marketing” oraz wyróżnienie w „Cross Media Integration”.







## Kluczowe niefinansowe wskaźniki efektywności

Podejmując decyzje w zakresie zarządzania bierzemy pod uwagę **poniższe wskaźniki**, które dotyczą Grupy Żywiec. Wskaźniki są monitorowane na poziomie spółki dominującej Grupa Żywiec S.A.



Wskaźnik

### Ograniczenie wpływu na środowisko

Emisje gazów cieplarnianych w procesie produkcji piwa (kg CO<sub>2</sub>e/hl)

Emisje gazów cieplarnianych w procesie dystrybucji piwa (kg CO<sub>2</sub>e/hl)

Zużycie wody w produkcji piwa (hl/hl)

Grupa Żywiec S.A.

2019	2020	zmiana
3,72	<b>3,55</b>	-16,6% <sup>1</sup>
3 (0,27)	<b>2,65 (0,18)</b>	-11,7% (-9,3%) <sup>2</sup>
2,83	<b>2,69</b>	-5,2% <sup>3</sup>



### Promocja odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu

Udział wydatków na promocję odpowiedzialnej konsumpcji w całkowitym budżecie mediowym marki Heineken (%)

Istotne i aktywne partnerstwo w zakresie przeciwdziałania zagrożeniom wynikającym z nadmiernej lub nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu (Tak/Nie)

Grupa Żywiec S.A.

2019	2020	zmiana
10%	<b>10%</b>	bez zmiany
tak	<b>tak</b>	bez zmiany



### Bezpieczeństwo i higiena pracy

Częstotliwość wypadków (#/100FTE)

Grupa Żywiec S.A.

2019	2020	zmiana
0,82/100FTE	<b>0,91/100FTE</b>	+11,4%

1. Zmiany w wynikach wskaźnika wynikają z integracji operacyjnej i ujęcia w wyliczeniach i raportowaniu wyników niefinansowych Browaru Namysłów od 01.06.2020. Wyliczenie uwzględnia elementy Scope 1 i 2 liczone metodą market-based: emisje z paliw w budynkach, transportu wewnętrznego i emisje Scope 2 market-based dot. energii elektrycznej i ciepłej browarów.

2. Wartość podstawowa wskaźnika wynika z metodologii obliczania śladu węglowego w Grupie Heineken. Wartość wskaźnika wyliczono na podstawie elementów Scope 1&2&3 przypisanych do działalności dystrybucyjnej. W 2020 roku Grupa Żywiec przeprowadziła własne wyliczenie emisji GHG, bazując na metodologii GHG Protocol. Wartość w nawiasie wyliczono 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.

3. Wyliczenie wskaźnika obejmuje dane niefinansowe Browaru Namysłów, który został w pełni zintegrowany operacyjnie z Grupą Żywiec S.A. z dniem 01.06.2020.



## Od ziarna do baru

**Tworzymy wartość od ziarna do baru.**

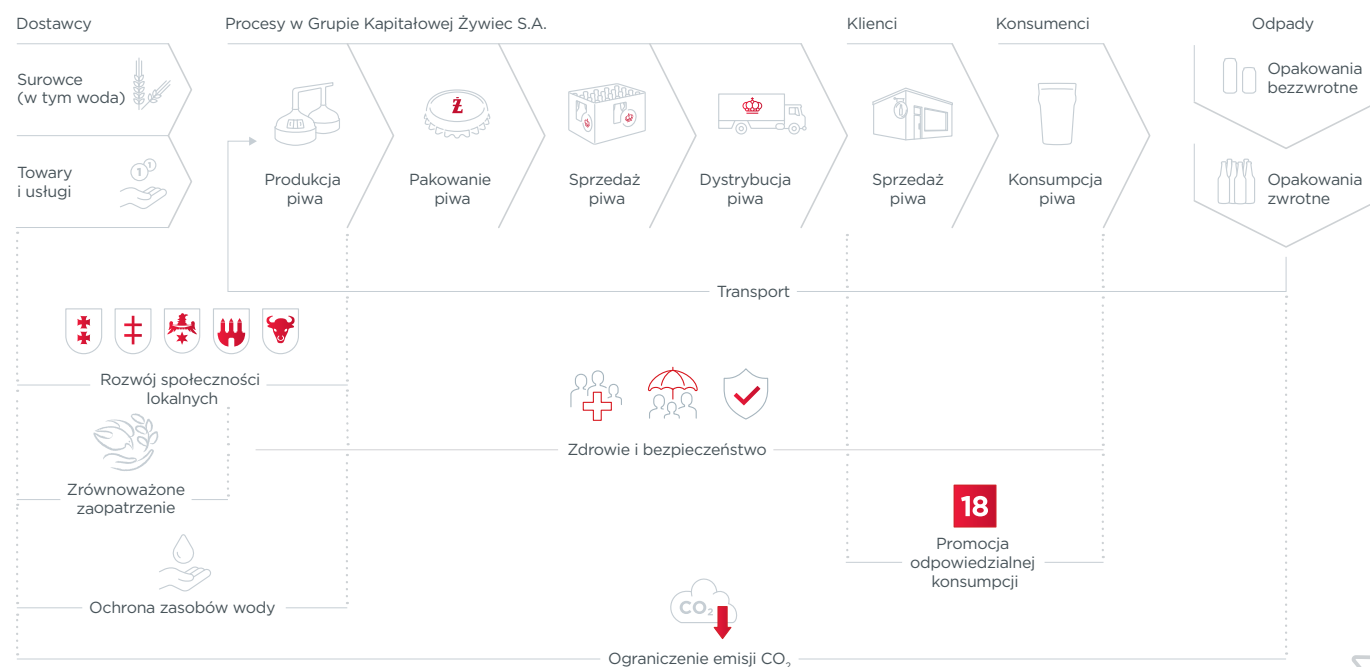
**Uwarzenie jednego kufła piwa wystarczy, aby uruchomić cały łańcuch zdarzeń, a każdy jego element tworzy wartość**

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



**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 piwa, 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 przygotowywane 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”.



### Społeczności lokalne

Zależy nam, aby przez naszą działalność przyczynić się do rozwoju miejsc, w których warzymy nasze piwa. 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.



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



### 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 bezpłatne 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 środowisku 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.





O Grupie







## Grupa Żywiec

To jeden z czołowych producentów piwa w Polsce posiadający **najbardziej zróżnicowane portfolio produktów na rynku oraz lider w innowacyjnych segmentach piwa**. Siedziba Grupy Żywiec zlokalizowana jest na terenie warszawskiej Woli w zrewitalizowanych Browarach Warszawskich.

GRI 102-1

GRI 102-2



### Marką flagową firmy jest Żywiec

– jedno z najpopularniejszych polskich piw, warzone wyłącznie 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, Namysłów, Warka i Tatra**. Grupa Żywiec posiada też szeroki wybór piw regionalnych Królewskie (Polska centralna), Leżajsk (południowo-wschodnia) i Specjal (północna), Brackie.

### Bez procentów

Grupa Żywiec jest prekursorem rozwoju kategorii piw bezalkoholowych i pozostaje jej liderem (**Żywiec 0,0%, Heineken 0.0%, Warka Radler 0,0%**).



strefa  
ZERO



## HEINEKEN



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

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







## Wyniki finansowe

### Rok 2020 był bezprecedensowy dla branży piwnej i Spółki.

Grupa Kapitałowa Żywiec skupiła się na realizacji strategii, jednocześnie nawigując przez kryzys COVID mając na względzie bezpieczeństwo pracowników i partnerów jako absolutny priorytet. **Firma szybko dostosowała się do nowych sposobów pracy i warunków rynkowych, utrzymując niezakłóconą działalność biznesową.**



GRI 102-7

Wyniki finansowe Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.  
i Grupy Żywiec S.A. (w tys. zł) w roku 2020:

Rok	Grupa Kapitałowa Żywiec S.A.		Grupa Żywiec S.A.	
	2020	2019	2020	2019
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	3 753 022	3 569 802	3 603 704	3 199 242
Koszty ogółem	3 410 117	3 244 917	3 250 024	2 893 385
Zysk z działalności operacyjnej	342 905	324 885	353 680	305 857
Zysk netto	232 673	234 145	250 451	330 335

## Komentarz

### do wyników finansowych

#### W 2020 r. skonsolidowane przychody Spółki

wzrosły o 5% do kwoty 3 753 mln (2019: 3 570 mln).

Firma zwiększyła skonsolidowany zysk operacyjny o 5,5% do poziomu 343 mln (2019: 325 mln). Skonsolidowany zysk netto wyniósł 233 mln (2019: 234 mln, -0,6%).

W 2020 roku mimo wzrostu sprzedaży i przychodów oraz wdrożonych działań zmierzających do ochrony zysku, negatywne trendy rynkowe, wzrost kosztów produkcji i logistyki oraz zmiany kursów walut wpłynęły negatywnie na wynik Spółki. **Skonsolidowany zysk operacyjny obejmuje jednorazowy pozytywny wpływ sprzedaży środków trwałych zlokalizowanych w Braniewie.**

W nadchodzących miesiącach firma będzie koncentrować się na strategii budowania wartości i realizacji planów marketingowych w kluczowych obszarach wzrostu przy jednoczesnym zachowaniu bezpieczeństwa pracowników i partnerów jako kluczowego priorytetu.





## Ład korporacyjny

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



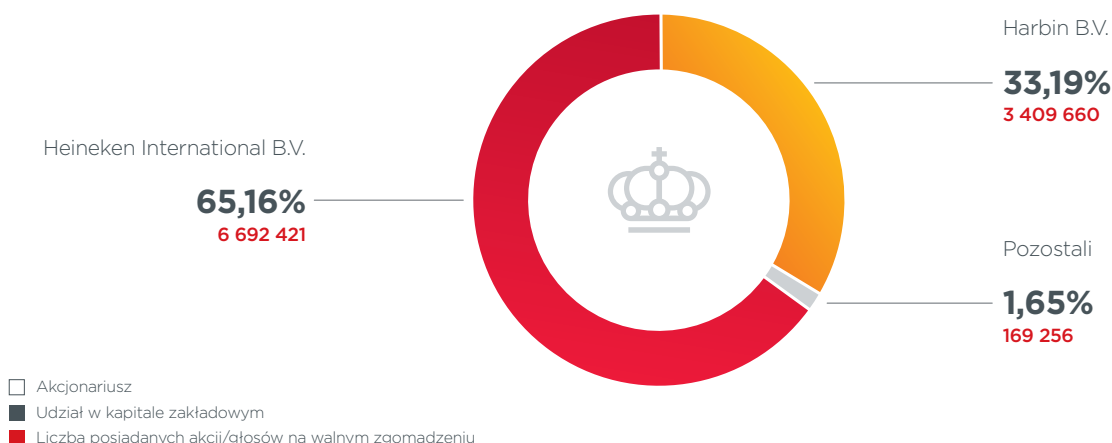
# HEINEKEN

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

## Akcyonariat Grupy Kapitałowej Żywiec

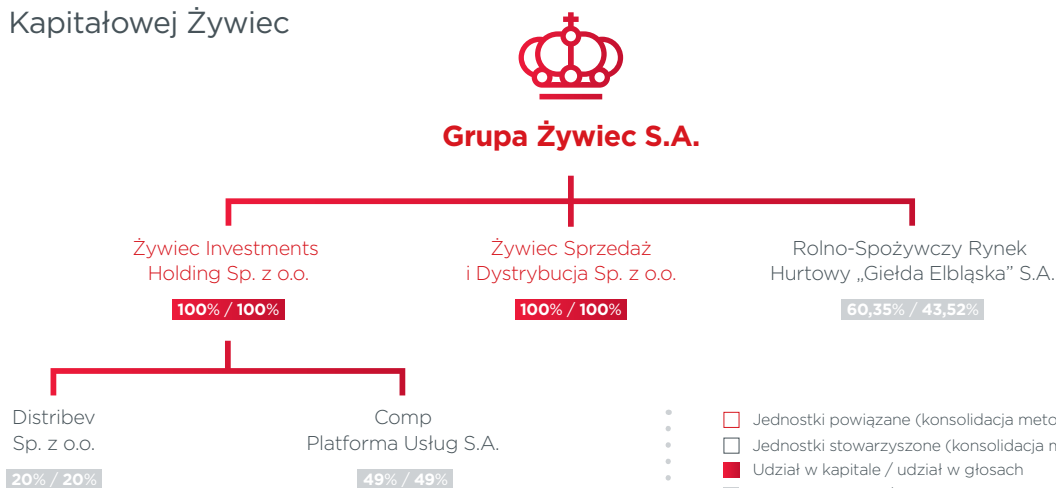
Głównymi akcjonariuszami Grupy Żywiec S.A. posiadającymi co najmniej 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień przekazania niniejszego skonsolidowanego raportu za 2020 rok – według informacji posiadanych przez Spółkę są: Heineken International B.V. z siedzibą w Amsterdamie, Holandia oraz Harbin B.V.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

### Grupa Kapitałowej Żywiec



- Jednostki powiązane (konsolidacja metodą pełną)
- Jednostki stowarzyszone (konsolidacja metodą praw własności)
- Udział w kapitale / udział w głosach
- Udział w kapitale / udział w głosach

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

GRI 102-5  
GRI 102-45  
GRI 102-46



W dniu 2 kwietnia 2020 roku Zwyczajne Walne Zgromadzenie Grupy Żywiec S.A. podjęło uchwałę o połączeniu Grupy Żywiec S.A. ze spółką zależną Browar Namysłów Sp. z o.o. w trybie art. 492 par. 1 pkt 1) Kodeksu spółek handlowych.

W dniu 1 czerwca 2020 roku Sąd Rejonowy w Bielsku-Białej, VIII Wydział Gospodarczy – Krajowego Rejestru Sądowego dokonał rejestracji połączenia Grupy Żywiec S.A. ze spółką zależną Browar Namysłów Sp. z o.o. Połączenie to nastąpiło w sposób określony w art. 492 § 1 pkt 1) Kodeksu spółek handlowych w drodze przejęcia, poprzez przeniesienie całego majątku Browaru Namysłów Sp. z o.o. na Grupę Żywiec S.A., która wstąpiła z tym dniem we wszystkie prawa i obowiązki spółki Browar Namysłów Sp. z o.o., która to jednocześnie została rozwiązana bez postępowania likwidacyjnego i wykreślona z Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego. Połączenie zostało dokonane bez podwyższania kapitału zakładowego oraz bez zmiany statutu Grupy Żywiec S.A., dla której miało ono na celu optymalizację i uproszczenie procesów wewnątrzgrupowych w ramach głównego profilu jej działalności.

W dniu 18 grudnia 2020 roku spółka zależna Żywiec Investments Holding Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie dokonała sprzedaży 100% udziałów w kapitale zakładowym spółki Browar Zamkowy Cieszyń Sp. z o.o. z siedzibą w Cieszynie, będącej właścicielem Browaru w Cieszynie. Nabywcą udziałów została spółka Browar Zamkowy Cieszyń Investments Sp. z o.o. z siedzibą w Ustroniu, niezwiązana z kapitałową Grupą Żywiec. W efekcie tej transakcji Browar w Cieszynie przestał być jednym z browarów Grupy Żywiec.

W dniu 21 grudnia 2020 roku spółka zależna Żywiec Investments Holding Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie dokonała sprzedaży 100% udziałów w kapitale zakładowym spółki Browar Braniewo Sp. z o.o. z siedzibą w Żywcu, będącej dzierżawcą większości majątku Browaru w Braniewie. Nabywcą udziałów została spółka Van Pur S.A. z siedzibą w Warszawie, niezwiązana z kapitałową Grupą Żywiec. W efekcie tej transakcji Browar w Braniewie przestał być jednym z browarów Grupy Żywiec.



## Zarządzanie Grupą Kapitałową

### Skład Zarządu

Prezentowane składy Zarządu oraz Rady Nadzorczej w stanie na dzień 31 grudnia 2020 roku i na dzień zatwierdzenia raportu do publikacji.

GRI 102-18	• Francois-Xavier Mahot	Prezes Zarządu
GRI 102-19	• Andrzej Borczyk	Dyrektor ds. HR
GRI 102-20	• Marcin Celejowski	Dyrektor ds. Sprzedaży
GRI 102-22	• Tomasz Klima	Dyrektor ds. Łańcucha Dostaw
GRI 102-23	• Katarzyna Malczewska-Błaszczuk	Dyrektor ds. Marketingu
GRI 102-24	• Olga Praszał	Dyrektor Finansowy
GRI 102-35	• Karolina Tarnawska	Dyrektor ds. Zakupów
GRI 102-36		

### 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



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/)

## Zmiany w strukturze Zarządu i Rady Nadzorczej w 2020 roku

W roku 2020 doszło do następujących zmian osobowych w składzie **Rady Nadzorczej** spółki Grupa Żywiec S.A.

• David Hazelwood	przestał być członkiem RN z dniem 2 kwietnia 2020 z uwagi na upływ okresu 3-letniej kadencji
• Roelf Duursema	został powołany do RN z dniem 2 kwietnia 2020
• Stefan Orłowski	złożył rezygnację z dniem 31 maja 2020
• Soren Hagh	został powołany do RN z dniem 16 czerwca 2020
• Lodewijk Lockefeer	złożył rezygnację z dniem 10 października 2020
• Krzysztof Loth	złożył rezygnację z dniem 10 października 2020
• Hemmo Parson	został powołany do RN z dniem 15 października 2020
• Jan Rościszewski	został powołany do RN z dniem 15 października 2020

W roku 2020 doszło do następujących zmian osobowych w składzie **Zarządu** spółki Grupa Żywiec S.A.

