

GRUPA KAPITAŁOWA ŻYWIEC S.A.

**SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH
GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A.
ZA ROK 2017**

SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ
GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.
na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

1. Wstęp

Wraz z coraz większą rolą jaką w strategii biznesowej odgrywa strategia zrównoważonego rozwoju, znaczenia nabiera raportowanie informacji niefinansowych w kontekście wyników finansowych. Niniejsze *Sprawozdanie* na temat informacji niefinansowych Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. za rok 2017 jest pierwszym tego typu raportem Spółki. *Sprawozdanie* zostało przygotowane na podstawie opracowanego wewnętrznie modelu raportowania opartego o wieloletnie doświadczenie Spółki w zakresie raportowania zrównoważonego rozwoju zgodnie z wytycznymi Global Reporting Initiative G4 w opcji Core.

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 2017* obejmuje informacje i skonsolidowane dane niefinansowe Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. i jej jednostki dominującej Grupy Żywiec S.A. zgodnie ze strukturą organizacji w 2017 roku. Raport został sporządzony za okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2017 roku.

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

Nasi interesariusze to grupy osób i podmiotów, na które wywieramy wpływ poprzez naszą działalność i które także mogą wywierać wpływ na naszą organizację. Podstawę do określenia grup interesariuszy oraz kluczowych interesujących ich zagadnień związanych z naszą działalnością stanowi kompleksowa analiza przeprowadzona w latach 2014-2015, która została zaktualizowana badaniem ankietowym oczekiwań interesariuszy w 2016 roku wspartym bieżącym monitorowaniem dyskusji toczonych w opinii publicznej w odniesieniu do Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. Proces analizy interesariuszy stanowi także element dialogu społecznego, który prowadzimy cyklicznie z interesariuszami społeczności lokalnych.

Do kluczowych interesariuszy Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. zaliczyć należy: pracowników oraz przedstawicieli pracowników, konsumentów i klientów, organizacje branżowe i profesjonalne, administrację publiczną oraz jej przedstawicieli, dostawców oraz partnerów biznesowych, organizacje pozarządowe, inwestorów oraz społeczności lokalne i media.

2. Obszar działalności i struktura Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.

Warzenie najlepszego piwa to nasza specjalność od ponad 160 lat. Rozwijamy ją dzięki bogatemu portfolio silnych, ogólnopolskich i regionalnych marek piwa. Tradycje piwowarskie Grupy Żywiec liczą ponad 160 lat, co roku miliony naszych piw trafiają do butelek, puszek i kufla w kraju i za granicą. Podstawowym przedmiotem działalności Grupy Żywiec S.A. - jednostki dominującej w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. jest produkcja piwa oznaczona kodem PKD 1105 Z.

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, jedno z najpopularniejszych polskich piw eksportowych, dostępna jest za granicą już od ponad stu lat. Na koniec 2017 roku docierała do ponad 30 krajów na świecie, w tym do następujących rynków eksportowych:

USA, Wielka Brytania, Niemcy, Kanada, Australia, Austria, Belgia, Białoruś, Bułgaria, Chorwacja, Dania, Finlandia, Francja, Grecja, Hiszpania, Holandia, Hong-Kong, Irak, Irlandia, Islandia, Korea Południowa, Litwa, Łotwa, Nowa Zelandia, Portugalia, Rosja, Szwecja, Ukraina, Węgry, Włochy, Wyspy Cooka, Wyspy Zielonego Przylądka.

Miłośnikom dobrego piwa oferujemy najszerzy na polskim rynku wybór piw. Bogate portfolio, które systematycznie rozwijamy, pozwala nam upowszechnić kulturę piwną w Polsce. Główną marką Grupy jest Żywiec – piwo warzone wyłącznie w Arcyksiążęcym Browarze w Żywcu. Nasze pozostałe marki w 2017 roku to:

SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ
GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.

na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

Żywiec, Heineken, Warka, Tatra, Desperados, Królewskie, Specjal, EB, Brackie, Leżajsk, Kaper, Paulaner, Affligem, Krakus, Dziki Sad.

W 2017 roku wprowadziliśmy na rynek następujące nowe produkty:

Żywiec Amerykańskie Pszeniczne, Żywiec Bezalkoholowe, Heineken 3, Desperados Nocturno, Dziki Sad Śliwka oraz Warka Radler Malina z Cytryną.

Nasze piwa warzone są w pięciu browarach znajdujących się w różnych regionach Polski. Kontynuują one piwne tradycje regionów oraz współdziałają ze społecznościami lokalnymi. Nasze browary to:

Arcyksiążęcy Browar w Żywcu działa od 1856 roku.