• Piotr Nowakowski	złożył rezygnację z dniem 1 września 2020
• Luca Giordano	złożył rezygnację z dniem 1 września 2020
• Michael McKeown	złożył rezygnację z dniem 1 września 2020
• Karolina Tarnawska	została powołana z dniem 3 września 2020
• Olga Praszał	została powołana z dniem 3 września 2020
• Tomasz Klima	został powołany z dniem 3 września 2020

## Komitet Audytu Grupa Żywiec S.A.

W okresie sprawozdawczym w ramach Rady Nadzorczej emitenta funkcjonował Komitet Audytu w następującym składzie: Alle Ypma – Przewodniczący, John Higgins – Członek oraz Lodewijk Lockefeer – Członek zastąpiony w dniu 13 maja 2020 roku przez Roelf Duursema. W 2020 roku Komitet Audytu odbył 4 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 ustalane 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.





## Model biznesowy

GRI 102-1

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



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.

## 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.



**Innowacje w ofercie produktowej** oraz sposobie prowadzenia biznesu



**Przyciąganie i rozwój talentów** oraz bycie najbardziej podziwianym pracodawcą

Obserwując rosnącą niepewność w otoczeniu, uruchomiliśmy **program transformacyjny zakładający dalsze uproszczenie biznesu**, dalszą koncentrację zasobów na kluczowych obszarach działania i rezygnację z niestrategicznych aktywów, które nie przyniosłyby oczekiwanego zwrotu w obecnej rzeczywistości.



**Budowanie najbardziej podziwianych marek** w Polsce



**Stałe zwiększanie efektywności organizacyjnej** przy zachowaniu kosztów na optymalnym poziomie



**Prowadzenie biznesu w sposób odpowiedzialny** i zrównoważony

Ż

strefa  
ZERO



## Ż na całym świecie



GRI 102-4

GRI 102-6

GRI 102-7

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.



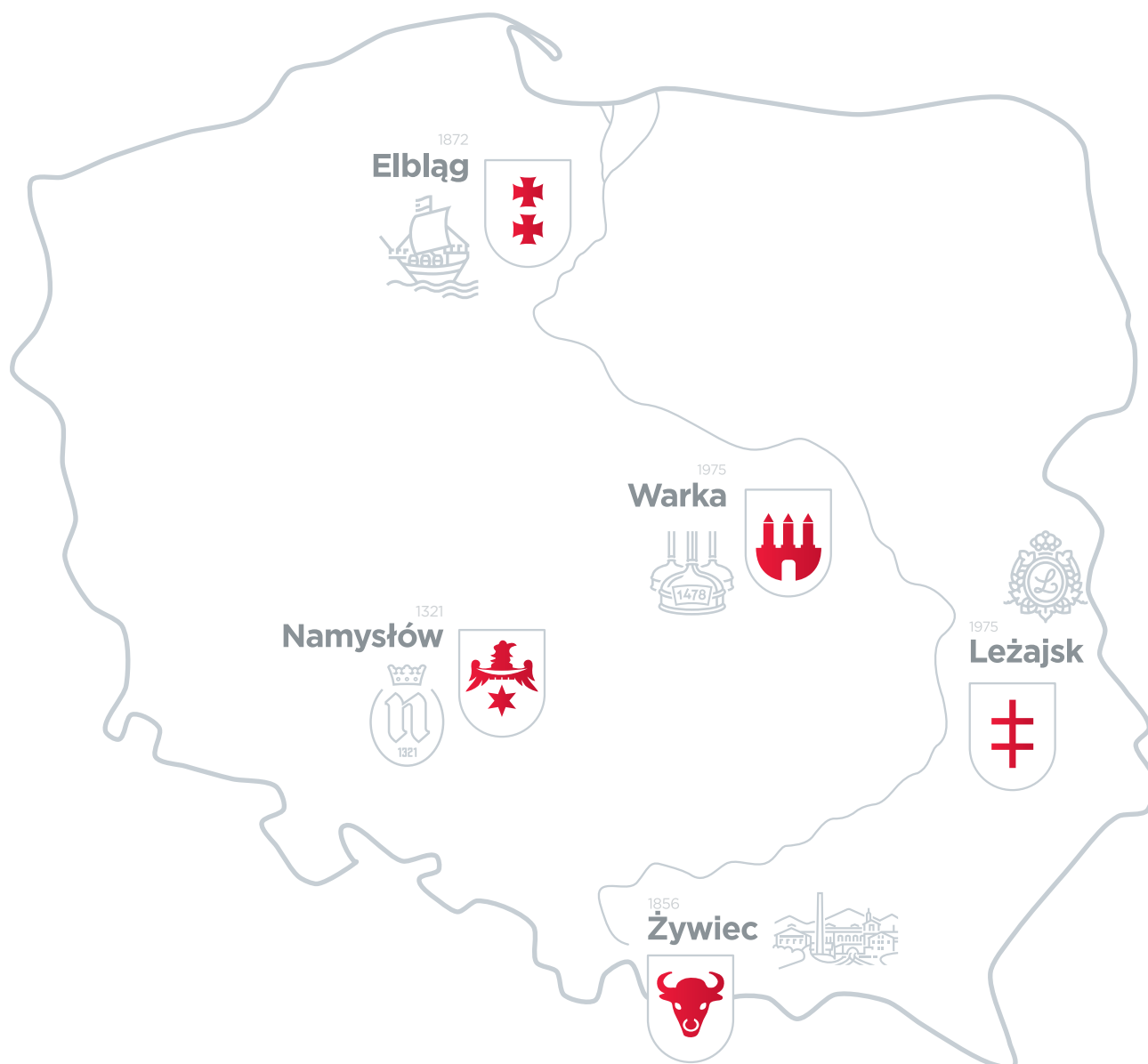
### Rynki eksportowe

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



## Nasze Browary

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



### Browary Grupy Żywiec S.A.

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

Pozostałe browary wchodzące w skład Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. w 2020 roku:

- Browar Zamkowy Cieszyn - do dnia 18 grudnia 2020
- Browar w Braniewie - do dnia 21 grudnia 2020



## Najbardziej zróżnicowane portfolio

Co roku miliony naszych piw trafiają do butelek, puszek i kuflów w kraju i za granicą. Do ich warzenia w naszych pięciu browarach, znajdujących się w różnych regionach Polski, wykorzystujemy **najlepszej jakości składniki, w ogromnej większości pochodzące od naszych, polskich partnerów.**



Posiadamy **największą markę** w ramach piwnych specjalności i jesteśmy nr #1 w segmentach piw nisko- i bezalkoholowych oraz piw smakowych.



strefa  
**ZERO**

**#1 na rynku**

Piwa nisko  
i bezalkoholowe<sup>3</sup>



**#1 na rynku**  
Piwa smakowe<sup>2</sup>



**#1 w segmencie**  
piwnych specjalności<sup>4</sup>

## Piwa

Grupy Żywiec S.A.<sup>1</sup>



## Nowości

Grupy Żywiec S.A.  
w 2020 roku

- Warka Radler 0% **Rabarbar z Truskawką**
- Warka Radler 3,5% **Cytryna**
- Warka Radler 3,5% **Malina z Cytrusami**
- Warka Radler 3,5 % **Jabłko z Gruszką**
- Żywiec **Wiedeński Lager**
- Żywiec **Pszeniczne IPA**
- Desperados **Lime**



Pozostałymi elementami w portfolio Grupy Żywiec w 2020 roku były marki warzone w browarach należących do Browaru Namysłów Sp. z o. o. oraz w Browarze Zamkowym Cieszyn.

1. Od stycznia do maja 2020 r. w portfolio Grupy Żywiec S.A. znajdował się także Dzikie Sad.

2. Grupa Żywiec S.A. za Nielsen - Grupa Żywiec S.A. osiągnęła najwyższy na rynku udział wartościowy równy 42,8% w kategorii Piwa smakowe. Cała Polska z Dyskontami (kategoria Piwo), Panel Handlu Detalicznego, udział wartościowy, okres: styczeń 2020 - grudzień 2020, kategoria: piwa smakowe.

3. Grupa Żywiec S.A. za Nielsen - Grupa Żywiec S.A. osiągnęła najwyższy na rynku udział wartościowy równy 33,4% w kategorii Piwa bezalkoholowe. Cała Polska łącznie z Dyskontami (kategoria Piwo), Panel Handlu Detalicznego, udział wartościowy, okres: styczeń 2020 - grudzień 2020, kategoria: piwo.

4. Grupa Żywiec S.A. za Nielsen - Marka Żywiec osiągnęła najwyższy na rynku udział wartościowy równy 26,8% w kategorii Piwne Specjalności Cała Polska z Dyskontami (kategoria Piwo), Panel Handlu Detalicznego, udział wartościowy, okres: styczeń 2020 - grudzień 2020, kategoria: Piwne specjalności (suma segmentów: Specjalne, Stout, Pszeniczne, Ale) według definicji Grupy Żywiec.





## Trendy rynkowe

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

### Rynek piwa w Polsce w 2020 roku



**+3,1%**

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



**-1,6%**

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



### Produkcja piwa w UE w 2018 roku<sup>1</sup>



### Konsumpcja piwa w UE per capita w 2018 r. litrach<sup>1</sup>



**141**  
Czechy



**107**  
Austria



**102**  
Niemcy



**100**  
Polska



**85**  
Rumunia

### Zmiana wolumenowa w segmentach piwa na polskim rynku w 2020 roku



**+19,5%**

piwa  
**bezaalkoholowe**<sup>5</sup>



**+0,2%**

piwa  
**smakowe i radlery**<sup>6</sup>



**-2,5%**

lagery<sup>6</sup>



**-3,1%**

piwne  
**specjalności**<sup>6</sup>



**-21,2%**

piwa  
**niepasteryzowane**<sup>5</sup>

### Udział wartościowy piwa w kanałach dystrybucji w 2020 roku<sup>4</sup>



**64,1%**  
(+1,6% v. 2019)  
**Mały format**



**11,8%**  
(-4,2% v. 2019)  
**Duży format**  
(bez dyskontów)



**19,8%**  
(+14,8% v. 2019)  
**Dyskonty ogółem**



**4,3%**  
(-0,3% v. 2019)  
**Stacje benzynowe**





## Trendy konsumenckie

Świat się zmienia, a oczekiwania konsumentów zmieniają się wraz z nim. W ciągu ostatnich lat konsumenci coraz częściej kierują się w stronę eksperymentowania z nowymi smakami i poszukiwania różnorodności, **jednak na ich preferencje w coraz większym stopniu wpływają także trendy związane ze zrównoważonym i aktywnym stylem życia.**



**Polacy zmieniają** swój styl życia



**62%**

**Polaków** uprawia sport co najmniej raz w miesiącu<sup>1</sup>



**43%**

**Polaków** ogranicza spożycie mięsa<sup>2</sup>



**Konsument oczekują, że producent** będzie przede wszystkim:<sup>5</sup>

**Czego Polacy obawiają się najbardziej** w kontekście środowiska naturalnego?



**87%**

dbał o środowisko oferując opakowania bardziej przyjazne dla środowiska, generujące mniej odpadów



**87%**

dbał o środowisko ograniczając zużycie surowców



**81%**

kupował surowce pochodzące od polskich producentów



**74%**

wspierał społeczność lokalną



**60%**

wspierał rozwój sportu<sup>9</sup>



**43%**

zanieczyszczenia powietrza



**37%**

braku dostępności wody



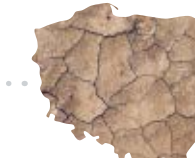
**34%**

sztucznego jedzenia



**34%**

globalnego ocieplenia



**30%**

suszy<sup>3</sup>



Konsument stają się coraz bardziej świadomi zagrożeń związanych ze zmianami klimatu i zanieczyszczeniem środowiska. Rosnąca świadomość powoduje, że **Polacy powoli zaczynają zmieniać swoje zachowania**

Konsument są dziś zaangażowani bardziej niż kiedykolwiek w sprawy związane z **przeciwdziałaniem zmianom klimatycznym**

**wybierając bardziej ekologiczne produkty**



**83%**

konsumentów twierdzi, że ich **codzienne wybory** mają wpływ na środowisko naturalne<sup>4</sup>



**49%**

konsumentów twierdzi, że jest gotowych **zmienić markę** z powodów zaangażowania społecznego lub ekologicznego<sup>5</sup>

**i oczekują działania od marek i producentów<sup>4</sup>**



**55%**

słyszało o młodzieżowych **strajkach klimatycznych**<sup>8</sup>



**53%**

nie ufa tradycyjnym instytucjom<sup>7</sup>



**51%**

oczekuje, że **marki zrobią więcej** niż rządy<sup>6</sup>



1. Raport MultiSport Index 2018, <https://www.benefitsystems.pl/dla-inwestora/arttykul/multisport-index-2018-30-polakow-uprawia-aktywnosc-fizyczna-3-razy-w-tygodniu/>.  
2. 3, 4, 8. Raport Nie-zrównoważeni.  
5. Barometr CSR 2016; CSR Consulting, Maison & Partners, 2016. Badanie zostało przeprowadzone na próbie 1039 osób w wieku 18-55 lat metodą CAWI.  
6, 7. Edelman Earned Brand Study, Edelman, Czerwiec 2017, <https://www.edelman.com/research/earned-brand-2017>.  
9. Butelka w obiegu zamkniętym. Raport z badania; Kantar MillwardBrown, Lipiec 2018. Badanie zostało przeprowadzone na próbie 500 konsumentów piwa w wieku 18-45 lat metodą CAWI.





# Nasze podejście strategiczne





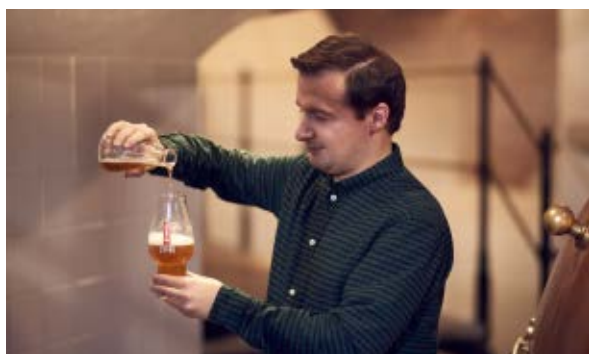
## Wartości Grupy Żywiec

Mamy pasję do piwa, które warzymy już od 160 lat.  
Jesteśmy nowoczesną organizacją, która **czepie dumę**  
**i inspirację z bogatych tradycji piwowarskich.**

GRI 102-16



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



### Pasja do jakości

Od samego początku przywiązujemy najwyższą wagę do jakości. Konsumenci inspirować nas do wytwarzania najlepszych piw oraz wkładania tej pasji we wszystkie nasze marki, produkty i działania. 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

Nasza działalność sprawia, że życie przynosi większą radość. Dajemy konsumentom radość dzięki odpowiedzialnemu promowaniu naszych produktów oraz sponsorowaniu wydarzeń, które są dla konsumentów ważne. 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.



### Szacunek dla ludzi i dla naszej planety

Z zaangażowaniem działamy na rzecz naszych społeczności i dążymy do tego, aby wpływ, który wywieramy na naszą planetę był coraz korzystniejszy. Oznacza to, że szanujemy prawa człowieka oraz podchodzimy do ludzi i miejsc wokół nas z największą możliwą troską. Przestrzegamy przepisów prawa. Czerpiemy również siłę z różnic między ludźmi i kulturami. Odpowiedzialność, do jakiej poczuwamy się wobec naszego otoczenia, ukształtowała nasze odpowiedzialne podejście do praktyk związanych z alkoholem, społeczeństwem i środowiskiem naturalnym.



## Warzymy Lepszy Świat

Chcemy rozwijać naszą firmę warząc lepszy świat od ziarna do baru. **Zrównoważony rozwój jest jednym z priorytetów biznesowych naszej firmy**, a jednocześnie nośnikiem pozytywnej zmiany otoczenia, w którym żyjemy.



Nasze działania w zakresie zrównoważonego rozwoju realizujemy zgodnie ze strategią „Warzymy Lepszy Świat”, która stanowi politykę w zakresie zrównoważonego rozwoju dla Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., a także wyznacza kluczowe obszary zrównoważonego rozwoju.

Pozytywna zmiana, której chcemy dokonać wymaga współdziałania z partnerami i realizacji celów na każdym etapie naszej działalności, także tych, które są realizowane poza strukturami naszej spółki. Stale współpracujemy z naszymi partnerami biznesowymi, ekspertami i organizacjami pozarządowymi w celu wspólnego realizowania celów zrównoważonego rozwoju.

## Obszary zaangażowania strategii „Warzymy Lepszy Świat”



**Ograniczanie emisji CO<sub>2</sub>**  
13. Cel Zrównoważonego Rozwoju



**Zrównoważone zaopatrzenie**  
12. i 15. Cel Zrównoważonego Rozwoju



**Rozwój społeczności lokalnych**  
8. i 11. Cel Zrównoważonego Rozwoju



**Promowanie zdrowia i bezpieczeństwa**  
3. Cel Zrównoważonego Rozwoju



**Wspieranie odpowiedzialnej konsumpcji**  
3. i 12. Cel Zrównoważonego Rozwoju



**Ochrona zasobów wodnych**  
6. Cel Zrównoważonego Rozwoju



**CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU**

GRI 102-12

GRI 102-13

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 2020:



- Pracodawcy Rzeczypospolitej Polskiej
- Związek Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego "Browary Polskie"
- Stowarzyszenie Polska Koalicja Przemysłowa na rzecz Opakowań Przyjaznych Środowisku EKO-PAK (członek wspierający)
- Polskie Stowarzyszenie Rolnictwa Zrównoważonego „ASAP”
- Rada Etyki Reklamy (jako członek Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie”)
- CCI France-Pologne
- Netherlands-Polish Chamber of Commerce
- Polskie Stowarzyszenie Piwowarów Domowych (Browar Zamkowy Cieszyń jest członkiem wspierającym)
- Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych



## Jak tworzymy wartość dla biznesu, społeczeństwa i środowiska?

Chcąc tworzyć wartość biznesową musimy rozwijać się w sposób zrównoważony, tworząc odpowiednie warunki umożliwiające wzrost w długim czasie oraz kreując wartości dla naszego otoczenia. Z tego powodu zrównoważony rozwój jest jednym z priorytetów biznesowych Grupy Żywiec.

Ż



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.



### 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 wyzwaniami 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.**

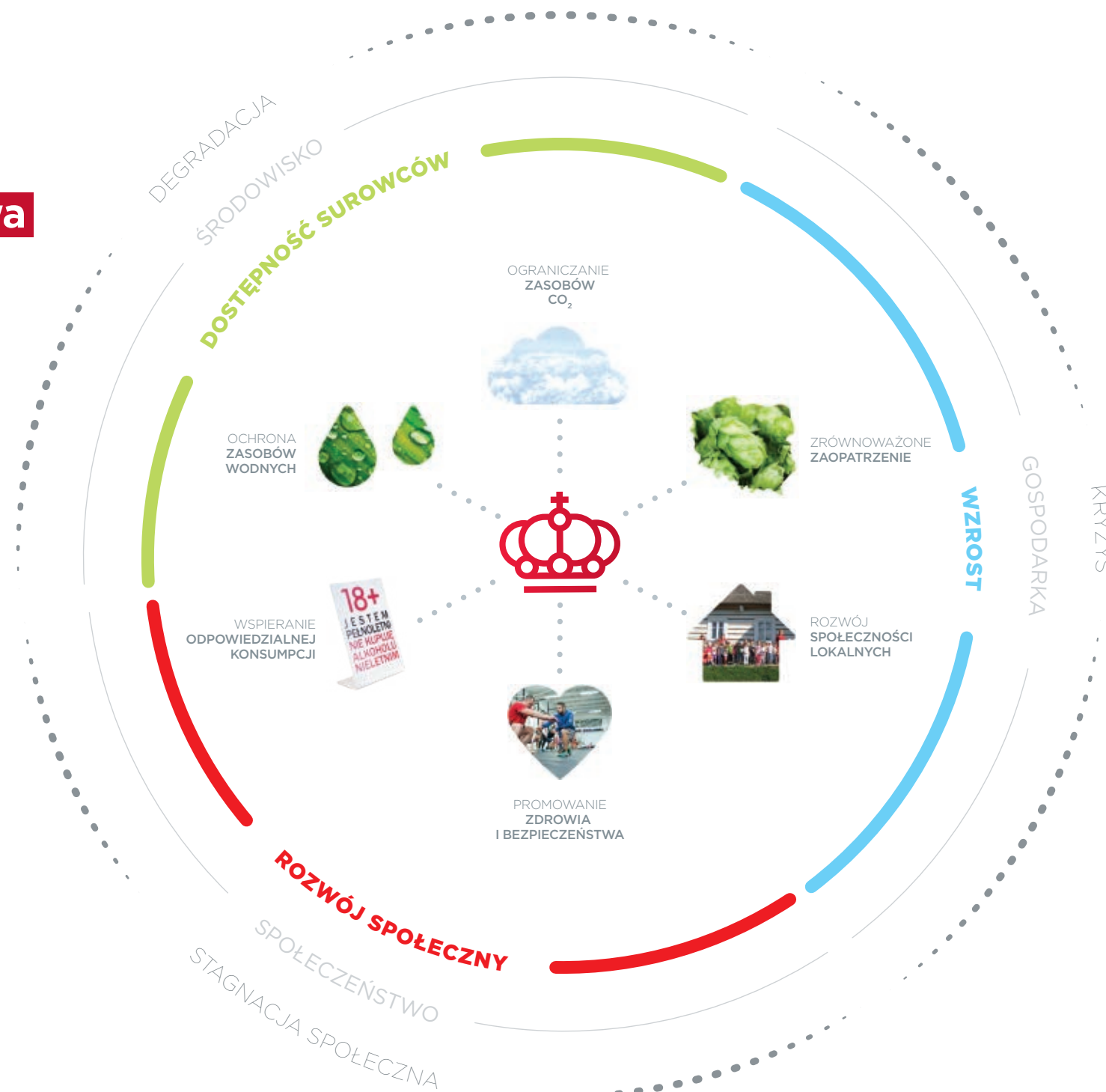
Tworzymy wartość poprzez inwestowanie w odnawialne źródła energii, regularne ograniczanie emisji gazów cieplarnianych w całym łańcuchu dostaw, produkcji i dystrybucji. Promujemy butelkę zwrotną jako najbardziej przyjazne dla środowiska opakowanie piwa, oferując ją konsumentom niemal w połowie naszych 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.



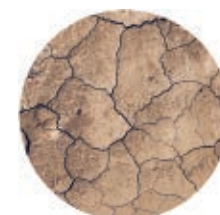
**Nasza działalność tworzy wartość** dla mieszkańców, wśród których warzymy nasze piwo, naszych pracowników i partnerów biznesowych oraz dla naszych konsumentów, a także wywiera wpływ na środowisko naturalne.

### 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.







## Zmiany klimatyczne i długofalowe perspektywy dla biznesu

GRI 102-47

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.



Szacowana średnioroczna

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



**10°C**

scenariusz optymistyczny



**16°C**

scenariusz pesymistyczny

Według ekspertów Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) **średnia temperatura na całym świecie w najbardziej optymistycznym scenariuszu może wzrosnąć o 1,5°C do roku 2100** w stosunku do średniej temperatury z epoki przedprzemysłowej, co zaowocuje istotnymi przeobrażeniami klimatycznymi. Inne scenariusze przewidują wzrost średnich temperatur nawet o 6-8°C.

**Potencjalne długoterminowe ryzyka i szanse** związane ze zmianami klimatu:

### Dostępność i ceny opakowań

#### Gospodarka o Obiegu Zamkniętym

W związku z kurczącymi się zasobami kraje Unii Europejskiej wdrażają mechanizmy regulacyjne, których celem jest tworzenie zachęt do wdrażania gospodarki o obiegu zamkniętym, pozwalającej na możliwie jak najbardziej efektywne wykorzystanie surowców oraz ich przetwarzanie. Jednym z narzędzi, które pozwalają to osiągnąć jest określenie nowych limitów recyklingu odpadów, w tym odpadów opakowaniowych dla krajów UE, a także zobowiązanie producentów do współfinansowania systemu selektywnej zbiórki odpadów opakowaniowych.<sup>3</sup>

#### Jak odpowiadamy na ryzyko?

Do produkcji piwa wykorzystujemy opakowania zwrotne, które mogą być używane nawet 25 razy w ciągu 5 lat. Aby móc w pełni wykorzystywać ich potencjał, umożliwiamy naszym konsumentom łatwe oddawanie butelek zwrotnych bez paragonu we współpracy z naszymi klientami na terenie całej Polski poprzez akcję „Daj butelce drugie życie”.

Jako członek Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego „Browary Polskie” bierzemy udział w konsultacjach implementacji pakietu dyrektyw dotyczących gospodarki obiegu zamkniętego do polskiego porządku prawnego, tak aby ekspertyzę zgromadzoną przez lata w branży piwowarskiej wykorzystać do jak najbardziej optymalnego wdrożenia przepisów z korzyścią dla środowiska i producentów.

### Dostępność i ceny energii

#### Rosnące zapotrzebowanie na energię

W ostatnich latach Polska notuje zwiększone zapotrzebowanie na energię elektryczną, z rekordowym zapotrzebowaniem na moc w wysokości 27 380 MW w styczniu 2020 roku. Obecnie energia produkowana w Polsce w dużej mierze oparta jest na węglu jako głównym źródle, z udziałem energii ze źródeł odnawialnych na poziomie 12% w 2019 r. Celem polskiej polityki energetycznej jest zwiększenie tego udziału do 21% w 2030 roku. Jednocześnie polityka Unii Europejskiej ma na celu wsparcie osiągnięcia przez kraje UE neutralności klimatycznej do roku 2050, także poprzez wykorzystanie systemu mechanizmów fiskalnych do wzrostu konkurencyjności cenowej energii pozyskiwanej ze źródeł odnawialnych w stosunku do energii konwencjonalnej.

#### Jak odpowiadamy na ryzyko?

Zgodnie z programem „Drop the C” do roku 2030 chcemy wykorzystywać 70% energii ze źródeł odnawialnych w produkcji piwa. Już dziś całość energii elektrycznej nabywanej przez Grupę Żywiec S.A. pochodzi wyłącznie z odnawialnych źródeł energii. Analizujemy też możliwości inwestycji w zielone źródła energii oraz możliwości pozyskiwania energii ze źródeł odnawialnych w porozumieniu z zewnętrznymi dostawcami. Regularnie prowadzimy też działania ograniczające zużycie energii w procesie produkcji piwa.

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 szacunków średnia temperatura w Polsce może wzrosnąć nawet o 1°-2°C do roku 2050 lub w negatywnym scenariuszu nawet o 6°C w 2100 roku w stosunku do roku 1950. Rezultatem takich zmian mogą być trwałe anomalie klimatyczne, w tym podniesienie się poziomu mórz, powódzie, 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.

### Dostępność i ceny surowców

#### Surowce naturalne

Według Komisji Europejskiej<sup>2</sup> zmiany klimatyczne mogą spowodować zmiany w dostępności surowców naturalnych, związane z produkcją zbóż oraz innych produktów rolnych. Ma to związek z szacowanym zwiększonym ryzykiem występowania okresów suszy oraz erozji gleby w naszej części Europy, a także notowanym spadkiem bioróżnorodności.

#### Jak odpowiadamy na ryzyko?

Jako członek Polskiego Stowarzyszenia Rolnictwa Zrównoważonego „ASAP” bierzemy udział w promocji zrównoważonych metod upraw surowców rolnych. W ubiegłych latach rozpoczęliśmy także pozyskiwanie surowców do produkcji piwa ze źródeł zrównoważonych.

#### Woda

Polska jest jednym z państw Unii Europejskiej o najniższej dostępności wody, notując zasoby wody na poziomie 35% średniej europejskiej. Długoterminowo zwiększone opady zimą i mniejsze latem mogą prowadzić do zwiększonych okresów suszy na terenie całej Polski.

#### Jak odpowiadamy na ryzyko?

Regularnie prowadzimy działania na rzecz ograniczenia zużycia wody w procesie produkcji piwa, a także dokonujemy bieżących analiz dotyczących dostępności wody. Wspólnie z innymi producentami, prowadzimy rozmowy na temat działań, których celem jest ochrona zasobów wodnych na terenie Żywiecczyny.

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>.

Regularnie monitorujemy powyższe ryzyka poprzez analizę otoczenia regulacyjnego, za które odpowiada Dział Prawny oraz Dział Spraw Korporacyjnych, a także analizę cen opakowań, energii i surowców, co stanowi przedmiot pracy Działu Zakupów. Odpowiadamy na powyższe ryzyka realizując Strategię zrównoważonego rozwoju Warzemy Lepszy Świat, która stanowi szczegółową politykę w tym obszarze dla Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. oraz Grupy Żywiec S.A. będąc uzupełnieniem zapisów Kodeksu Postępowania w Biznesie Heinekena.

1. <https://theclimatedatafacto>
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].
3. <https://circulareconomy.europa.eu/platform/en/news-and-events/all-news/new-circular-economy-action-plan-consultation-roadmap-open> [20.01.20].



## 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.

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 2020 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 3 spostrzeżenia, w stosunku do których podjęto działania korygujące.

Audyt systemu zarządzania środowiskowego został przeprowadzony w ramach wizyty kontrolnej Nr 2. Podczas audytu audytorzy jednostki certyfikującej nie podnieśli żadnej niezgodności.



W 2020 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.**





## W Ż dbamy o dobrą atmosferę

Zmiana klimatu to jedno z najpoważniejszych globalnych wyzwań. By mu sprostać **dążymy do ograniczania 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.

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>

Całkowite emisje gazów cieplarnianych w Grupie Kapitałowej wyniosły w 2020 r. 48,11 tys. ton CO<sub>2</sub>e (bezpośrednie i pośrednie market-based), przy czym 54,8% przypadało na emisje bezpośrednie, a 45,2% na emisje pośrednie.

Wskaźnik ten wyniósł dla Grupy Żywiec S.A. 3,73 kg CO<sub>2</sub>e na hl piwa w roku 2020, o 6,5% mniej niż przed rokiem (3,99 kg CO<sub>2</sub>e na hl piwa).

### Informacje na temat

### wielkości emisji gazów cieplarnianych

	jednostka	Grupa Żywiec			Grupa Kapitałowa		
		2019	2020	zmiana r/r	2019	2020	zmiana r/r
Emisje bezpośrednie							
Łącznie emisje bezpośrednie	Mg CO2e	22 817,0	20 944,3	-8,2%	26 625,9	26 352,2	-1,0%
Emisje bezpośrednie na 1 hl piwa	kg CO2e/hl	2,2	2,0	-7,0%	2,5	2,4	-5,2%
Emisje bezpośrednie na 1 mln zł przychodu	Mg CO2e/1 mln zł	7,1	5,8	-18,5%	7,5	7,0	-5,9%
Emisje pośrednie							
Location-based							
Łącznie emisje pośrednie location-based	Mg CO2e	63 451,2	59 897,7	-5,6%	63 451,2	64 009,8	+0,9%
Market-based							
Łącznie emisje pośrednie market-based	Mg CO2e	19 136,1	17 776,8	-7,1%	19 136,1	21 758,9	+13,7%
Emisje pośrednie market-based na 1 hl piwa	kg CO2e/hl	1,8	1,7	-5,9%	1,8	2,0	+8,9%
Emisje pośrednie market-based na 1 mln zł przychodu	Mg CO2e/1 mln zł	6,0	4,9	-17,5%	5,4	5,8	+8,2%
Emisje łącznie							
Łącznie emisje market-based	Mg CO2e	41 953,1	38 721,1	-7,7%	45 762,1	48 111,0	+5,1%
Łącznie emisje market based na 1 hl piwa	kg CO2e/hl	3,99	3,73	-6,5%	4,4	4,4	+0,7%
Łącznie emisje market-based na 1 mln zł przychodu	Mg CO2e/1 mln zł	13,1	10,7	-18,1%	12,8	12,8	0,0%

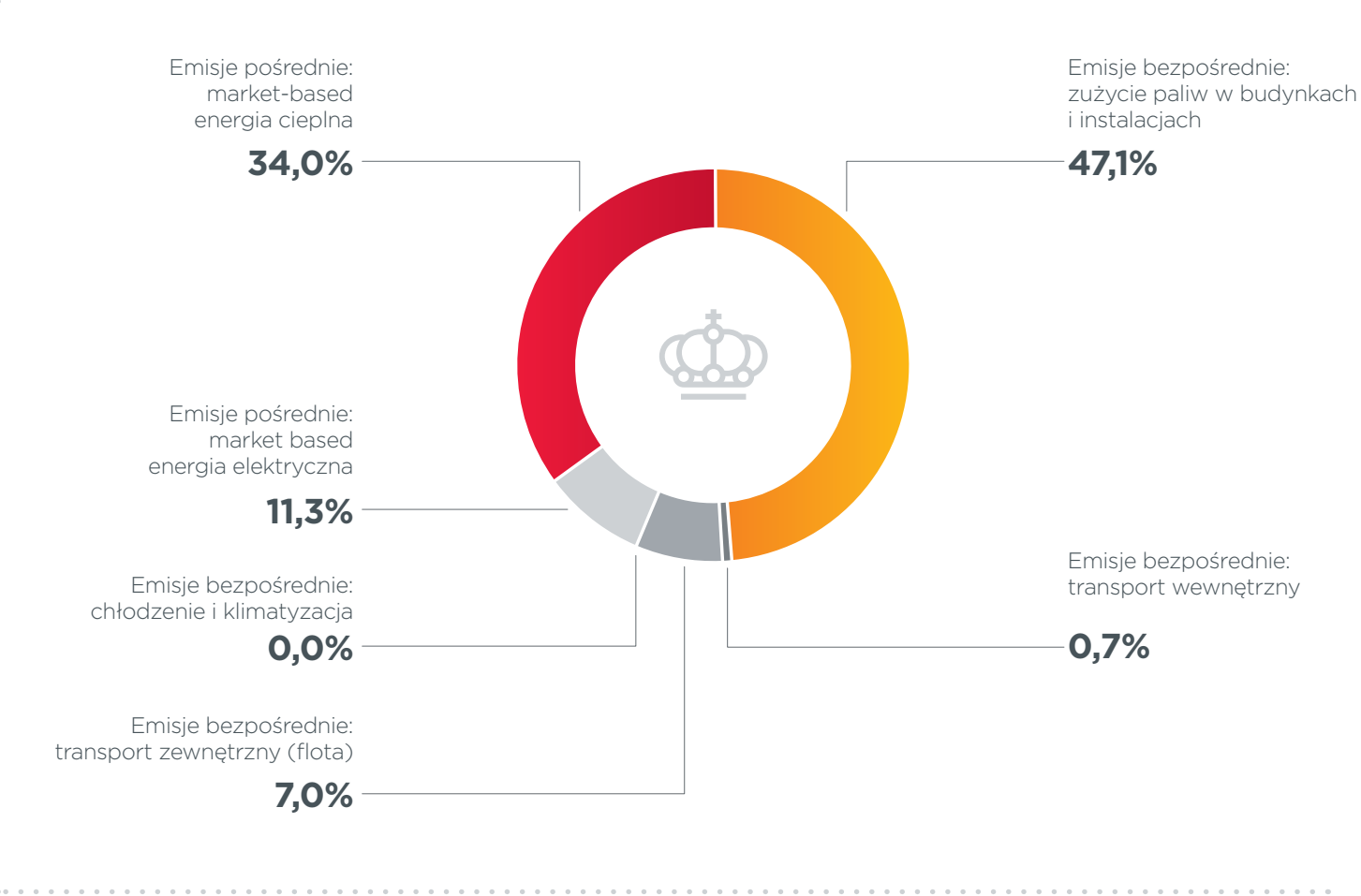


Dzięki temu możemy precyzyjnie zdefiniować nasze priorytety, a także zidentyfikować źródła emisji, które możemy potencjalnie ograniczyć. **Od 2020 r. raportujemy nasze emisje do programu Climate Change prowadzonego przez CDP.**



### Struktura emisji gazów cieplarnianych

### w Grupie Kapitałowej w 2020 r.



1. 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). Konsolidacja obejmuje wszystkie poziomy kapitałowej. Rokiem bazowym przyjętym przez organizację był rok obrotowy 2019. W ciągu ostatniego roku nie dokonano rekalkulacji emisji roku bazowego.