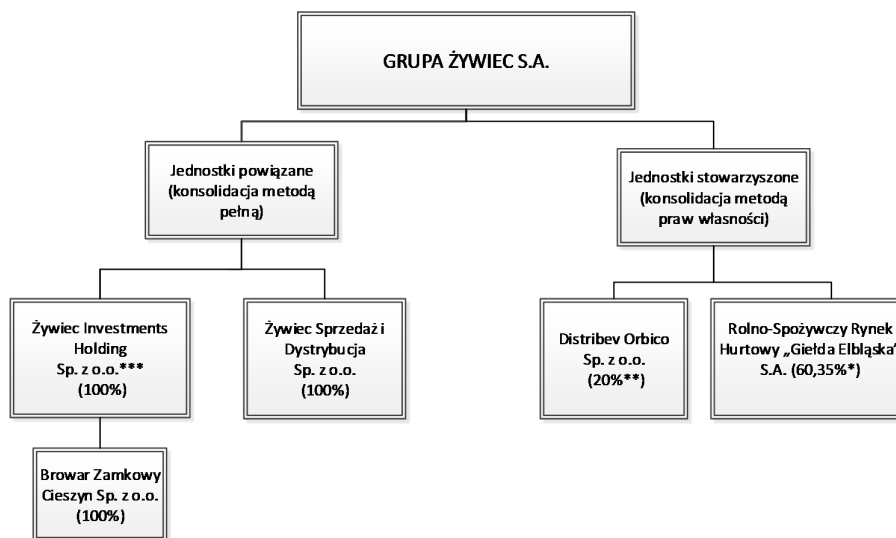
Browar w Elblągu działa od 1872 roku.

Browar w Leżajsku działa od 1978 roku.

Browar w Warce działa od 1978 roku.

Browar Zamkowy Cieszyn działa od 1846 roku.

Jednostką dominującą w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. jest Grupa Żywiec S.A. Siedziba Grupy Żywiec S.A. mieści się w Żywcu. Biuro Zarządu firmy znajduje się w Warszawie. Grupa Żywiec jest jedynym liczącym się producentem piwa w Polsce notowanym od 1991 roku na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.



*Grupa Żywiec S.A. posiada 43,52 % głosów na Walnym Zgromadzeniu Rolno-Spożywczego Rynku Hurtowego „Giełda Elbląska” S.A.

**Grupa Żywiec S.A. posiada 20 % głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki Distribev Orbico Sp. z o.o.

***W dniu 19 stycznia 2017 roku nastąpiła zmiana nazwy z Distribev Holding Sp. z o.o. na Żywiec Investments Holding Sp. z o.o.

Czerpiemy z dobrych praktyk Grupy HEINEKEN, międzynarodowej firmy piwowarskiej, z którą jesteśmy powiązani kapitałowo. Głównymi akcjonariuszami Grupy Żywiec S.A. posiadającymi co najmniej 5% głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień przekazania niniejszego skonsolidowanego raportu za 2017 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.

Grupa Żywiec S.A.
na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

3. Model biznesowy i strategia Grupy Żywiec S.A. i Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.

Strategia koncentracji na kluczowych obszarach działalności naszej firmy umożliwia nam tworzenie wartości w oparciu o budowanie silnych marek i wysokiej jakości produktów, a także innowacyjne podejście do prowadzenia biznesu przy jednoczesnym zachowaniu elastyczności organizacji i ograniczonych kosztach funkcjonowania. 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. Dlatego mówimy, że tworzymy wartość od ziarna do baru – w całym łańcuchu wartości.

Dzięki temu, we współpracy z naszymi partnerami, możemy wywierać istotny wpływ na społeczności z którymi warzymy nasze piwo, a także skupić się na realizacji kluczowych obszarów zrównoważonego rozwoju, na które wywieramy największy wpływ. Działania, które podejmujemy są odpowiedzią na Cele Zrównoważonego Rozwoju wyznaczone przez Organizację Narodów Zjednoczonych.

Łańcuch wartości – od ziarna do baru

Realizowanie wizji oraz tworzenie wartości obejmuje cały łańcuch wartości - od pracowników poprzez społeczności lokalne, w których warzymy nasze piwo aż po konsumentów, którzy mogą cieszyć się najwyższą jakością piwa w sposób umiarkowany i odpowiedzialny.

Pracownicy

Nasza podróż kończy się i zaczyna z pracownikami, których pasją jest warzenie znakomitego piwa. Chcemy, rozwijać się dzięki nim i dlatego dbamy o ich rozwój, bezpieczeństwo i edukację, a także znajomość zasad odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Dzięki standardom współpracy z dostawcami mamy także wpływ na przestrzeganie praw człowieka i pracownika wśród naszych partnerów.

Rolnictwo

Nasze produkty przygotowywane są z naturalnych składników, dlatego zależy nam, aby były pozyskiwane ze zrównoważonych źródeł. Jako wiodący producent piwa w Polsce, warzymy piwo ze składników w ogromnej większości pochodzących od polskich dostawców, przyczyniając się do rozwoju lokalnych firm.

Warzenie piwa

Dzięki regularnemu optymalizowaniu produkcji oraz wykorzystywaniu przyjaznych źródeł energii, mamy wpływ na ograniczenie wpływu naszych produktów na środowisko naturalne – od zużycia wody i energii, poprzez zmniejszanie odpadów niepoddawanych recyklingowi.