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 metodą market-based (na bazie wskaźników intensywności emisyjnej podanych przez dostawców energii elektrycznej i ciepłej).



## Zamykamy obieg gospodarki

**Dbamy o to, żeby w naszych browarach nic się nie marnowało,** zgodnie z zasadami Gospodarki Obiegu Zamkniętego.

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.

Grupa Żywiec kierując się swoimi wartościami zawartymi w Strategii Zrównoważonego Rozwoju – Warzemy Lepszy Świat – przykładą szczególną wagę do odpowiedzialnego zarządzania pozyskiwaniem surowców. Kupując od lokalnych, polskich wytwórców wspieramy polską gospodarkę i dbamy o najwyższą jakość finalnego produktu. Nasze podejście do zakupów zostało szczegółowo opisane w rozdziale **3 Warzemy z polskich składników.**

## Jak realizujemy zasady gospodarki obiegu zamkniętego?

### Gęstwa drożdżowa i młóto browarniane

Trafia z browarów Grupy Żywiec S.A. z powrotem do obiegu pod postacią paszy dla zwierząt.



### Zwrotne plastikowe kubki

Podczas koncertów Żywiec Męskie Granie konsumenci mają możliwość zakupu piwa w zwrotnych kubkach, które po umyciu są ponownie wykorzystywane.



### Butelka zwrotna

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.



## Sposoby postępowania z odpadami

		2019		2020		
Odpady niebezpieczne	jednostka	wartość	udział procentowy	wartość	udział procentowy	zmiana r/r
Składowanie na składowiskach opadów	Mg	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,0%
Recykling (czyli kolejny cykl życia, np.. szkło do hut)	Mg	3,50	22,02%	4,58	39,51%	+30,7%
Ponowne wykorzystanie (w niezmienionej formie)	Mg	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,0%
Stałe magazynowanie na terenie zakładu*	Mg	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,0%
Inne	Mg	12,41	77,98%	7,01	60,49%	-43,5%
Odpady łącznie	Mg	15,92	100,00%	11,59	100,00%	-27,2%
Odpady inne niż niebezpieczne	jednostka	wartość	udział procentowy	wartość	udział procentowy	zmiana r/r
Składowanie na składowiskach opadów	Mg	105,90	0,23%	99,14	0,22%	-6,4%
Recykling (czyli kolejny cykl życia, np.. szkło do hut)	Mg	36 630,68	81,12%	39 249,99	89,04%	+7,2%
Ponowne wykorzystanie (w niezmienionej formie)	Mg	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,0%
Stałe magazynowanie na terenie zakładu*	Mg	0,00	0,00%	0,00	0,00%	0,0%
Inne	Mg	8 527,22	18,65%	4 733,87	10,74%	-44,5%
Odpady łącznie	Mg	45 157,90	100,00%	44 083,00	100,00%	-2,4%

Powyższe dane dotyczą działalności Grupy Żywiec S.A. nie uwzględniając Browaru Namysłów, która z uwagi na proces produkcji piwa mają decydujący wpływ na środowisko naturalne. Pozostałe spółki wchodzące w skład Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. nie są objęte monitorowaniem postępowania z odpadami w powyższych obszarach. Najczęstszą metodą zagospodarowania odpadów wyróżnionych w kategorii Inne jest utylizacja przez spalanie.



## Zużycie paliw i energii

Niemal 100% energii elektrycznej wykorzystywanej do warzenia piwa w Grupie Żywiec **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		
<b>Energia z odnawialnych i nieodnawialnych źródeł</b>	jednostka	2019	2020	zmiana r/r	2019	2020	zmiana r/r
Energia ze wszystkich źródeł odnawialnych (pochodząca z paliw i z energii zakupionej)	MWh	65 259,5	67 610,2	+3,6%	65 259,5	68 468,4	+4,9%
Odsetek energii ze źródeł odnawialnych	%	29,0%	31,9%	+2,9%	27,2%	28,3%	+1,1%
Energia ze wszystkich źródeł nieodnawialnych (pochodząca z paliw i z energii zakupionej)	MWh	160 129,5	144 543,4	-9,7%	174 606,0	173 319,3	-0,7%
Odsetek energii ze źródeł nieodnawialnych	%	71,0%	68,1%	-2,9%	72,8%	71,7%	-1,1%
<b>Łącznie energia ze wszystkich źródeł</b>	<b>MWh</b>	<b>225 389,0</b>	<b>212 153,6</b>	<b>-5,9%</b>	<b>239 865,5</b>	<b>241 787,7</b>	<b>+0,8%</b>

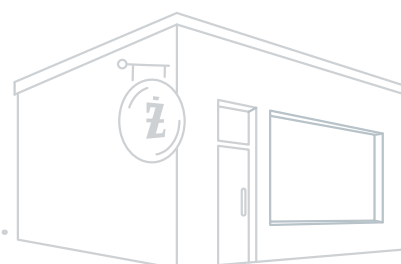
Grupa Żywiec					Grupa Kapitałowa Żywiec		
<b>Zakupiona energia</b>	jednostka	2019	2020	zmiana r/r	2019	2020	zmiana r/r
Energia elektryczna	MWh	64 621,7	60 418,0	-6,5%	64 621,7	65 842,9	+1,9%
w tym odsetek energii elektrycznej pochodzącej z odnawialnych źródeł energii	%	96,4%	96,8%	+0,5%	96,4%	90,2%	-6,2%
Energia ciepła	MWh	41 646,3	40 589,8	-2,5%	41 646,3	40 589,8	-2,5%
w tym odsetek energii cieplnej pochodzącej z odnawialnych źródeł energii	%	7,2%	22,4%	+15,3%	7,2%	22,4%	+15,3%
<b>Energia nabywana łącznie (elektryczna i ciepła)</b>	<b>MWh</b>	<b>106 268,0</b>	<b>101 007,8</b>	<b>-4,9%</b>	<b>106 268,0</b>	<b>106 432,7</b>	<b>+0,2%</b>
w tym odsetek energii nabywanej (elektrycznej i cieplnej) pochodzącej z odnawialnych źródeł energii	%	61,4%	66,9%	+5,5%	61,4%	64,3%	+2,9%

Pozostałe dane na temat zużycia paliw i energii znajdują się w Załączniku.



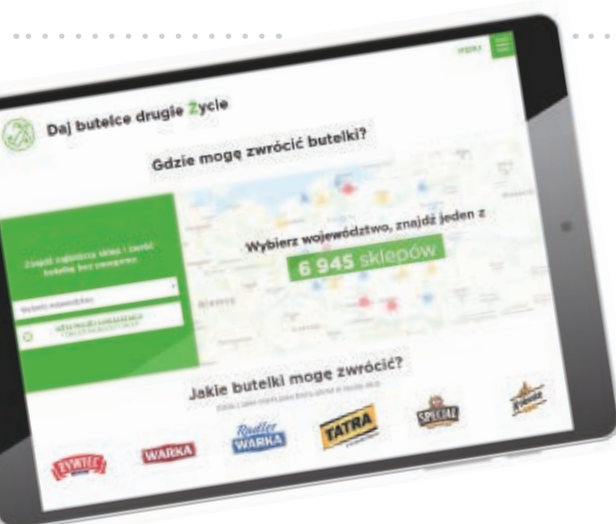
## Dajemy butelce drugie Życie

**Butelka zwrotna to najbardziej przyjazne dla środowiska opakowanie, w którym dostępne jest piwo.** Ograniczając nasz wpływ na środowisko, postanowiliśmy rozpocząć kampanię „Daj butelce drugie życie”, której celem jest umożliwienie konsumentom łatwego oddawania butelek zwrotnych bez paragonu w punktach sprzedaży na terenie całej Polski. Nasze działania kontynuowaliśmy w 2020 roku.



**6 946 sklepów**

Bierze udział w akcji „Daj butelce drugie życie”



Jak działa akcja

### Daj butelce drugie Życie?

- 1 Wejdź na stronę [zwrocbutelke.pl](http://zwrocbutelke.pl)
- 2 Znajdź sklep, w którym zwrócisz butelkę bez paragonu i sprawdź, czy twoje butelki są zwrotne.
- 3 Zwróć w nim butelki zwrotne, nawet jeśli nie masz paragonu lub kupiłeś piwo w innym sklepie.
- 4 Za każdą butelkę otrzymasz 0,35 zł (cena sugerowana) i pomagasz dbać o środowisko.



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**. Jedna butelka zwrotna w cyklu generuje 10 razy mniej emisji gazów niż butelka bezzwrotna.



## Opakowania Grupy Żywiec S.A. w 2020 roku<sup>2</sup>

**Wciąż zaledwie połowa konsumentów oddaje butelki zwrotne, a 1 na 3 robi to zazwyczaj.**



**38%**

Opakowania zwrotne



Dodatkowo u wielu z nich oddawanie butelek budzi negatywne emocje, kojarzy się z czymś kłopotliwym, a nawet wstydlwym.



**62%**

Opakowania bezzwrotne

## Udział opakowań zwrotnych w 2020 roku na polskim rynku (kategoria piwo)<sup>3</sup>

**32,3%**

Opakowania zwrotne



**67,2%**

Opakowania bezzwrotne

## Ślad węglowy butelki zwrotnej<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.**



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

Butelka zwrotna



**57,5 kg CO<sub>2</sub>e/hl**

Butelka bezzwrotna



## Jakie bariery powstrzymują Polaków przed oddawaniem butelek?<sup>3</sup>



**53%**

trzeba przechowywać paragon, aby oddać butelki



**52%**

przechowywanie butelek zwrotnych to kłopot, nie mam gdzie ich przechowywać



**43%**

zapominam zabrać, gdy wychodzę do sklepu



**40%**

wyrzucam wszystkie butelki szklane do pojemnika na szkło<sup>2</sup>



**Dlatego postanowiliśmy zachęcić konsumentów do oddawania butelek zwrotnych, a także usunąć bariery, które powstrzymywały ich przed zwracaniem butelek.**

1. Na podstawie danych własnych  
2. Butelka w obiegu zamkniętym. Raport z badania, Kantar MillwardBrown, Lipiec 2018. Badanie zostało przeprowadzone na próbie 500 konsumentów piwa w wieku 18-45 lat metodą CAWI.  
3. Grupa Żywiec na podstawie danych Nielsen.



## Wielka Zwrotka Ż

Żywiec jako pierwsza marka piwa w Polsce odwróciła etykietę, żeby **zachęcić Polaków do oddawania butelek zwrotnych**. Specjalne butelki z odwróconą etykietą trafiły do sklepów w całej Polsce.



# Ż

W ramach kampanii Wielka Zwrotka Ż marka Żywiec skupiła się na **promowaniu ekologii poprzez butelki zwrotne**. W kampanii udział wzięli **Monika Brodka, Marcin Dorociński i Maciej Musiał**, którzy wystąpili w spotach i na materiałach promujących akcję.



Kampanii towarzyszyły specjalnie zaprojektowane, **ekologiczne torby** sygnowane logo akcji, które można było wygrać w aktywacjach marki Żywiec.



Na potrzeby Zwrotki powstał utwór, który skomponował Marcin Macuk. Kompozytor korzystając z dźwięków butelek, przesuwanych skrzynek oraz otwieranej kasy stworzył **motyw muzyczny kampanii, wychodząc od refrenu piosenki „Sing it Back” zespołu Moloko**.



Wielka Zwrotka Ż to część szerszych działań pod hasłem **„Daj butelce drugie Życie”**, dzięki którym umożliwiliśmy konsumentom łatwe oddawanie butelek bez paragonu w ponad **6 900 sklepach na terenie całej Polski**.



Dodatkowo, marka Żywiec przygotowała **specjalny znak, którego celem jest wyraźne oznaczenie opakowań, które można zwrócić**, aby mogły zostać użyte ponownie. To jedna z barier, które napotykają konsumenci. Znak jest obecny na opakowaniach zwrotnych marki Żywiec.

## 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.**



## Woda

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.

### 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%**



**Woda stanowi kluczowy surowiec produkcyjny Grupy Żywiec, a 84,3% jej zapotrzebowania pokrywamy ze źródeł własnych.**

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. **W 2020 roku udało nam się ograniczyć zużycie wody o -5,2% w stosunku do roku 2019.**

### Zużycie wody

Grupa Żywiec				
	Jednostka	2019	2020	zmiana
Produkcja piwa	hl	10 519 545,00	10 981 622,52	+4,4%
Efektywność zużycia wody (na hl piwa)	hl/hl	2,83	2,69	-5,2%

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.



## Rozwijamy społeczności lokalne

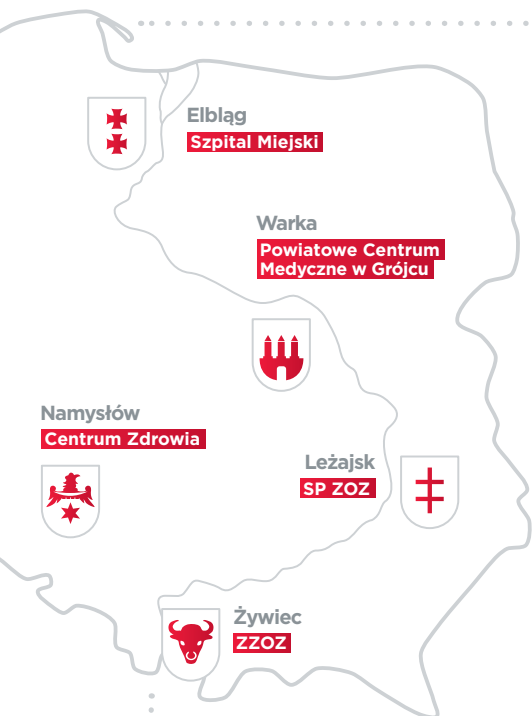
Zależy nam, żeby rozwijać się ze społecznościami, z którymi od pokoleń warzymy piwo. Dlatego wspólnie z mieszkańcami chcemy odpowiadać na lokalne wyzwania.



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 naj-

większej troski, zachowujemy wrażliwość wobec tradycji społecznych i kulturowych, a także przekazujemy dotacje na cele charytatywne w sposób przejrzysty i profesjonalny.

Wybuch pandemii COVID-19 wyraźnie naznaczył sposób, w jaki kierowaliśmy nasze wsparcie w 2020 roku w naszych małych ojczyznach. W tym trudnym czasie podjęliśmy dodatkowe działania, które wspomogły walkę z epidemią.



Sfinansowaliśmy **zakup najpotrzebniejszego sprzętu medycznego dla szpitali**, które są zlokalizowane najbliżej naszych browarów na łączną kwotę

**500 tys. zł**



Dodatkowo przekazaliśmy alkohol na potrzeby produkcyjne środków dezynfekujących, dzięki czemu wszyscy mieszkańcy Żywca mogli od nas otrzymać **darmowe płyny dezynfekujące**.



## W 2020 roku zadbaliśmy także o czyste powietrze w Żywcu

Dzięki mieszkańcom Żywca, którzy oddali butelki zwrotne w ramach zeszłorocznej akcji „Świąteczna Zwrotka Ż” zasadziliśmy **specjalne drzewa tlenowe**, które wytwarzają tlen znacznie bardziej efektywnie niż inne drzewa.



## Muzeum Browaru w Żywcu

**Muzeum Browaru Żywiec zostało otwarte w 2006 roku z okazji 150-lecia browaru.** Jest jedną z największych

i najnowocześniejszych placówek tego typu w Polsce.

Już samo położenie muzeum budzi ciekawość. Zlokalizowane jest bowiem w dawnych piwnicach leżakowych browaru.



**ŻYWIEC** MUZEUM  
BROWARU

Po przekroczeniu wrót muzeum, goście wchodzą w świat naznaczony ponad 160-letnią historią browaru oraz warzonego w nim piwa. Przechodząc przez sale ekspozycyjne, aktywnie poznają kolejne okresy rozwoju browaru i marki Żywiec aż po współczesność.

Po zwiedzeniu pomieszczeń Muzeum, goście mają czas na konsumpcję piwa i zakup pamiątek. Muzeum Browaru Żywiec jest jednym z obiektów Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego wyróżnionym tytułem Gwiazdy Techniki. Od 2010 r. jest tzw. punktem kotwicznym Europejskiego Szlaku Dziedzictwa Przemysłowego, co świadczy o jego ponadregionalnym znaczeniu dla przemysłowej historii Europy.