Społeczność

Jesteśmy nieodłącznym elementem regionów, w których zlokalizowane są nasze browary, tworząc istotną wartość na gospodarkę regionów, chcemy też rozwijać miejsca oraz mieszkańców, z których dziedzictwa korzystamy warząc piwo. Dlatego od lat prowadzimy Dialog Społeczny z mieszkańcami, a także wspieramy inicjatywy społeczne dzięki Funduszowi Społecznemu Grupy Żywiec.

Dystrybucja

Większość piwa, które warzymy, przeznaczone jest dla naszych konsumentów w Polsce. Dlatego chcemy, żeby trafiało w różne punkty naszego kraju w sposób bezpieczny oraz przyjazny dla środowiska. Korzystamy z lekkich naczepek oraz szkolimy kierowców w zakresie ekologicznej jazdy, a także dbamy o pełną optymalizację załadunku.

Pakowanie

Nasze produkty dostępne są w butelkach, puszkach, kegach i butelkach PET. Nieustannie pracujemy nad ograniczeniem naszego wpływu na środowisko naturalne, dlatego też dokładamy starań, aby zwiększyć ponowne używanie naszych opakowań, wspierając ich zwrotność.

SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ
GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.
na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

Sprzedaż

Zależy nam, żeby nasze produkty trafiały wyłącznie do rąk osób pełnoletnich. Współpracujemy z dystrybutorami naszych piw, szkoląc barmanów oraz sprzedawców z zasad odpowiedzialnej sprzedaży przy pomocy specjalnych szkoleń. Punkty sprzedaży to także miejsce, w których znajdują się nasze przyjazne dla środowiska lodówki, chłodzące nasze piwo.

Konsumpcja

Nasze marki są synonimem wysokiej jakości, a także piwnej pasji. Realizujemy ją poprzez innowacje produktowe, w tym także poprzez produkty, które oferują naszym konsumentom możliwość wyboru piw bezalkoholowych lub piw o niskiej zawartości alkoholu. Nasz wpływ realizujemy także poprzez wspieranie odpowiedzialnych postaw naszych konsumentów, realizując kampanię edukacyjną Trzymaj Pion skierowaną do najmłodszego pokolenia dorosłych konsumentów, a także do rodziców, wspierając ich w procesie wychowania dzieci do odpowiedzialnych postaw wobec alkoholu.

Strategia Grupy Żywiec S.A. i Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.

W ciągu ostatnich lat udało nam się zrealizować strategię koncentracji na kluczowych obszarach działalności, co przyniosło efekt w postaci zwiększenia wartości tworzonej przez Grupę Żywiec S.A. oraz Grupę Kapitałową Żywiec S.A. Firma powróciła na ścieżkę wzrostu, wzmocniła marki, które osiągnęły pozycję lidera w najszybciej rozwijających się segmentach rynku jak piwne specjalności, radlery czy marki regionalne i wprowadziła wiele innowacji. Zwiększyła się także efektywność i elastyczność wewnętrzna co łącznie doprowadziło do poprawy wyników finansowych. Dziś nasza firma cieszy się najwyższą reputacją wśród firm piwowarskich.

Oczekiwania konsumentów oraz sytuacja na rynku nieustannie się zmieniają. W związku z tym w 2017 roku przyjęliśmy wizję, którą określa cele biznesowe Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. do roku 2020.

Wizja: Zbudujemy razem najbardziej podziwianą, innowacyjną i efektywną firmę w branży napojów do 2020 roku.

Definiujemy swoje cele biznesowe w oparciu o pięć priorytetów, które pozwalają naszej firmie budować długofalową wartość:

- 1. Budowanie najbardziej podziwianych marek w Polsce*
- 2. Innowacje w ofercie produktowej oraz sposobie prowadzenia biznesu*
- 3. Stałe zwiększanie efektywności organizacyjnej przy zachowaniu kosztów na optymalnym poziomie*
- 4. Przyciąganie i rozwój talentów oraz bycie najbardziej podziwianym pracodawcą*
- 5. Prowadzenie biznesu w sposób odpowiedzialny i zrównoważony*

W 2017 roku Grupa Kapitałowa Żywiec S.A. wdrożyła strategię budowania wartości poprzez budowanie silnych marek, szczególnie w segmencie premium, innowacje w ofercie produktowej oraz procesach, inwestycje w aktywności komercyjne skoncentrowane na wartości oraz dalszej poprawie efektywności wewnętrznej i utrzymaniu modelu niskich kosztów. Zgodnie z tą strategią, w porównaniu do zeszłego roku, Spółka zwiększyła marżę, przychody na hektolitr piwa i utrzymała zakładany poziom przychodów z portfolio premium. Przychody wzrosły także w najbardziej rentownych kanałach sprzedaży.

Wyniki finansowe Grupy Żywiec S.A. (w tys. zł)

Rok	2017	2016
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	2.245.740	2.357.691
Zysk z działalności operacyjnej	330.708	331.810
Zysk netto	261.718	300.464

SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ
GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017
w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.
na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

Wyniki finansowe Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. (w tys. zł)

Rok	2017	2016
Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów	2.231.622	2.392.605
Zysk z działalności operacyjnej	333.909	327.878
Zysk netto	258.550	272.573

Przewagi konkurencyjne

Nasze cele biznesowe realizujemy w oparciu o przewagi konkurencyjne, dzięki którym jesteśmy w stanie rozwijać nasz biznes również w kolejnych latach.

Marka Żywiec

Naszą flagową marką jest Żywiec, lider segmentu piw premium oraz najpopularniejsze polskie piwo za granicą. Na początku 2017 roku Żywiec zajął pierwsze miejsce wśród najmocniejszych marek alkoholi w prestiżowym rankingu Najsilniejszych Polskich Marek „Rzeczypospolitej”. Żywiec jest także marką, która buduje kategorię piwnych specjalności dzięki obecnym na rynku wariantom: Amerykańskie Pszeniczne, APA, Białe, Porter, Saison.

Marki regionalne

Możemy poszczycić się najbogatszą ofertą piw regionalnych wśród największych producentów w Polsce. Marki takie jak Brackie, Królewskie, Leżajsk czy Specjal są silnie zakorzenione w swoich regionach. Wzmacniamy pozycję tych marek rozwijając nowe warianty smakowe w oparciu o ich lokalne dziedzictwo.

Piwno innowacje

Jesteśmy liderem innowacji, znaczenie wyprzedając pod względem liczby debiutujących produktów największych producentów piwa w Polsce. Znaczące sukcesy rynkowe osiągamy odpowiadając na rosnącą popularność piw nisko i bezalkoholowych. Warka Radler, będąca połączeniem jasnego piwa Warka z lemoniadą (zawiera 2% alkoholu) jest najpopularniejszym radlerem w Polsce.

W 2017 roku zaprezentowaliśmy miłośnikom piwa nową odstonę piw smakowych w postaci Warki Radler o smaku maliny z cytryną, Dzikiego Sadu o smaku śliwki, a także nowe warianty piwa marek premium: Żywiec Amerykańskie Pszeniczne, Desperados Nocturno.

Eksport

Rozwijając się w kraju wykorzystujemy potencjał eksportu. Jego siłą napędową jest marka Żywiec, dająca nam pozycję lidera wśród eksporterów piwa z Polski.

Strategia zrównoważonego rozwoju Warzemy Lepszy Świat

Naszą ambicją jest rozwijać naszą firmę warząc lepszy świat od ziarna do baru. Nasze działanie w zakresie zrównoważonego rozwoju oparte jest na strategii *Warzemy 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, definiując je jako obszary, w których możemy osiągnąć największy wpływ w całym łańcuchu wartości:

- *Ochrona zasobów wodnych*
- *Redukcja emisji CO₂*
- *Zrównoważone zaopatrzenie*
- *Wspieranie odpowiedzialnej konsumpcji*
- *Rozwój społeczności lokalnych*
- *Promowanie zdrowia i bezpieczeństwa*

**SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ
GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017**

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.

na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

Strategia zrównoważonego rozwoju Warzymy Lepszy Świat wyznacza także priorytetowe cele, do których osiągnięcia do 2020 roku dążymy jako firma. Poniższe cele realizacji strategii stanowią wybrane cele z uwagi na analizę istotności informacji:

Ochrona zasobów wodnych:

- ograniczenie zużycia wody w produkcji piwa do 3,5 hektolitra wody na 1 hektolitr piwa

Redukcja emisji CO₂:

- ograniczenie emisji CO₂ w produkcji piwa o 40% w stosunku do roku 2008
- ograniczenie emisji CO₂ w dystrybucji piwa o 20% w stosunku do lat 2010-11
- ograniczenie emisji CO₂ w chłodzeniu piwa o 50% w stosunku do roku 2010

Zrównoważone zaopatrzenie:

- co najmniej 50% naszych głównych surowców pochodzących ze zrównoważonych źródeł

Wspieranie odpowiedzialnej konsumpcji:

- stworzenie mody na odpowiedzialną i umiarkowaną konsumpcję alkoholu poprzez aktywność marki Heineken

Promowanie zdrowia i bezpieczeństwa:

- pełne wdrożenie Zasad Ratujących Życie

W naszej strategii uwzględniliśmy również znaczną część spośród 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju, wyznaczonych przez Organizację Narodów Zjednoczonych w 2015 roku (ang. *Sustainable Development Goals*). Chcemy wziąć aktywny udział w realizacji tych celów do 2030 roku, wierzymy bowiem, że długofalowy rozwój naszej firmy musi odbywać się w poszanowaniu otoczenia społecznego i biznesowego. Realizując strategię *Warzymy Lepszy Świat*, przyczyniamy się do wpływu na realizację następujących Celów Zrównoważonego Rozwoju:

3. Dobre zdrowie i jakość życia
4. Dobra jakość edukacji
6. Czysta woda i warunki sanitarne
7. Czysta i dostępna energia
8. Wzrost gospodarczy i godna praca
11. Zrównoważone miasta i społeczności
12. Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja
15. Życie na lądzie
17. Partnerstwa na rzecz celów

Kluczowe wskaźniki

Podjmując decyzje w zakresie zarządzania bierzemy pod uwagę poniższe wskaźniki, które dotyczą Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.