**Z uwagi na trwającą pandemię COVID-19 Muzeum w 2020 roku prowadziło działalność w rygorze sanitarnym w ograniczonym zakresie.**

W trosce o bezpieczeństwo zwiedzających, a także obsługi muzeum, zwiedzanie obiektu odbywało się indywidualnie, głównie w grupach do 5 osób.

W efekcie wprowadzonych obostrzeń, **działalność muzeum została całkowicie zawieszona** w okresach od 12 marca do 25 maja 2020 roku oraz od 7 listopada do końca roku 2020.



**35 131 gości**

odwiedziło Muzeum Browaru w Żywcu w 2020 roku.





## Promujemy odpowiedzialną konsumpcję alkoholu

Promocja odpowiedzialnego picia alkoholu to jeden z filarów naszej strategii „Warzemy Lepszy Świat”. **Promujemy czerpanie radości z umiarkowanej konsumpcji piwa 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.



## Odpowiedzialny marketing

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

Realizacja procedur 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 2020 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.



Podstawowe zasady związane z promocją odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu określa Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA, który wraz z innymi dokumentami stanowi politykę w zakresie zarządzania odpowiedzialną konsumpcją alkoholu w Grupie Żywiec S.A. oraz w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A.

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

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

## 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 kobiety 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.

18

ALKOHOL



W 2020 roku **nie złożono skarg** na reklamę produktów Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.

Aby wypełnić postanowienia Kodeksu Rada Reklamy przewiduje procedurę zgłaszania skarg dotyczących naruszenia przez reklamę piwa przepisów prawa, zapisów Kodeksu oraz dobrych obyczajów. Zasadność skarg rozpatrują zewnątrzni eksperci powołani przez Radę Reklamy zgodnie z postanowieniami Regulaminu Rozpatrywania Skarg. Skargę może zgłosić każdy, kto uznaje, że reklama piwa narusza przepisy prawa, zapisy Kodeksu Etyki Reklamy lub dobre obyczaje. Uchwały Komisji Etyki Reklamy są publikowane na stronie internetowej [radareklamy.pl](http://radareklamy.pl)



18

**Alkohol. Tylko dla pełnoletnich**



**Nigdy nie jeźdź po alkoholu**



**W ciąży nie piję alkoholu**



## Kiedy prowadzisz, nigdy nie pij

W 2020 roku **10% wydatków mediowych marki Heineken przeznaczonych było na emisję spotu reklamowego „Kiedy prowadzisz, nigdy nie pij”**.



Politykę obowiązującą Grupę Żywiec S.A. oraz Grupę Kapitałową Żywiec S.A. w zakresie promocji odpowiedzialnej konsumpcji stanowi Kodeks Postępowania w Biznesie HIENEKENA, 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.

W spocie Heinekena **Nico Rosberg, mistrz świata Formuły 1 z 2016 roku**, w bezkompromisowy sposób **pokazuje, że prowadzenie samochodu to zajęcie wyłącznie dla trzeźwych kierowców**.

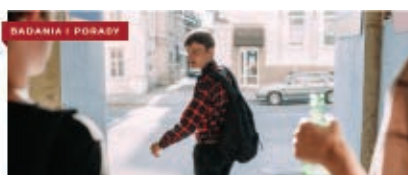


## Trzymaj Pion

W 2020 roku prowadziliśmy akcje 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. Nasze działania skierowaliśmy do rodziców nastolatków, tak aby wspomóc ich w rozmowie ze swoimi dziećmi na temat alkoholu** i zapobiegać przedwczesnej inicjacji alkoholowej.



**Dlaczego dzieci nie powinny pić alkoholu?**  
#alkohol #nastolatki #rozwój



**Jak pomóc dziecku radzić sobie z presją rówieśników?**  
#nastolatki #rówieśnicy #rozmowa



**Pielegnuj przyjaźń z dzieckiem**  
#alkohol #relacje #rodzice

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. Jednym z efektów kampanii jest przewodnik dla rodziców „Jak rozmawiać z dziećmi o alkoholu?”

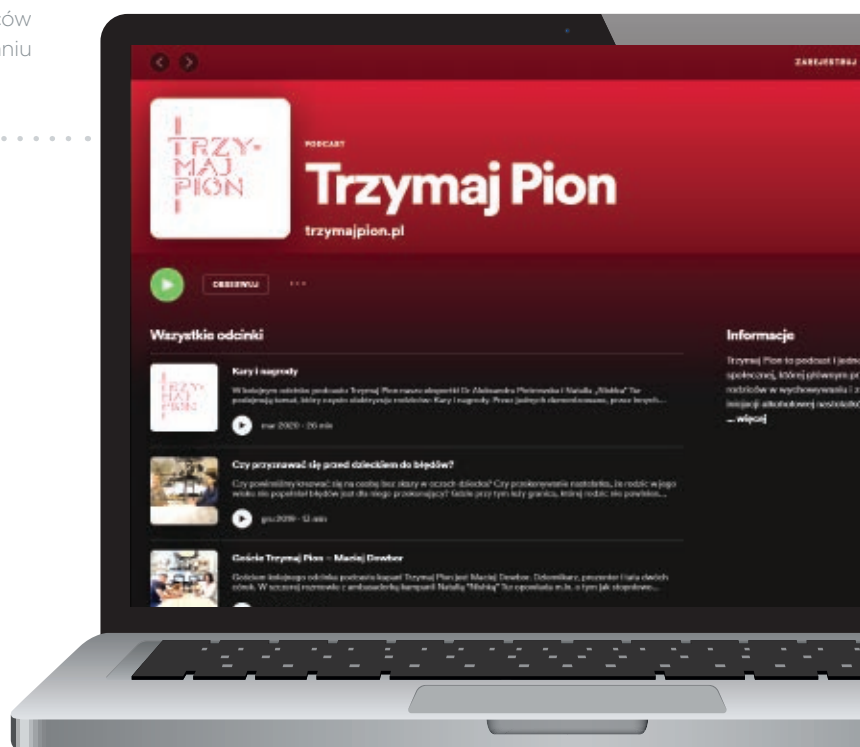
Na stronie kampanii Trzymaj Pion przez cały rok publikowaliśmy eksperckie materiały, które mają wesprzeć rodziców w rozmowach na temat alkoholu oraz pomóc w budowaniu z nimi trwałych relacji.

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.

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



Ściągnij Przewodnik







## Warzymy z polskich składników

**Dokładamy starań, aby wszyscy nasi dostawcy przestrzegali najwyższych standardów dostarczanych produktów**, a także uczciwości i zasad postępowania w biznesie, troski o środowisko naturalne oraz poszanowania praw człowieka. Robimy to z myślą o całym łańcuchu wartości, dbając w ten sposób o etykę postępowania zarówno naszego biznesu, jak i naszych partnerów biznesowych.

GRI 102-9



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.**



## Warzymy z polskiego chmielu

Do produkcji naszych piw stale używamy chmielu pochodzącego z Polski.

W 2020 roku  
**udział chmielu  
pochodzącego z Polski**



**85%**

w przypadku Grupy  
Kapitałowej Żywiec S.A.



wykorzystywanego  
**do warzenia  
piwa** wyniósł:

**89%**

w przypadku  
Grupy Żywiec S.A.



### Udział chmielu pochodzącego z Polski

	2018	2019	2020	zmiana r/r
	%	%	%	p.p.
Grupa Żywiec S.A.	96%	94%	89%	-5 p.p.
Grupa Kapitałowa Żywiec	93%	92%	85%	-7 p.p.



## Zrównoważone składniki

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

W 2020 roku blisko 17,6% wszystkich surowców używanych przez Grupę Kapitałową Żywiec S.A. w tym Grupę Żywiec S.A. do warzenia piwa pochodziło ze źródeł zrównoważonych.



## Udział surowców zrównoważonych

**17,6%** Tyle wyniósł udział surowców zrównoważonych do warzenia piwa naszego w 2020 r.

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

	2018		2019		2020		zmiana r/r
	Mg	%	Mg	%	Mg	%	
Grupa Żywiec	10 700	6,7%	15 000	9%	26 400	17,6%	+76%

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 - słodu 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 2020 roku przeprowadzono:

- **3 audyty dostawców surowców** Grupy Żywiec S.A., spośród których wszystkie zakończyły się pozytywnie.
- **2 audyty dostawców opakowań** Grupy Żywiec S.A., spośród których wszystkie zakończyły się pozytywnie.



**15 dostawców** Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. **zostało poddanych ocenie Vendor Rating** w 2020 roku,

- w tym **13 dostawców** Grupy Żywiec S.A.





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**

w tym Grupa Żywiec S.A.

**1,1 mld zł**



### Udział zakupów

od polskich dostawców w całości zakupów

Grupa Kapitałowa Żywiec S.A.

**82%**

w tym Grupa Żywiec S.A.

**79%**

#### Wartość zakupów od polskich dostawców

	2018		2019		2020		zmiana r/r	
	PLN	%	PLN	%	PLN	%	PLN	%
Grupa Żywiec S.A.	1,4 mld	88%	1,5 mld	69%	1,1 mld	79%	-0,4 mld	+10%
Grupa Kapitałowa Żywiec	1,79 mld	90%	2,1 mld	87%	1,3 mld	82%	-0,2 mld	-5%

## Prawdziwy smak Północy

**Specjal od lat towarzyszy mieszkańcom Północy, czerpiąc dumę ze swojego pochodzenia.** To piwo regionalne, sprzedawane w otoczeniu browaru, na terenie trzech północnych województw: pomorskiego, kujawsko-pomorskiego oraz warmińsko-mazurskiego. Marka nie tylko odwołuje się do lokalnych tradycji, swojego regionu, ale także powstaje we współpracy z dostawcami ze swojego regionu.



Gdańsk

Elbląg

Bydgoszcz

Jęczmień pozyskany do  
uwarzenia piwa Specjal  
pochodzi w 100%

ze źródeł zrównoważonych

### Jęczmień od NASZYCH

Do warzenia Specjalu browarnicy z Elbląga używają słodu z jęczmienia z regionalnych upraw z terenów trzech województw: **pomorskiego, warmińsko-mazurskiego i kujawsko-pomorskiego.**

### Słód od NASZYCH

Słód browarniany powstaje w słodowni Malteurope w **Gdańsku** i stamtąd trafia do Browaru w Elblągu.

### Opakowania od NASZYCH

Puszki, do których rozlewane jest piwo Specjal powstają w **Bydgoszczy**, a etykiety na butelki drukowane są w Elblągu.

### Browar z regionu

Browarnicy z Browaru w **Elblągu** warzą piwo Specjal z charakterem.



**Specjal rozlewany jest do butelek zwrotnych,** a nowe opakowanie jest o 10 gramów lżejsze – wydaje się, że to niewiele, jednak dzięki efektowi skali powoduje to **znaczące zmniejszenie emisji CO<sub>2</sub>** zarówno w procesie produkcji, jak i podczas transportu.





## 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.



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 2020 roku nie zdarzyły się przypadki rozwiązania współpracy z dostawcą Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., w tym także z dostawcą 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.

4

**W zależności od wyniku raportu zagrożeń dostawcy mogą zostać poddani zewnętrznemu audytowi,** wprowadzić programy naprawcze, zdobyć niezbędne certyfikaty albo zostać poddani derogacji.

3

**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.**

## 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

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 przesyłać 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 2020 roku zarejestrowaliśmy łącznie:

- **268 zastrzeżeń** (konsumenckich) dla Grupy Żywiec S.A., z których 6 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.





# Zagadnienia pracownicze w Grupie Żywiec





## Struktura zatrudnienia

Obserwując rosnącą niepewność w otoczeniu i dalszy wzrost kosztów, Grupa Żywiec podjęła działania mające na celu wzmocnienie pozycji konkurencyjnej i skupienie na źródłach przewagi. Firma uruchomiła **program transformacyjny zakładający uproszczenie biznesu, koncentrację zasobów na kluczowych obszarach działania i rezygnację z niestrategicznych aktywów**, które nie przyniosłyby oczekiwanego zwrotu w obecnej rzeczywistości.



W 2020 roku Grupa Żywiec S.A. podjęła decyzję o połączeniu ze spółką Browar Namysłów S.A., a także spółka Żywiec Investments Holding Sp. z o.o. dokonała sprzedaży 100% udziałów w kapitale zakładowym spółki Browar Zamkowy Cieszyń Sp. z o.o. oraz 100% udziałów w kapitale zakładowym spółki Browar Braniewo Sp. z o.o., w wyniku czego browary przestały być browarami Grupy Żywiec.



W związku z powyższym w stosunku do roku 2019 **zatrudnienie w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. zmniejszyło się o:**

**165 osób**

## Zatrudnienie

w Grupie Żywiec S.A. oraz w Grupie Kapitałowej Żywiec pomiędzy rokiem 2019 a 2020:

	2019		2020		zmiana r/r	
	kobiety	mężczyźni	kobiety	mężczyźni	kobiety	mężczyźni
Grupa Żywiec S.A.	209	835	237	966	+13,4%	+15,7%
Grupa Kapitałowa Żywiec S.A.	572	1 706	507	1 606	-11,4%	-5,9%

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

## Układ zbiorowy pracy

GRI 102-41

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 2020 roku w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. **obowiązywał układ zbiorowy pracy, którym objętych było:**

**1 897 pracowników**

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

**1 168 osób**

(stan na dzień 31.12.2020 r.)



## Przyjazne i różnorodne miejsce pracy

Spółka nie posiada wyodrębnionej polityki różnorodności, lecz stosowane w Grupie Żywiec wewnętrzne regulacje m.in. takie jak Kodeks Postępowania w Biznesie wprowadzają **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  
kafeterijnej  
MyBenefit



możliwości  
wykupienia  
karty sportowej  
z dofinansowaniem  
z ZFŚS

GRI 401-2

GRI 405-1

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>.

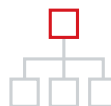
Jest to równoznaczne z dołączeniem do grona organizacji pozostających pod patronatem Platformy Europejskich Kart Różnorodności Komisji Europejskiej. Dbamy, by nasza kadra zarządzająca oraz pracownicy znali korzyści płynące z różnorodności oraz byli świadomi, jak ważną odgrywa rolę w budowaniu środowiska pracy wolnego od dyskryminacji.

## Glass Ceiling Ratio 2

	2020	
	Grupa Żywiec	Grupa Kapitałowa
GCR2 (kadra wyższego szczebla)	2,2%	1,4%
GCR1 (kadra średniego szczebla)	10,8%	7,3%



Wyrazem naszych działań jest m.in. dążenie do zapewnienia równości wynagrodzeń i szans na awans, które obrazują wskaźniki:



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

**22,6%**



Odsetek kobiet w Zarządzie:

**42,8%**

1. <http://odpowiedzialnybiznes.pl/karta-roznorodnosci/>

2. 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 zaszerzegowania 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.

## Bezpieczne miejsce pracy

**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.

GRI 403-1

GRI 403-2



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.<sup>1</sup> w tym także w przypadku Grupy Żywiec S.A. zidentyfikowano w 2020 roku 265<sup>1</sup> pracowników narażonych na przekroczenie dziennej ekspozycji na poziom hałasu, spośród których 100% 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 2020 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 2020. Ponadto zasady bezpieczeństwa promowane są również w ramach odbywającego się co roku SHE Day – dzień 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.

GRI 403-7



Pomimo naszych wysiłków, aby środowisko pracy było wolne od wypadków, w 2020 roku doszło do:

**17 wypadków**

w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A.

w tym

**11 wypadków**

w Grupie Żywiec S.A.<sup>2</sup>



Wypadki te zaklasyfikowano jako **wypadki lekkie**.

1. Dane obejmują Browar Namysłów Sp. z o.o.

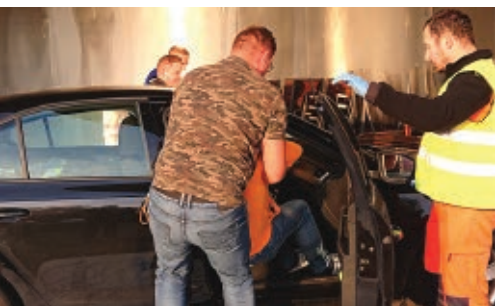
2. Wypadki definiowane są w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A., w tym w Grupie Żywiec S.A. jako nagle, nieplanowane, niepożądane zdarzenie związane z pracą, które skutkuje śmiercią lub obrażeniami ciała związanymi z utratą czasu pracy.



## Jeżdżę bezpiecznie

### Kompleksowy program bezpieczeństwa „Jeżdżę bezpiecznie”

(obowiązkowy dla wszystkich użytkowników samochodów służbowych i pulowych) obejmujący część teoretyczną w formie e-learningu oraz zajęcia praktyczne z instruktorami Skoda Auto Lab, przyczynił się do sukcesywnego obniżenia wypadków komunikacyjnych na przestrzeni ostatnich lat.



W roku 2020

**nie odnotowaliśmy  
wypadku komunikacyjnego**  
naszych pracowników.

## SHE DAY (Safety Health Environment)

GRI 403-4

GRI 403-5

GRI 403-6

**Dni bezpieczeństwa na stałe wpisały się w kalendarz ważnych imprez organizowanych w Grupie Żywiec.** 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 siódmy, jednak z powodu epidemii zmieniliśmy dotychczasową formę stacjonarną na formułę online.



### 1 611 pracowników

Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.<sup>1</sup> uczestniczyło w Tygodniu Bezpieczeństwa w 2020 roku

w tym

### 890 pracowników

w Grupie Żywiec S.A.

### Wszyscy pracownicy mieli możliwość uczestniczenia w 4 modułach prowadzonych przez ekspertów z różnych dziedzin:

- ✓ Zadbaliśmy o kręgosłup oraz nauczyliśmy się rozładowywać stres dzięki prawidłowej postawie i ćwiczeniom pokazanym przez wykwalifikowaną fizjoterapeutkę.
- ✓ Pozналиśmy czynniki ryzyka i stresu związane z pandemią, które mogą prowadzić do nieodpowiedzialnego spożywania alkoholu.
- ✓ Nauczyliśmy się bezpiecznie podróżować w czasie pandemii oraz zwracać uwagę na nasze zachowania w miejscach, w których może dojść do zakażenia (hotele, bary, restauracje, stacje paliw).
- ✓ Nauczyliśmy się udzielać pierwszej pomocy, poszerzając znane zasady o najnowsze wytyczne Europejskiej Rady Resuscytacji związane z pandemią.



1. Dane obejmują Browar Namysłów Sp. z o.o.

## Nasze miejsce pracy

Każdego roku dokonujemy badania klimatu organizacyjnego, w którym biorą udział wszyscy pracownicy Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., w tym Grupy Żywiec S.A.



Zaangażowanie pracowników jest od lat priorytetem Grupy Żywiec. Mierzymy je corocznie w Badaniu Klimatu skierowanym do wszystkich pracowników. W 2020 zanotowaliśmy spadek zaangażowania. Na wysokim poziomie znajduje się np. ocena przełożonego czy wskaźnik osiągania 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 nią 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

2020	77%
2019	94%
2018	92%



Wskaźnik zaangażowania

57%
79%
75%



Wskaźnik możliwości osiągnięcia wyników

79%
82%
83%

## 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

# Moje Ż



## 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 sprawdza nowe receptury.



W Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. **od 2011 roku organizujemy Konkurs Piw Pracowniczych**, w ramach którego każdy pracownik Grupy Żywiec ma możliwość stworzenia autorskiej receptury i zyskania szansy na uwarzenie swojego piwa na skalę komercyjną w Browarze Zamkowym Cieszyn pod okiem profesjonalnych piwowarów. Zwycięska receptura trafia na sklepowe półki i do koszyków konsumentów.



### Jak działa

#### Konkurs Piw Pracowniczych?

Ogłoszenie kategorii konkursowych



Czas na przysyłanie konkursowych piw do Browaru Zamkowego Cieszyn



Panel degustacyjny jurorów podczas obchodów Brackiej Jesieni w Browarze Zamkowym Cieszyn



Warzenie pierwszej warki zwycięskiej receptury



Premiera piwa tradycyjnie 6 grudnia



### Zwycięskie piwa w Konkursie Piw Pracowniczych



2020

**Farmhouse Ale z Malinami**

Jolanta Procnar  
Jakub Kumorek



2019

**Irish Red Ale**

Marcin Kamiński



2018

**Belgian Pale Ale**

Stanisław Mączka  
Marek Masełek  
Piotr Dąbek



2017

**Monachijskie Ciemne**

Krzysztof Kałamarz  
Genowefa Gancarz  
Ewelina Kowalczyk

## 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 2020 roku prowadziliśmy szkolenia stacjonarne oraz w formule 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.

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

GRI 404-2



**8 404 godzin**

wyniósł łączny czas szkoleń pracowników Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.



co oznacza, że na jednego pracownika przypadło

**2,2 godzin szkoleń**

w 2020 roku



w tym

**2 687 godzin**

pracowników Grupy Żywiec S.A.



co oznacza, że na jednego pracownika przypadły

**4 godziny szkoleń**

w 2020 roku

## Ocena CARE w 2020 roku

GRI 404-1

GRI 404-3

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 całociecznej wyników za poprzedni rok, oceny potencjału rozwojowego oraz oceny wyników pracy w perspektywie ostatnich 3 lat.



**100% pracowników**

Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. podlegało sformalizowanemu procesowi oceny i przeglądowi rozwoju kariery

w tym

**100% pracowników**

Grupy Żywiec S.A.





# Etyka i prawa człowieka w Grupie Żywiec



## Zarządzanie etyką

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

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.

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

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 **6 Speak Up**.



## Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKEN<sup>1</sup>

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.

1 września 2018 roku zaczął obowiązywać odświeżony Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA, który określa podstawowe wartości firmy, a także 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 nękanii 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 powstrzymywania 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 zawiera także informacje dotyczące obowiązków osób objętych zasadami Kodeksu, wskazówki dotyczące działania w razie wątpliwości oraz procedury zgłaszania problemów Speak Up.

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.

1. Kodeks postępowania jest dostępny na stronie korporacyjnej Grupy Żywiec pod linkiem: [https://grupazywiec.pl/wp-content/uploads/2019/01/Kodeks-Post%C4%99powania-w-Biznesie-HEINEKEN\\_2018.pdf](https://grupazywiec.pl/wp-content/uploads/2019/01/Kodeks-Post%C4%99powania-w-Biznesie-HEINEKEN_2018.pdf).

## 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



### POSZANOWANIA 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

### 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 „Wzrzymy Lepszy Świat”
- Kodeks dostawcy HEINEKEN
- Sześć zasad prywatności
- Kodeks odpowiedzialnego marketingu Grupy HEINEKEN





## Speak Up

Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA określa także procedury, dzięki którym egzekwujemy respektowanie zapisów Kodeksu, w tym w szczególności procedurę raportowania. W razie jakichkolwiek wątpliwości lub podejrzeń dotyczących możliwego naruszenia prawa, Kodeksu lub polityk pracownicy powinni zgłaszać się do przełożonego, radcy prawnego i męża zaufania lub też zawiadomić o podejrzeniu za pomocą środków komunikacji elektronicznej.

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.



Lekceważenie lub naruszanie 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 kontrole.

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 wstępne badanie, którego celem jest ocena wątpliwości i zdecydowanie, czy wymagają one dalszego badania, które polega na obiektywnej, rzeczowej analizie sprawy. Postępowanie kończone jest raportem finalnym wraz z rekomendacjami przedstawianymi właściwym dla sprawy członkom Zarządu Grupy Żywiec S.A.

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 kierownika, przedstawiciela ds. HR, audytora wewnętrznego lub radcy prawnego, a także poprzez instytucje zaufanych przedstawicieli, kontakt mailowy lub pocztowy z Biurem ds. Postępowania w Biznesie lub dedykowany serwis internetowy Ethics Point Management.**

Procedury zgłoszeń opisane w Polityce zgłaszania problemów (Speak Up) w Grupie Żywiec S.A. oraz w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. realizuje wyznaczona przez Zarząd Grupy Żywiec S.A. osoba. Proces dokonywania zgłoszeń do mężów zaufania odbywa się poprzez 6 wybranych osób, realizujących funkcję zaufanych przedstawicieli dla Grupy Żywiec S.A. oraz dla Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.



**W 2020 roku dokonano 12 zgłoszeń nieprawidłowości** zgodnie z procedurą zgłoszeń Polityki zgłaszania problemów (Speak Up) w ramach Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., w tym Grupy Żywiec S.A., z czego potwierdzono 6 zgłoszeń, nie potwierdzono 5 zgłoszeń, jedno zgłoszenie jest w dalszym ciągu w trakcie procesowania.

GRI 406-1

## Zarządzanie konfliktem interesów

Szczegółowe zasady dotyczące konfliktu interesów określa Polityka odnosząca się do konfliktów interesów obowiązująca w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A., która definiuje konflikt interesów, a także określa procedury zawiadamiania o konflikcie interesów. W przypadku wystąpienia możliwego konfliktu interesów pomiędzy interesami osobistymi a interesami 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.

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 roku 2020 **nie toczyły się żadne 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 2020 roku w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. oraz Grupie Żywiec S.A. **rozpoczęliśmy przeprowadzanie potencjalnej analizy konfliktu interesów**, która zostanie zakończona na początku 2021 roku.

## 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 2020 dokonano **3 zgłoszeń nieprawidłowości dotyczących możliwych oszustw**, na szkodę Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., w tym Grupy Żywiec S.A., z czego potwierdzono 3 zgłoszenia, z czego tylko w jednym przypadku 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.

Wszelkie wątpliwości w tej sprawie pracownicy mogą zgłosić przełożonemu, Działowi Prawnemu lub wskazanej w Polityce dotyczącej zgłaszania problemów (Speak Up).



**W 2020 nie dokonano zgłoszeń nieprawidłowości związanych z podejrzeniem korupcji dla Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., w tym dla Grupy Żywiec S.A.**

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 2020 roku Grupa Kapitałowa Żywiec S.A. w tym Grupa Żywiec S.A. nie dokonały dotacji na cele partii politycznych.



W 2020 roku **szkolenie obejmowało 2017 pracowników** Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. i Grupy Żywiec S.A., w tym **szkolenie ukończyło 1 387 pracowników.**

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.







# Istotność informacji w raporcie i zarządzanie ryzykiem







## Badanie istotności

GRI 102-21

GRI 102-42

GRI 102-43

GRI 102-44

**W listopadzie 2020 r. Grupa Żywiec rozpoczęła badanie istotności. Trzy etapy badania zostały zakończone do stycznia 2021 r.** i poniżej zaprezentowane są ich wyniki. Pełne zakończenie badania (uwzględniające ostatni etap) planowane jest w I kwartale 2021 r.

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) oraz istotnych ryzyk niefinansowych. Wyniki badania służą do definiowania treści raportu niefinansowego, a wnioski są wykorzystywane w zarządzaniu zagadnieniami

zrównoważonego rozwoju. 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

GRI 102-40

W wyniku etapów badania przeprowadzonych do dnia zatwierdzenia niniejszego raportu do publikacji **zidentyfikowano następujących istotnych interesariuszy** Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.

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

GRI 102-47

Ustalono także, że istotne są następujące **zagadnienia niefinansowe**:

### W obszarze zagadnień

#### środowiska naturalnego:

- Emisje gazów cieplarnianych
- Paliwa i energia
- Gospodarka o obiegu zamkniętym
- Surowce i materiały
- Odpady
- Woda i ścieki
- Zgodność z przepisami dotyczącymi środowiska naturalnego

#### ładu korporacyjnego i zarządczego:

- Zarządzanie zrównoważonym rozwojem
- Etyka
- Przeciwdziałanie korupcji

#### społecznych i pracowniczych:

- Relacje ze stroną pracowniczą i wolność zrzeszania
- Bezpieczeństwo i higiena pracy
- Rozwój i edukacja pracowników
- Zarządzanie różnorodnością
- Bezpieczeństwo produktów
- Odpowiedzialna konsumpcja

### W obszarze ryzyk dotyczących

#### środowiska naturalnego:

- Zagrożenie utratą lub znacznym pogorszeniem jakości lub dostępności kluczowych surowców
- Zagrożenie ograniczeniem dostępu do wody
- Zagrożenie dalszym zaostrzeniem przepisów dotyczących gospodarki o obiegu zamkniętym
- Zagrożenie związane z dostępnością i cenami surowców
- Zagrożenie związane z dostępnością i cenami opakowań
- Zagrożenie związane z dostępnością i cenami energii

#### zarządczych i ładu korporacyjnego:

- Zagrożenie zmianami legislacyjnymi ograniczającymi promocję, sprzedaż lub produkcję napojów alkoholowych z kategorii piw
- Zagrożenie decyzjami regulatorów w zakresie produkcji i obrotu napojami alkoholowymi

#### społecznych i pracowniczych:

- Zagrożenie zmianami w wyborach konsumenckich (wzrost segmentu napojów bezalkoholowych)
- Zagrożenie związane z wpływem pandemii na zwyczaje konsumpcyjne w branży napojów alkoholowych
- Zagrożenie wirtualizacją komunikacji z konsumentem i pracownikiem

## Ryzyka

### Konkurencyjne otoczenie biznesowe oraz specyfika naszych produktów sprawia, że do zarządzania ryzykiem podchodzimy ze szczególną uwagą.

Dbamy o to, aby odpowiednio wcześnie zidentyfikować i zarządzić czynnikami ryzyka niefinansowego oraz finansowego, obejmującymi obszary od spraw pracowniczych i praw człowieka, spraw społecznych i środowiskowych oraz innych mających wpływ na reputację firmy, a także obszarami związanymi z aktywami i realizacją celów strategicznych, w tym także ryzykiem rynku finansowego.



### Metoda identyfikacji ryzyk

GRI 102-11

W kontekście zarządzania ryzykiem równie istotna jest nasza strategia biznesowa, strategia zrównoważonego rozwoju oraz dialog społeczny, dzięki którym lepiej rozumiemy ryzyka i jesteśmy przygotowani, aby odpowiednio je identyfikować, monitorować oraz reagować na nie.

Realizując strategię, Grupa Żywiec S.A. i Grupa Kapitałowa Żywiec S.A. zarządzają w systematyczny sposób ryzykiem związanym z funkcjonowaniem firmy, a także szansami i ryzykiem wynikającym z otoczenia biznesowego i społecznego. Odpowiedzialność za identyfikację oraz zarządzanie ryzykiem wykraczającym poza obszar finansowy stanowi jeden z obszarów kompetencyjnych kadry zarządzającej oraz menedżerów liniowych.

Ryzykiem finansowym zarządza scentralizowany Dział Skarbu Grupy, realizując w tym zakresie Zasady i wytyczne Działu Skarbu, stanowiącą politykę Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. oraz Grupy Żywiec S.A. Zadaniem Działu Skarbu Grupy jest identyfikacja, ocena ryzyka i ewentualne zabezpieczenie Grupy przez zagrożeniami w ścisłej współpracy z jednostkami operacyjnymi. Dział Zarządzania Ryzykiem Kredytowym ocenia wiarygodność kontrahentów we wszystkich kanałach sprzedaży.

Zadania w zakresie identyfikacji oraz zarządzania ryzykiem wspierane są przez Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA (tzw. HeiCode) oraz polityki wspierające. Do zarządzanie ryzykiem w zakresie występowania oszustw i nadużyć, bezpieczeństwa i ochrony danych osobowych oraz bezpieczeństwa fizycznego mienia i pracowników został powołany Zespół Bezpieczeństwa, Ochrony Danych Osobowych

i Polityk Korporacyjnych, natomiast pozostałymi ryzykami w zakresie spraw pracowniczych zarządza Dział HR. Ryzyka w zakresie społecznym stanowią obszar identyfikacji Działu Spraw Korporacyjnych, podczas gdy ryzyka w zakresie środowiskowym zarządzane są poprzez Dział Produkcji i Dział Łańcucha Dostaw w zakresie oddziaływania na środowisko oraz Dział Spraw Korporacyjnych, który zajmuje się realizacją strategii zrównoważonego rozwoju, także zarządzając ryzykiem związanym ze zmianami klimatycznymi.

Procedury kontroli wewnętrznej w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. są niezależnie weryfikowane przez Dział Doskonalenia Procesów i Kontroli, którego kierownik podlega dyrektorowi finansowemu Grupy Żywiec S.A. Do głównych zadań Działu Doskonalenia Procesów i Kontroli należą koordynacja procesu identyfikacji i zarządzania ryzykami oraz ocena efektywności ustalonych odpowiednio kontroli wewnętrznych oraz procedur, które wystąpieniu tych ryzyk mają przeciwdziałać lub je ograniczać.



### Zarząd Grupy Żywiec S.A. dokonuje dwukrotnie w ciągu roku weryfikacji i identyfikacji ryzyk

wynikających z czynników zewnętrznych jak i wewnątrz organizacji wraz z analizą prawdopodobieństwa ich wystąpienia oraz możliwego wpływu na Spółkę, ustalając jednocześnie zakres działań zapobiegawczych lub ograniczających poszczególne ryzyka.



## Istotne niefinansowe czynniki ryzyka

GRI 102-15

GRI 103-1

GRI 103-2

GRI 103-3

**Poniższe zestawienie obejmuje wybrane kluczowe niefinansowe czynniki ryzyka**, które mogą wpłynąć na realizację celów strategicznych Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. i Grupy Żywiec S.A.



### Główne niefinansowe czynniki ryzyka

Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. oraz Grupy Żywiec S.A.

#### Niestabilność

otoczenia prawnego

Niestabilność otoczenia prawnego i ekonomicznego stanowi powszechny czynnik wpływający na przedsiębiorstwa oraz ich partnerów biznesowych na całym świecie. W szczególności ryzyka związane z otoczeniem politycznym mające związek ze sprawami ekonomicznymi, społecznymi lub środowiskowymi, takie jak w szczególności zmiany związane z wymaganiami prawnymi dotyczącymi systemu Rozszerzonej Odpowiedzialności Producentów, a także pozostałe zmiany w zakresie polityki handlowej, systemu podatkowego lub regulacji kosztów pracy, a także zmiany w obszarze rynku piwa mogą wpłynąć na przychody oraz zysk.



#### Jak zarządzamy ryzykiem?

Monitorujemy zjawiska prawne i ekonomiczne i na tej podstawie podejmujemy decyzje o wdrożeniu narzędzi minimalizujących wpływ negatywnych zjawisk na firmę w postaci działań ograniczających koszty firmy lub planowaniu innych działań z uwzględnieniem potencjalnych scenariuszy wydarzeń.

#### Nieautoryzowany

dostęp do zasobów spółki

Innowacje i cyfryzacja są jednymi z kluczowych elementów rozwoju współczesnych przedsiębiorstw. Dostęp nieuprawnionych osób do zasobów firmowych poprzez niewystarczającą świadomość pracowników lub zabezpieczenia systemowe mogą wpłynąć na ryzyko związane z ciągłością procesów biznesowych lub dostępem do informacji poufnych.



#### Jak zarządzamy ryzykiem?

Konsekwentnie weryfikujemy zgodność naszych systemów informatycznych z najwyższymi standardami zabezpieczeń, szkolimy pracowników pod względem zagrożeń wynikających z nieuprawnionego dostępu do zasobów firmy oraz wdrażamy najbardziej bezpieczne rozwiązania technologiczne.