Ograniczenie emisji CO₂:

- ograniczenie emisji CO₂ w produkcji piwa od 2008 roku
- ograniczenie emisji CO₂ w dystrybucji piwa w stosunku do lat 2010/2011
- ograniczenie emisji CO₂ pochodzących z lodówek od 2010 roku
- ilość nieprzetworzonych odpadów w produkcji piwa

Ochrona zasobów wody:

- zużycie wody w produkcji 1 hektolitra piwa
- ilość ścieków poddanych oczyszczeniu przed zrzutem do wód powierzchniowych oraz do oczyszczalni stron trzecich

Wspieranie odpowiedzialnej konsumpcji:

- udział wydatków mediowych marki Heineken przeznaczony na realizację kampanii promującej odpowiedzialną konsumpcję alkoholu
- udział piw nisko i bezalkoholowych w przychodach
- istotne i aktywne partnerstwo w przeciwdziałaniu nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu

SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ
GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.

na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

- *informowanie konsumentów na temat pełnej listy składników oraz wartości energetycznych na opakowaniach marek piwa sprzedawanych na terenie Unii Europejskiej*

Bezpieczeństwo w środowisku pracy:

- *wdrożenie Zasad Ratujących Życie*
- *ograniczenie częstotliwości wypadków w stosunku do 2015 roku*

Zrównoważone zaopatrzenie:

- *udział kluczowych surowców produktowych pochodzących ze zrównoważonych źródeł*
- *zgodność z czterostopniową procedurą Kodeksu Dostawców*

Rozwój społeczności lokalnych:

- *wartość całkowitej kontrybucji podatkowej / wartość podatku dochodowego (CIT)*
- *całkowita kwota darowizn przeznaczonych na działania charytatywne*

Wartości i zachowania:

- *liczba zgłoszeń w ramach Polityki Mówienia Otwarciem (Speak-up)*
- *szkolenia z Etyki Postępowania w Biznesie / Przeciwdziałania Nadużyciom*
- *różnorodność*
- *przestrzeganie praw człowieka*

Z uwagi na proces gromadzenia oraz weryfikacji danych, w przypadku części powyższych wskaźników Spółka nie dysponowała danymi pozwalającymi na pełne obliczenie ich za rok 2017.

4. Zarządzanie ryzykiem

Konkurencyjne otoczenie biznesowe oraz specyfika naszych produktów sprawia, że do zarządzania ryzykiem podchodzimy ze szczególną uwagą. Dbamy o to, aby zarówno ryzyka dotyczące pracowników, reputacji, aktywów lub osiągnięcia celów strategicznych wynikające z sytuacji na rynku piwowarskim, jak i ryzyko rynku finansowego odpowiednio wcześniej zidentyfikować i umiejętnie na nie zareagować. 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 oraz 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.

Ryzykiem finansowym zarządza scentralizowany Dział Skarbu Grupy, realizując politykę zatwierdzoną w tym obszarze przez Zarząd i Radę Nadzorczą. Zadaniem Działu Skarbu Grupy jest identyfikacja, ocena ryzyka i ewentualne zabezpieczenie Grupy przed zagrożeniami w ścisłej współpracy z jednostkami operacyjnymi. Dział Zarządzania Ryzykiem Kredytowym ocenia wiarygodność kontrahentów we wszystkich kanałach sprzedaży.

Od odpowiedzialność za identyfikację oraz zarządzanie ryzykiem wykraczającym poza obszar finansowy stanowi jeden z obszarów kompetencyjnych kadry zarządzającej oraz menedżerów liniowych. Zadania w zakresie identyfikacji oraz zarządzania ryzykiem wspierane są przez *Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA* (tzw. *HeiCode*) oraz polityki wspierające. Procedury kontroli wewnętrznej w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. realizowane są 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 zarządzaniu ryzykiem oraz ocena efektywności ustalonych odpowiednio kontroli wewnętrznych oraz procedur, które wystąpieniu tych ryzyk mają przeciwdziałać lub je ograniczać.

Zarząd Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A dokonuje identyfikacji ryzyka wraz z analizą prawdopodobieństwa jego wystąpienia oraz możliwego wpływu na Spółkę, a następnie ewaluowany w oparciu o realizację wcześniej ustalonych działań oraz wpływ czynników zewnętrznych i weryfikowany dwukrotnie w ciągu roku.

SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ
GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.

na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

Poniższe zestawienie obejmuje wybrane kluczowe niefinansowe ryzyka, które mogą wpłynąć na realizację celów strategicznych Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. oraz Grupy Żywiec S.A.. Szczegółowe zestawienie związane z ryzykiem finansowym zawarte jest w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym za rok 2017.

Opis istotnych niefinansowych czynników ryzyka:

Preferencje konsumentów

Zmieniające się preferencje konsumentów kształtują rynek piwa, co wymaga od producentów umiejętności szybkiego reagowania na trendy i oczekiwania, a także inwestowania w innowacje produktowe oraz silne marki. W dłuższym okresie czasu, brak elastyczności organizacyjnej za trendami konsumenckimi może wpłynąć negatywnie na przychody oraz zysk.

Jak zarządzamy ryzykiem?

W ciągu ostatnich lat rozwinęliśmy w znaczny sposób linię piwnych specjalności oraz piwnych innowacji, a także kompetencje związane z monitorowaniem trendów konsumenckich. Będziemy kontynuować budowanie silnych marek w oparciu o nasze przewagi konkurencyjne.

Kompetencje menedżerskie

Realizując nasze działania opieramy się na umiejętnościach oraz zaangażowaniu ludzi. Ryzykiem dla realizacji strategii oraz celów biznesowych firmy może być brak skutecznego pozyskiwania oraz utrzymywania utalentowanych i wykwalifikowanych pracowników.

Jak zarządzamy ryzykiem?

Konsekwentnie wdrażamy działania, których celem jest ciągle dostosowywanie struktury organizacyjnej do wymagań rynku, a także pozyskiwanie wykwalifikowanych pracowników oraz rozwój kompetencji menedżerskich obecnych pracowników, a także ustalenie ścieżki sukcesji zawodowej i wdrażanie kultury pracy opartej na efektywności działania oraz uczeniu się od siebie. Stale inwestujemy w szkolenia pracowników.

Niestabilność otoczenia prawnego i ekonomicznego

Niestabilność otoczenia prawnego i ekonomicznego stanowi powszechny czynnik wpływający na przedsiębiorstwa oraz ich partnerów biznesowych na całym świecie. W szczególności ryzyka ekonomiczne związane z otoczeniem politycznym, takie jak zmiany w zakresie polityki handlowej, systemu podatkowego lub regulacji kosztów pracy, a także zmiany w obszarze przepisów dotyczących rynku piwa mogą wpłynąć negatywnie na przychody oraz zysk.

Jak zarządzamy ryzykiem?

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

Jednym z priorytetów strategii zrównoważonego rozwoju Warzymy Lepszy Świat jest promocja odpowiedzialnej i umiarkowanej konsumpcji alkoholu. Korzystając z doświadczenia związanego z tworzeniem silnych marek, prowadzimy oparte na faktach działania edukacyjne, których celem jest stworzenie mody na odpowiedzialną konsumpcję alkoholu wśród osób dorosłych, a także wspieranie rodziców w zapobieganiu przedwczesnej inicjacji alkoholowej nastolatków. Działanie skierowane do rodziców realizujemy we współpracy z organizacją pozarządową. Ponadto w ramach Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego Browary Polskie prowadzimy szereg działań ukierunkowanych na edukację zarówno konsumentów jak i detalistów.

W niniejszej części *Sprawozdania* przedstawione zostaną informacje dotyczące zakresu tematów istotnych dla Spółki, które stanowią wynik analizy istotności zagadnień opisanej we wstępie. W wyniku analizy istotności opisywanej we wstępie zidentyfikowano następujące istotne tematy z perspektywy działalności Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.:

- przestrzeganie regulacji prawnych oraz podnoszenie świadomości prawnej pracowników spółki

SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.

na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

- kryteria z zakresu odpowiedzialnego biznesu stosowane przy wyborze, kontroli i ocenie dostawców
- bezpieczeństwo, higiena pracy, zatrudnienie i szkolenia
- wspieranie społeczności lokalnych
- promowanie odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu
- działania na rzecz zmniejszenia zużycia wody, energii, emisji

5. Zarządzanie etyką i przeciwdziałanie korupcji

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 działający w imieniu naszej firmy. *Kodeks* określa także nasze wartości, reprezentujące to, co popieramy jako organizacja społecznie odpowiedzialna, partner biznesowy oraz pracodawca. Stanowią one dla nas inspirację i są wprowadzane w życie przez naszych pracowników na każdym poziomie organizacyjnym, w każdej funkcji biznesowej i w każdej lokalizacji, w której prowadzimy naszą działalność.

Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA stanowi podstawową politykę w zakresie zarządzania etyką obowiązującą w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. Określa on podstawowe zasady postępowania stanowiąc integralny element codziennej pracy. Zgodnie z jego zapisami pracownicy zobowiązani są m.in. do:

- unikania sytuacji, w których mogłoby dojść do zaistnienia rzeczywistego lub pozornego konfliktu interesów pomiędzy interesem firmy a potencjalną korzyścią osobistą
- przestrzegania praw i regulacji, które mają na celu zapewnienie efektywnej konkurencji, co oznacza w szczególności zwracanie szczególnej uwagi na zasady dotyczące konkurencji w szczególności w relacjach biznesowych z klientami i dostawcami, a także konkurentami
- zapobiegania oszustwom w firmie oraz zgłaszania wszelkich oszustw lub podejrzeń dotyczących oszustwa

Szczegółowe zasady dotyczące konfliktu interesów określa *Polityka dotycząca konfliktów interesów* obowiązująca w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A., która definiuje konflikt interesów, a także określa procedury zawiadomiania o konflikcie interesów. W przypadku wystąpienia możliwego konfliktu interesów pomiędzy interesami osobistymi a interesami Spółki, pracownik powinien omówić tą 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 przestawieniem raportu Zarządowi Grupy Żywiec S.A. wraz z rekomendacjami. Analiza dokonana w 2017 roku nie ujawniła konfliktu interesów skutkujących podjęciem środków zaradczych.

Szczegółowe zasady dotyczące uczciwej konkurencji określa *Polityka dotycząca uczciwej konkurencji* obowiązująca w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A., która wymaga 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 realizuje zadania związane z ochroną prawa konkurencji i zdaje sprawozdanie ich wykonywania Zarządowi spółki. W roku 2017 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.

Szczegółowe zasady dotyczące zapobiegania 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.

SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ
GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.

na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

Nie akceptujemy korupcji pod żadną postacią. Szczegółowe informacje dotyczące przeciwdziałania korupcji zawiera *Polityka dotycząca korupcji i uzyskiwania niewłaściwych korzyści* 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 w odniesieniu do zarówno 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 Mówienia Otwarciem (Speak Up)*.

Zasady te uzupełnia *Polityka dotycząca upominków*, która precyzuje zasady przyjmowania i wręczania upominków, *Polityka dotycząca gościnności i rozrywek*, która określa podstawowe zasady związane z posiłkami biznesowymi, rozrywką, gościnnością oraz kierowania zaproszeń do urzędników państwowych i polityków, a także *Polityka dotycząca wpłat na cele polityczne i dotacji* na cele charytatywne, która precyzuje, 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. Polityki te obowiązują w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. W 2017 roku Grupa Żywiec S.A. oraz Grupa Kapitałowa Żywiec S.A. nie dokonały dotacji na cele partii politycznych.

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 *Politykę Mówienia Otwarciem (Speak Up)* obowiązująca w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A., która wyjaśnia procedury zgłaszania wątpliwości na temat podejrzanego nieprawidłowego działania w sposób poufny i bez obaw o odwet. *Polityka* obowiązuje wszystkich pracowników działających w imieniu lub na rzecz Spółki, a także osób z którymi firma ma lub miała jakiegokolwiek rodzaju relacje biznesowe. Zgodnie z tą polityką, wszelkie podejrzenia nieprawidłowych działań w naszej firmie mogą być zgłaszane do bezpośredniego kierownika, przedstawiciela ds. HR, audytora wewnętrznego lub rady prawnego, a także poprzez instytucje zaufanych przedstawicieli, kontakt mailowy lub pocztowy z Biurem ds. Postępowania w Biznesie lub dedykowany serwis internetowy *Ethics Point Management*.

Lekceważenie lub naruszenie przepisów prawa, kodeksu lub którejkolwiek z polityk, leżących u jego podstaw albo ignorowanie naruszenia może mieć poważne konsekwencje dla Spółki oraz zaangażowanych osób. Naruszenie może skutkować podjęciem środków dyscyplinarnych, określonych w *Polityce dotyczącej środków dyscyplinarnych* obowiązującej w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A., można zastosować 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 kontrolę. 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 wrażliwości *Kodeksu* i polityk.

Procedura rozpatrywania zgłoszeń obejmuje wstępne badanie, którego celem jest ocena wątpliwości i zdecydowanie czy wymagają one dalszego badania oraz dochodzenia zgłoszenia oraz dochodzenie, które polega na obiektywnej, rzeczowej analizie sprawy. Postępowanie kończone jest raportem końcowym wraz z rekomendacjami przedstawianym właściwym dla sprawy członkom Zarządu Grupy Żywiec S.A.

Procedury zgłoszeń opisane w *Polityce Mówienia Otwarciem (Speak Up)* w Grupie Żywiec S.A. oraz w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. realizuje Kierownik ds. Bezpieczeństwa, wyznaczony przez Zarząd Grupy Żywiec S.A. Proces zgłoszeń do mężów zaufania odbywa się poprzez 7 wybranych osób, realizujących funkcję zaufanych przedstawicieli dla Grupy Żywiec S.A. oraz dla Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.