W ramach analizy ryzyka uwzględniane są czynniki środowiskowe, społeczne, praw człowieka i korupcji. Żadne z nich nie zostało ocenione jako istotne. Ponadto Spółka przeprowadza raz do roku ocenę narażenia na ryzyko nadużyć, które nie wskazało na żadne istotne obszary, które nie byłyby objęte dodatkowymi kontrolami.

Szczegółowe zestawienie związane z ryzykiem finansowym zawarte jest w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym za rok 2020.

## Ryzyka wyróżnione w badaniu istotności

W obszarze ryzyk dotyczących środowiska naturalnego:

- 1 Zagrożenie utratą lub znacznym pogorszeniem jakości lub dostępności kluczowych surowców



### Jak zarządzamy ryzykiem?

Grupa Żywiec posiada przejrzystą politykę zakupową, której elementarną składową jest dbanie o zapewnienie najwyższych standardów jakości surowca produkcyjnego. Więcej na ten temat w rozdziale **Warzemy z polskich składników**.

- 2 Zagrożenie ograniczeniem dostępu do wody



### Jak zarządzamy ryzykiem?

Woda jest podstawowym surowcem produkcyjnym Grupy Żywiec. Dbanie o ciągłą optymalizację jej zużycia oraz o jakość wody wracającej do obiegu po procesach produkcyjnych stanowią podstawy należytej staranności w tym obszarze. Więcej informacji na temat zarządzania zużyciem wody w rozdziale **Ochrona zasobów wodnych**.

- 3 Zagrożenie dalszym zaostrzeniem przepisów dotyczących gospodarki o obiegu zamkniętym oraz zagrożenie związane z dostępnością i cenami opakowań



### Jak zarządzamy ryzykiem?

W działalność Grupy Żywiec od lat wpisane jest poszukiwanie rozwiązań wspomagających domykanie obiegu surowców. Aktywnie działamy na rzecz redukcji opakowań nienadających się do ponownego wykorzystania. Podstawą naszych działań w tym zakresie jest użytkowanie opakowań zwrotnych, które obecnie stanowią największą część naszych opakowań. Szczegółowe informacje o zarządzaniu tym obszarem znajdują się w rozdziałach **Dajemy butelce drugie życie** i **Zamykamy obieg gospodarki**.

- 4 Zagrożenie związane z dostępnością i cenami surowców



### Jak zarządzamy ryzykiem?

Na bieżąco monitorujemy zmiany na rynku naszych kluczowych surowców. Dbamy o to by większość naszych surowców kupowana była lokalnie. Więcej na ten temat w rozdziale **Warzemy z polskich składników**.

- 5 Zagrożenie związane z dostępnością i cenami energii



### Jak zarządzamy ryzykiem?

Dbamy o optymalizację zużycia energii. Redukujemy nasz ślad węglowy wykorzystując w naszych operacjach certyfikowaną energię elektryczną powstałą z odnawialnych źródeł energii. Nasze zużycie energii zostało opisane w rozdziale **Zużycie paliw i energii**.



## W obszarze ryzyk społecznych i pracowniczych:

- 1 Zagrożenie zmianami w wyborach konsumenckich (wzrost segmentu napojów bezalkoholowych)

strefa  
**ZERO**

### Jak zarządzamy ryzykiem?

Grupa Żywiec zarządza zagrożeniem poprzez produkcję i sprzedaż własnych piw bezalkoholowych.

- 2 Zagrożenie związane z wpływem pandemii na zwyczaje konsumpcyjne w branży napojów alkoholowych



### Jak zarządzamy ryzykiem?

Na bieżąco monitorujemy zmiany w segmencie rynku alkoholi, do którego przynależymy.

- 3 Zagrożenie wirtualizacją komunikacji z konsumentem i pracownikiem



### Jak zarządzamy ryzykiem?

Wirtualizacja relacji w biznesie stanowiła wyzwanie w roku 2020. Wyciągamy wnioski z dotychczasowych działań i doskonalimy nasze podejście do zarządzania obszarem. Skrót naszych działań w roku 2020 został opisany w **Ż w czasie COVID-19**.

## W obszarze ryzyk zarządczych i ładu korporacyjnego:

- 1 Zagrożenie zmianami legislacyjnymi ograniczającymi promocję, sprzedaż lub produkcję napojów alkoholowych z kategorii piw



### Jak zarządzamy ryzykiem?

Monitorujemy zjawiska prawne i ekonomiczne i na tej podstawie podejmujemy decyzje o wdrożeniu narzędzi minimalizujących wpływ negatywnych zjawisk na firmę, w postaci działań ograniczających koszty firmy lub planowaniu innych działań z uwzględnieniem potencjalnych scenariuszy wydarzeń.

- 2 Zagrożenie decyzjami regulatorów w zakresie produkcji i obrotu napojami alkoholowymi



### Jak zarządzamy ryzykiem?

Monitorujemy zjawiska prawne i ekonomiczne i na tej podstawie podejmujemy decyzje o wdrożeniu narzędzi minimalizujących wpływ negatywnych zjawisk na firmę, w postaci działań ograniczających koszty firmy lub planowaniu innych działań z uwzględnieniem potencjalnych scenariuszy wydarzeń.



# O Sprawozdaniu





## Informacja na temat raportowania



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

GRI 102-48

GRI 102-49

GRI 102-50

GRI 102-51

GRI 102-52

GRI 102-53

GRI 102-54

GRI 102-55

GRI 102-56

Niniejsze Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. za rok 2020 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. Raportowany zakres danych oparty jest także o wybrane wskaźniki standardu raportowania 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 2020 roku.

Sprawozdanie zostało sporządzone za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2020 roku.

W dniu 1 czerwca 2020 roku nastąpiło połączenie spółek Grupa Żywiec S.A. z Browar Namysłów Sp. z o.o. W efekcie tego procesu Grupa Żywiec S.A. i Browar Namysłów stały się jednym podmiotem, który z mocy prawa przejął wszystkie prawa i zobowiązania spółki Browar Namysłów. Do dnia 1 czerwca 2020 nie nastąpiła pełna integracja operacyjna z Browarem Namysłów, co skutkuje brakiem dostępności danych z okresu do wymienionej daty. Szereg polityk i procedur obowiązujących w Grupie Kapitałowej Żywiec zaczął funkcjonować również w Browarze Namysłów Sp. z o.o. Dzięki temu w raporcie za 2020 podawany jest szerszy niż do tej pory zakres danych niefinansowych. W związku z powyższym, wszystkie informacje i dane w niniejszym raporcie oznaczone określeniem „Grupa Żywiec” oznaczają Grupa Żywiec S.A. (jednostka dominująca) i wszystkie

jednostki zależne z wyłączeniem Browar Namysłów Sp. z o.o., chyba że wskazano inaczej. Określenie „Grupa Żywiec S.A.” oznacza jednostkę dominującą oraz zintegrowany z nią Browar Namysłów (od dnia 01.06.2020).

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 Warzymy Lepszy Świat, a także z uwzględnieniem oczekiwań interesariuszy. W 2020 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 2020 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.

W razie pytań do treści raportu prosimy o kontakt z Kamilem Mirowskim ([kamil.mirowski@grupazywiec.pl](mailto:kamil.mirowski@grupazywiec.pl)).

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

Dane i wskaźniki dotyczące zagadnień środowiska naturalnego, prezentowane w rozdziale **Nasze podejście strategiczne** 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.

Browary Braniewo oraz Cieszyń nie są ujmowane w danych niefinansowych w rozdziale **Nasze podejście strategiczne** oraz w odpowiednich tabelach w załączniku do raportu. Wynika to z braku pełnej integracji operacyjnej z wewnętrznymi systemami monitorowania danych niefinansowych wymienionych browarów przed ich sprzedażą w grudniu 2020. W przypadku wszystkich pozostałych danych, uwzględnione są wszystkie podmioty, nad którymi Grupa Żywiec sprawowała w 2020 r. kontrolę operacyjną.

## Specyfikacja sprawozdania

GRI 102-55

### Indeks zgodności z GRI

Kategoria wskaźnika	Wskaźnik	Opis	Numer strony
GRI 102: Wskaźniki podstawowe			
1. Profil Organizacji	102-1	Nazwa organizacji	26, 31
	102-2	Aktywność, marki, produkty i usługi	26, 35
	102-3	Lokalizacja siedziby	33
	102-4	Lokalizacje operacji	32
	102-5	Forma własności i struktura prawna	28
	102-6	Obsługiwane rynki	32
	102-7	Skala operacji	27, 32, 96
	102-8	Informacje o pracownikach i innych świadczących pracę	96
	102-9	Łańcuch dostaw	62
	102-10	Znaczące zmiany w organizacji łańcucha dostaw	29
	102-11	Podejście do zasady ostrożności	85
	102-12	Uczestnictwo w zewnętrznych inicjatywach	42
	102-13	Członkostwo w organizacjach	42
2. Strategia	102-14	Oświadczenie najwyższych struktur zarządczych	4
	102-15	Kluczowe czynniki wpływu, ryzyka oraz szanse	86
3. Etyka i spójność	102-16	Wartości, zasady, standardy i normy postępowania	41
	102-17	Mechanizmy wyjaśniania wątpliwości w obszarze etyki	80
4. Zarządzanie	102-18	Struktura zarządcza	29
	102-19	Organy delegujące	29
	102-20	Organy zarządcze odpowiedzialne za obszary ESG	29
	102-21	Komunikacja z interesariuszami w zakresie tematów ESG	84
	102-22	Skład najwyższych ciał zarządczych	29
	102-23	Przewodniczący najwyższego organu zarządczego	29
	102-24	Procedury wyboru najwyższych organów zarządczych	29
	102-25	Postępowanie przy konflikcie interesów	81
	102-29	Procedury identyfikacji i zarządzania najważniejszymi czynnikami wpływu w obszarach ESG	85
	102-35	Polityka płacowa	29
	102-36	Proces podejmowania decyzji przy ustalaniu polityki płacowej	29



Kategoria wskaźnika	Wskaźnik	Opis	Numer strony
<b>5. Zaangażowanie interesariuszy</b>	102-40	Lista grup interesariuszy	84
	102-41	Układy zbiorowe pracy	69
	102-42	Procedura identyfikacji interesariuszy	84
	102-43	Podejście do zaangażowania interesariuszy	84
	102-44	Kluczowe kwestie zgłaszane przez interesariuszy	84

<b>6. Praktyki raportowania</b>	102-45	Podmioty ujęte w skonsolidowanych sprawozdaniach finansowych	28
	102-46	Definiowanie zawartości i granic raportu	28
	102-47	Lista istotnych zagadnień	46, 84
	102-48	Korekty informacji	90
	102-49	Zmiany w raportowaniu	90
	102-50	Okres raportowania	90
	102-51	Data ostatniego raportu	90
	102-52	Cykl raportowy	90
	102-53	Osoba do kontaktu	90
	102-54	Oświadczenie zgodności ze standardem GRI	90
	102-55	Indeks treści GRI	90
	102-56	Zewnętrzna weryfikacja	90

#### GRI 103: Podejście zarządcze

<b>Podstawowe wymogi dla raportowania podejścia zarządczego</b>	103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	86
	103-2	Podejście zarządcze i jego elementy	86
	103-3	Ocena podejścia zarządczego	86

#### GRI 205: Antykorupcja

	205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	82
--	-------	---	----

#### GRI 302: Energia

	302-1	Zużycie energii wewnątrz organizacji	99
	302-2	Zużycie energii poza organizacją	99
	302-3	Intensywność energetyczna	99
	302-4	Redukcja w konsumpcji energii	99
	302-5	Redukcja w konsumpcji energii przy produkcji i świadczeniu usług	99

#### GRI 303: Woda i ścieki

<b>2. Wskaźniki szczegółowe</b>	303-3	Pobór wody	100
	303-4	Zrzut ścieków	100

#### GRI 305: Emisje do atmosfery

	305-1	Bezpośrednie emisje GHG (Scope 1)	48, 100
	305-2	Niebezpośrednie emisje GHG (Scope 2)	48, 100
	305-4	Intensywność emisyjna	48, 100
	305-5	Redukcja w emisjach GHG	48, 100

Kategoria wskaźnika	Wskaźnik	Opis	Numer strony
<b>GRI 401: Zatrudnienie</b>			
	401-1	Nowi pracownicy i liczba odejść	96
	401-2	Benefity dla pracowników pełnoetatowych nie dotyczące osób świadczących pracę na innych zasadach	70
	401-3	Urlopy macierzyńskie	98
<b>GRI 403: Bezpieczeństwo w miejscu pracy</b>			
<b>1. Podejście zarządcze</b>	403-1	System zarządzania obszarem BHP	71
	403-2	Proces identyfikacji ryzyka i zagrożeń oraz postępowania w przypadku wystąpienia incydentów	71
	403-4	Zaangażowanie, konsultacje oraz komunikacja z pracownikami w zakresie BHP	72
	403-5	Szkolenia pracownicze w zakresie BHP	72
	403-6	Promocja zdrowego trybu życia wśród pracowników	72
	403-7	Zapobieganie i łagodzenie wpływów z obszaru BHP bezpośrednio związanych z charakterem działalności	71
<b>2. Wskaźniki szczegółowe</b>	403-9	Wypadki w miejscu pracy	97
	403-10	Choroby zawodowe	97
<b>GRI 404: Szkolenia i edukacja</b>			
	404-1	Średnia liczba godzin szkoleniowych na pracownika	75
	404-2	Programy wspierające rozwój i doskonalenie umiejętności pracownika	75
	404-3	Procent pracowników otrzymujących regularne oceny skuteczności i rozwoju kariernego	75
<b>GRI 405: Różnorodność i równe szanse</b>			
	405-1	Różnorodność w ciałach zarządczych i wśród pozostałych pracowników	69
<b>GRI 406: Przeciwdziałanie dyskryminacji</b>			
	406-1	Przypadki dyskryminacji i podjęte działania naprawcze	80
<b>GRI 416: Bezpieczeństwo konsumenta</b>			
<b>GRI 417: Marketing i oznaczenia</b>			
	417-1	Wymagania dotyczące oznakowania i informacji dotyczących produktów i usług	67



## Tabela zgodności z Ustawą o Rachunkowości

Wymóg Ustawy o Rachunkowości	Numer strony
Model biznesowy (Art. 49b ust. 2 pkt 1)	26, 33
Kluczowe niefinansowe wskaźniki efektywności (Art. 49b ust. 2 pkt 2)	22
Polityki w obszarach niefinansowych i ich rezultaty (Art. 49b ust. 2 pkt 3)	42, 47, 58, 59
Procedury należytej staranności (Art. 49b ust. 2 pkt 4)	47, 58
Istotne ryzyka niefinansowe i sposób zarządzania nimi (Art. 49b ust. 2 pkt 5)	86

## Tabela zgodności z Rekomendacjami TCFD

Rekomendacje TCFD	Numer strony
GOVERNANCE	
a) Describe the board's oversight of climate-related risk and opportunities	45, 85
b) Describe management's role in assessing and managing climate-related risks and opportunities	85
STRATEGY	
a) Describe the climate-related risks and opportunities the organization has identified over the short, medium and long term.	45
b) Describe the impact of climate-related risks and opportunities on the organization's businesses, strategy and financial planning	45
c) Describe the resilience of the organization's strategy, taking into consideration different climate-related scenarios, including a 2°C or lower scenario.	nieraportowane za rok 2020
RISK MANAGEMENT	
a) Describe the organization's processes for identifying and assessing climate-related risks.	45, 85
b) Describe the organization's processes for managing climate-related risks.	45
c) Describe how processes for identifying, assessing, and managing climate-related risks are integrated into the organization's overall risk management.	45, 85
METRICS AND TARGETS	
a) Disclose the metrics used by the organization to assess climate-related risks and opportunities in line with its strategy and risk management process.	48, 50, 51, 53
b) Disclose Scope 1, Scope 2, and, if appropriate, Scope 3 greenhouse gas (GHG) emissions, and the related risks.	48
c) Describe the targets used by the organization to manage climate-related risks and opportunities and performance against targets.	nieraportowane za rok 2020



# Załączniki





## Szczegółowe dane z obszaru pracowniczego

### Struktura zatrudnienia

GRI 102-7

GRI 102-8

GRI 401-1

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

	2019		2020		zmiana r/r	
	kobiety	mężczyźni	kobiety	mężczyźni	kobiety	mężczyźni
Grupa Żywiec S.A, w tym:	209	835	237	966	+13,4%	+15,7%
kadra wyższego szczebla	6	27	7	25	+16,7%	-7,4%
kadra średniego szczebla	28	58	25	57	-10,7%	-1,7%
pozostali pracownicy	175	750	205	884	+17,1%	-17,9%
Grupa Kapitałowa Żywiec S.A, w tym:	572	1 706	507	1 606	-11,4%	-5,9%
kadra wyższego szczebla	16	59	16	47	+0%	-20,3%
kadra średniego szczebla	82	180	73	160	-11%	-11,1%
pozostali pracownicy	474	1 467	418	1 399	-11,8%	-4,6%

Liczba nowozatrudnionych pracowników i odejść pracowników w przeliczeniu na osoby w danym roku

	2019		2020	
	liczba	jako odsetek łącznej liczby pracowników	liczba	jako odsetek łącznej liczby pracowników
Grupa Żywiec S.A.				
<b>łączna liczba pracowników</b>	<b>1 044</b>		<b>1 203</b>	
liczba nowozatrudnionych pracowników	87	8,3%	130	10,80%
liczba odejść	163	15,6%	186	15,46%
Grupa Kapitałowa Żywiec S.A				
<b>łączna liczba pracowników</b>	<b>2 278</b>		<b>2 113</b>	
liczba nowozatrudnionych pracowników	221	9,7%	211	9,98%
liczba odejść	365	16%	383	18,12%

2020

Pracownicy niepełnosprawni

	Grupa Żywiec			Grupa Kapitałowa		
	K	M	K+M	K	M	K+M
Liczba pracowników niepełnosprawnych wg stanu na koniec roku obrotowego	1,0	3,0	4,0	3,0	4,0	7,0
Wysokość odprowadzonych składek na PFRON (zł)	911 835,0			2 275 635,0		

## Informacje o bezpieczeństwie i higienie pracy

GRI 403-9

GRI 403-10

### Wskaźniki BHP w roku 2020

	Grupa Żywiec			Grupa Kapitałowa		
	2019	2020	zmiana r/r	2019	2020	zmiana r/r
<b>Wypadki wśród pracowników</b>						
Liczba wypadków, w tym:	8	11	37,5%	12	17	41,7%
wypadki lekkie	8	11	37,5%	12	17	41,7%
wypadki ciężkie	0	0	-	0	0	-
wypadki śmiertelne	0	0	-	0	0	-
wypadki zbiorowe	0	0	-	0	0	-
<b>Wypadki wśród pracowników podwykonawców pracujących na terenie zakładu</b>						
Liczba wypadków, w tym:	0	0	-	0	1	-
wypadki lekkie	0	0	-	0	1	-
wypadki ciężkie	0	0	-	0	0	-
wypadki śmiertelne	0	0	-	0	0	-
wypadki zbiorowe	0	0	-	0	0	-
<b>Wskaźniki wypadkowości</b>						
Wskaźnik częstości wypadków (wypadki przy pracy na 1000 zatrudnionych)		9,1			8,0	
Liczba dni niezdolności do pracy spowodowanych wypadkami	296	92	-68,9%	482	285	-40,9%
Wskaźnik ciężkości wypadków (liczba dni niezdolności do pracy na jeden wypadek)	37,0	8,4	-0,8	40,2	16,8	-0,6
<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)	191	259	35,6%	191	265	38,7%



## Urlopy rodzicielskie

GRI 401-3

### Informacje o urloпах macierzyńskich i tacierzyńskich

	2019		2020	
	Grupa Żywiec	Grupa Kapitałowa	Grupa Żywiec	Grupa Kapitałowa
Liczba pracowników, którzy powrócili do pracy po urlopie macierzyńskim / tacierzyńskim	9	9	6	19
Liczba pracowników, którzy rozpoczęli urlop macierzyński/tacierzyński	6	6	16	33
Odsetek osób, które w 2020 r. zakończyły pracę po mniej niż 12 miesiącach od zakończenia urlopu rodzicielskiego, macierzyńskiego lub wychowawczego	25%	25%	14,3%	12,9%

## Szkolenia

### Średnia liczba godzin szkoleniowych

liczba godzin szkoleniowych na osobę w roku	Grupa Żywiec			Grupa Kapitałowa		
	kobiety	mężczyźni	średnia	kobiety	mężczyźni	średnia
Kadra wyższego szczebla	17,2	16,3	16,5	7,9	13,8	12,5
Kadra średniego szczebla	9,2	12,2	11,2	9,5	10,9	10,5
Pozostali pracownicy	3,3	2,4	2,6	2,3	1,1	1,3
<b>Wszyscy pracownicy</b>	<b>4,6</b>	<b>3,8</b>	<b>4,0</b>	<b>3,3</b>	<b>2,0</b>	<b>2,2</b>
Przeciętne wydatki szkoleniowe rocznie na jednego pracownika (w zł)	479,4	399,7	418,8	236,2	141,9	160,5

## Szczegółowe dane środowiskowe

GRI 302-1

### Paliwa i energia

GRI 302-2

GRI 302-3

GRI 302-4

GRI 302-5

Grupa Żywiec

Grupa Kapitałowa

#### Paliwa zużyte w budynkach i instalacjach

	jednostka	2019	2020	zmiana r/r	2019	2020	zmiana r/r
Gaz ziemny	m <sup>3</sup>	10 047 755,0	9 517 378,6	-5,3%	10 047 755,0	10 547 764,6	+5,0%
Olej opałowy	l	47 707,8	9 160,2	-80,8%	47 707,8	73 147,2	+53,3%
Olej napędowy	l	1 067,0	1 917,8	+79,7%	1 067,0	1 917,8	+79,7%
Biogaz	m <sup>3</sup>	1 981 281,2	1 865 283,8	-5,9%	1 981 281,2	2 153 269,8	+8,7%
LPG	l	101,1	60,7	-40,0%	101,1	60,7	-40,0%
Gaz ziemny	MWh	102 208,0	96 812,9	-5,3%	102 208,0	107 294,2	+5,0%
Olej opałowy	MWh	460,4	88,4	-80,8%	460,4	706,0	+53,3%
Olej napędowy	MWh	10,6	19,1	+79,7%	10,6	19,1	+79,7%
Biogaz	MWh	11 887,7	11 191,7	-5,9%	11 887,7	12 919,6	+8,7%
LPG	MWh	0,7	0,4	-40,0%	0,7	0,4	-40,0%
<b>Łącznie paliwa zużyte w budynkach i instalacjach</b>	<b>MWh</b>	<b>114 567,4</b>	<b>108 112,5</b>	<b>-5,6%</b>	<b>114 567,4</b>	<b>120 939,3</b>	<b>+5,6%</b>

#### Paliwa zużyte w transporcie pojazdami własnymi

Transport wewnętrzny (w browarach)							
Olej napędowy	l	5 541,7	5 097,0	-8,0%	5 541,7	5 097,0	-8,0%
LPG	l	352 760,6	200 799,7	-43,1%	352 760,6	204 855,7	-41,9%
Transport zewnętrzny (flota)							
Benzyna	l	62 353,3	69 418,1	+11,3%	490 139,9	609 584,1	+24,4%
Olej napędowy	l	141 143,4	91 402,7	-35,2%	1 201 260,7	733 485,5	-38,9%
Transport łącznie							
Benzyna	l	62 353,3	69 418,1	+11,3%	490 139,9	609 584,1	+24,4%
Olej napędowy	l	146 685,1	96 499,7	-34,2%	1 206 802,4		-100,0%
LPG	l	352 760,6	200 799,7	-43,1%	352 760,6		-100,0%
Transport wewnętrzny (w browarach)							
Olej napędowy	MWh	55,1	50,7	-8,0%	55,1	50,7	-8,0%
LPG	MWh	2 521,4	1 435,2	-43,1%	2 521,4	1 464,2	-41,9%
<b>Transport wewnętrzny łącznie</b>	<b>MWh</b>	<b>2 576,5</b>	<b>1 485,9</b>	<b>-42,3%</b>	<b>2 576,5</b>	<b>1 514,9</b>	<b>-41,2%</b>
Transport zewnętrzny (flota)							
Benzyna	MWh	573,6	638,5	+11,3%	4 508,5	5 607,2	+24,4%
Olej napędowy	MWh	1 403,5	908,9	-35,2%	11 945,0	7 293,6	-38,9%
<b>Transport zewnętrzny łącznie</b>	<b>MWh</b>	<b>1 977,0</b>	<b>1 547,4</b>	<b>-21,7%</b>	<b>16 453,5</b>	<b>12 900,8</b>	<b>-21,6%</b>
Transport łącznie							
Benzyna	MWh	573,6	638,5	+11,3%	4 508,5	5 607,2	+24,4%
Olej napędowy	MWh	1 458,6	959,6	-34,2%	12 000,1	7 344,3	-38,8%
LPG	MWh	2 521,4	1 435,2	-43,1%	2 521,4	1 464,2	-41,9%
<b>Transport łącznie (wewnętrzny i zewnętrzny)</b>	<b>MWh</b>	<b>4 553,5</b>	<b>3 033,3</b>	<b>-33,4%</b>	<b>19 030,0</b>	<b>14 415,7</b>	<b>-24,2%</b>

#### Wskaźniki intensywności energetycznej<sup>1</sup>

Energia ze źródeł odnawialnych na 1 hektolitr piwa	kWh/hl	6,20	6,51	+5,0%	6,20	6,23	+0,5%
Energia ze źródeł odnawialnych na 1 mln zł przychodu	MWh/1 mln zł	20,4	18,8	-8,0%	18,3	18,2	-0,2%
Energia ze źródeł nieodnawialnych na 1 hektolitr piwa	kWh/szt.	15,22	13,92	-8,5%	16,60	15,78	-4,9%
Energia ze źródeł nieodnawialnych na 1 mln zł przychodu	MWh/1 mln zł	50,1	40,1	-19,9%	48,9	46,2	-5,6%
<b>Energia ze wszystkich źródeł na 1 hektolitr piwa</b>	<b>kWh/szt.</b>	<b>21,43</b>	<b>20,43</b>	<b>-4,6%</b>	<b>22,80</b>	<b>22,02</b>	<b>-3,4%</b>
<b>Energia ze wszystkich źródeł na 1 mln zł przychodu</b>	<b>MWh/1 mln zł</b>	<b>70,5</b>	<b>58,9</b>	<b>-16,4%</b>	<b>67,2</b>	<b>64,4</b>	<b>-4,1%</b>

1. W wyliczeniu 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.

GRI 303-3

GRI 303-4

## Woda i ścieki

	jednostka	Grupa Żywiec			Grupa Kapitałowa		
		2019	2020	zmiana r/r	2019	2020	zmiana r/r
<b>Zużycie wody</b>							
Woda zakupiona	m <sup>3</sup>	509 474	480 214	-5,7%	509 474	486 765	-4,5%
Woda z ujęć własnych	m <sup>3</sup>	2 562 297	2 330 924	-9,0%	2 562 297	2 615 264	+2,1%
<b>Łącznie woda pobrana</b>	<b>m<sup>3</sup></b>	<b>3 071 771</b>	<b>2 811 138</b>	<b>-8,5%</b>	<b>3 071 771</b>	<b>3 102 029</b>	<b>+1,0%</b>
Woda zużyta do produkcji	m <sup>3</sup>	2 980 535	2 789 740	-6,4%	2 980 535	3 080 233	+3,3%
<i>Zużycie wody na hektolitr piwa</i>	<i>hl/hl</i>	<i>2,8</i>	<i>2,7</i>	<i>-5,2%</i>	<i>2,8</i>	<i>2,8</i>	<i>-1,0%</i>
<i>Zużycie wody na 1 mln zł przychodu</i>	<i>m<sup>3</sup>/1mln zł</i>	<i>931,6</i>	<i>774,1</i>	<i>-16,9%</i>	<i>834,9</i>	<i>820,7</i>	<i>-1,7%</i>
<b>Ścieki</b>							
Ścieki odprowadzone do sieci komunalnej	m <sup>3</sup>	1 760 176	1 598 419	-9,2%	1 760 176	1 621 834	-7,9%
Ścieki oczyszczone we własnej oczyszczalni	m <sup>3</sup>	0	0	-	0	143 814	bd
<b>Łącznie odprowadzone ścieki</b>	<b>m<sup>3</sup></b>	<b>1 760 176</b>	<b>1 598 419</b>	<b>-9,2%</b>	<b>1 760 176</b>	<b>1 765 648</b>	<b>+0,3%</b>
<i>Odprowadzone ścieki na hektolitr piwa</i>	<i>hl/hl</i>	<i>1,7</i>	<i>1,5</i>	<i>-8,0%</i>	<i>1,7</i>	<i>1,6</i>	<i>-3,9%</i>
<i>Odprowadzone ścieki na 1 mln zł przychodu</i>	<i>m<sup>3</sup>/1 mln zł</i>	<i>550,2</i>	<i>443,5</i>	<i>-19,4%</i>	<i>493,1</i>	<i>470,5</i>	<i>-4,6%</i>

Dane dla Grupy Kapitałowej za 2019 rok nie obejmują Browaru Namysłów, który nie był wówczas w pełni zintegrowany operacyjnie.

GRI 305-1

GRI 305-2

GRI 305-4

GRI 305-5

## Emisje gazów cieplarnianych

	jednostka	Grupa Żywiec			Grupa Kapitałowa		
		2019	2020	zmiana r/r	2019	2020	zmiana r/r
<b>Emisje bezpośrednie</b>							
Emisje będące skutkiem zużycia paliw w budynkach i instalacjach	Mg CO <sub>2</sub> e	21 427,9	20 189,0	-5,8%	21 427,9	22 644,9	+5,7%
- w tym emisje biogeniczne	Mg CO <sub>2</sub> e	2 338,8	2 201,9	-5,9%	2 338,8	2 541,8	+8,7%
Emisje będące skutkiem zużycia paliw w transporcie	Mg CO <sub>2</sub> e						
Emisje w transporcie wewnętrznym	Mg CO <sub>2</sub> e	583,3	337,2	-42,2%	583,3	343,8	-41,1%
Emisje w transporcie zewnętrznym	Mg CO <sub>2</sub> e	519,4	402,3	-22,5%	4 328,3	3 347,7	-22,7%
Łącznie emisje w transporcie	Mg CO <sub>2</sub> e	1 102,7	739,5	-32,9%	4 911,6	3 691,5	-24,8%
Emisje z chłodzenia i klimatyzacji	Mg CO <sub>2</sub> e	286,4	15,7	-94,5%	286,4	15,7	-94,5%
<b>Łącznie emisje bezpośrednie</b>	<b>Mg CO<sub>2</sub>e</b>	<b>22 817,0</b>	<b>20 944,3</b>	<b>-8,2%</b>	<b>26 625,9</b>	<b>26 352,2</b>	<b>-1,0%</b>
<i>Emisje bezpośrednie na 1 hl piwa</i>	<i>kg CO<sub>2</sub>e/hl</i>	<i>2,2</i>	<i>2,0</i>	<i>-7,0%</i>	<i>2,5</i>	<i>2,4</i>	<i>-5,2%</i>
<i>Emisje bezpośrednie na 1 mln zł przychodu</i>	<i>Mg CO<sub>2</sub>e/1 mln zł</i>	<i>7,1</i>	<i>5,8</i>	<i>-18,5%</i>	<i>7,5</i>	<i>7,0</i>	<i>-5,9%</i>
Emisje pośrednie							
Location-based							
Emisje location-based będące skutkiem zakupu energii elektrycznej	Mg CO <sub>2</sub> e	48 983,3	45 796,9	-6,5%	48 983,3	49 908,9	+1,9%
Emisje location-based będące skutkiem zakupu energii ciepłej	Mg CO <sub>2</sub> e	14 467,9	14 100,9	-2,5%	14 467,9	14 100,9	-2,5%
<b>Łącznie emisje pośrednie location-based</b>	<b>Mg CO<sub>2</sub>e</b>	<b>63 451,2</b>	<b>59 897,7</b>	<b>-5,6%</b>	<b>63 451,2</b>	<b>64 009,8</b>	<b>+0,9%</b>
Market-based							
Emisje market-based będące skutkiem zakupu energii elektrycznej	Mg CO <sub>2</sub> e	2 046,5	1 436,2	-	2 046,5	5 418,3	-
Emisje market-based będące skutkiem zakupu energii ciepłej	Mg CO <sub>2</sub> e	17 089,6	16 340,6	-4,4%	17 089,6	16 340,6	-4,4%
<b>Łącznie emisje pośrednie market-based</b>	<b>Mg CO<sub>2</sub>e</b>	<b>19 136,1</b>	<b>17 776,8</b>	<b>-7,1%</b>	<b>19 136,1</b>	<b>21 758,9</b>	<b>+13,7%</b>
<i>Emisje pośrednie market-based na hektolitr piwa</i>	<i>kg CO<sub>2</sub>e/hl</i>	<i>1,8</i>	<i>1,7</i>	<i>-5,9%</i>	<i>1,8</i>	<i>2,0</i>	<i>+8,9%</i>
<i>Emisje pośrednie market-based na 1 mln zł przychodu</i>	<i>Mg CO<sub>2</sub>e/1 mln zł</i>	<i>6,0</i>	<i>4,9</i>	<i>-17,5%</i>	<i>5,4</i>	<i>5,8</i>	<i>+8,2%</i>
Emisje łączne							
<b>Emisje łącznie market-based</b>	<b>Mg CO<sub>2</sub>e</b>	<b>41 953,1</b>	<b>38 721,1</b>	<b>-7,7%</b>	<b>45 762,1</b>	<b>48 111,0</b>	<b>+5,1%</b>
<i>Emisje łącznie market-based na hektolitr piwa</i>	<i>kg CO<sub>2</sub>e/hl</i>	<i>3,99</i>	<i>3,73</i>	<i>-6,5%</i>	<i>4,4</i>	<i>4,4</i>	<i>+0,7%</i>
<i>Emisje łącznie market-based na 1 mln zł przychodu</i>	<i>Mg CO<sub>2</sub>e/1 mln zł</i>	<i>13,1</i>	<i>10,7</i>	<i>-18,1%</i>	<i>12,8</i>	<i>12,8</i>	<i>0,0%</i>



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

Francois-Xavier Mahot	Prezes Zarządu
Andrzej Borczyk	Członek Zarządu
Marcin Celejowski	Członek Zarządu
Tomasz Klima	Członek Zarządu
Katarzyna Malczewska-Błaszczuk	Członek Zarządu
Olga Prasat	Członek Zarządu
Karolina Tarnawska	Członek Zarządu

..... Miejsce, data

## **Zrównoważeni**

Sprawozdanie na temat informacji niefinansowych  
Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. za rok 2020.