W 2017 roku dokonano 10 zgłoszeń nieprawidłowości zgodnie z procedurą zgłoszeń *Polityki Mówienia Otwarciem (Speak Up)* w ramach Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., z czego potwierdzono 7 zgłoszeń, 1 zgłoszenie potwierdzono częściowo, a 2 zgłoszenia zostały oddalone. W przypadku Grupy Żywiec S.A. dokonano 3 zgłoszeń, z czego

SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ
GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.

na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

2 zgłoszenia zostały potwierdzone, a 1 zgłoszenie zostało oddalone. W 2017 roku wśród uznanych zgłoszeń nieprawidłowości dla Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. w tym dla Grupy Żywiec S.A. 1 zgłoszenie dotyczyło m.in. podejrzenia korupcji, lecz zarzut nie został potwierdzony. W przypadku zgłoszeń nieprawidłowości dotyczących oszustwa na szkodę Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. dokonano 4 zgłoszeń, które zostały potwierdzone, w tym dla Grupy Żywiec S.A. dokonano 1 zgłoszenia, które zostało potwierdzone.

Dział Doskonalenia Procesów i Kontroli dokonuje identyfikacji pracowników Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. podlegających szkoleniom z zakresu przeciwdziałania korupcji. W 2017 roku zidentyfikowano 251 pracowników wskazanych do odbycia szkoleń w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. oraz 113 pracowników wskazanych do odbycia szkoleń w Grupie Żywiec S.A., które rozpoczęły się w roku 2017.

Dokładamy starań, aby wszyscy nasi dostawcy przestrzegali najwyższych standardów z zakresu uczciwości i zasad postępowania w biznesie, troski o środowisko naturalne oraz poszanowania praw człowieka. Pewność, że postępują zgodnie z wyznawanymi przez nas wartościami, zapewnia nam czterostopniowa procedura weryfikacji określona w *Kodeksie Dostawców (ang. Suppliers Code) Grupy HEINEKEN*, 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 wpierania 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 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 propagowanie technologii przyjaznych dla środowiska.

Dział Zakupów dokonuje regularnego monitoringu zgodności dostawców z zapisami *Kodeksu Dostawców* zgodnie z czterostopniową procedurą weryfikacji dostawców w cyklu kwartalnym.

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 trzech grup ryzyka: niskiego, średniego lub wysokiego.
3. Rozpoczęcie współpracy z dostawcami z grupy ryzyka niskiego i średniego. Dostawców z grupy wysokiego ryzyka wypełniają ankietę dotyczącą społecznej odpowiedzialności biznesu w systemie *Ecovadis* i podlegają dalszej obserwacji i nadzorowi. W zależności od liczby uzyskanych punktów dostawcy poddają się audytowi. Dzięki platformie wiemy, które z obszarów działalności naszych partnerów wymagają poprawy i jaki plan naprawczy powinni wdrożyć.
4. Zakończenie współpracy z dostawcą, który nie chce wdrożyć planu naprawczego i poddać się audytowi.

W 2017 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 nieprzestrzeżenie zapisów *Kodeksu Dostawców*.

SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ
GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.

na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

6. Zarządzanie obszarem pracowniczym oraz poszanowaniem praw człowieka

Zatrudnienie w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. na koniec 2017 roku wynosiło 1952 osoby, natomiast zatrudnienie w Grupie Żywiec S.A. na koniec 2017 roku wynosiło 1019 osób.

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 dotycząca praw pracownika i praw człowieka*, która wśród podstawowych zasad wymienia m.in.:

- zapewnienie pracownikom bezpiecznego i higienicznego środowiska i warunków pracy, podejmując odpowiednie działania na rzecz ciągłej poprawy poziom bezpieczeństwa i higieny pracy w zakładach.
- zapewnienie regularnych szkoleń z istotnych dla działalności firmy oraz dla funkcji sprawowanej przez pracownika, a także rozwoju osobistego, którego celem jest przygotowanie do wykonywania zadań służbowych. Spółka zachęca swoich pracowników do odbywania szkoleń oraz promuje polityki mające na celu rozwój umiejętności istotnych dla prowadzonej działalności, zgodnie z uzdolnieniami swoich pracowników.
- uznanie prawa wewnętrznych lub zewnętrznych przedstawicieli pracowników do występowania w charakterze partnerów w negocjacjach i konsultacjach, zgodnie z przepisami prawa.

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 opowiada 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. w tym także w przypadku Grupy Żywiec S.A. oraz zidentyfikowano w 2017 roku 168 pracowników narażonych na przekroczenie dziennej ekspozycji na poziom hałasu, spośród których 100% zostało objętych działaniami profilaktycznymi.

Na podstawie analizy częstotliwości zdarzeń związanych z wypadkami, Dział Personalny dąży do poprawy poziomu bezpieczeństwa wdrażając Zasady Ratujące Życie, stanowiące program działania zabezpieczającego przed wypadkami w pracy. Zasady określają pożądane oraz niepożądane zachowania dotyczące 12 kluczowych obszarów bezpieczeństwa. Pełne wdrożenie zasad stanowi jeden z celów *Strategii Zrównoważonego Rozwoju Warzimy Lepszy Świat* do roku 2020.

Zasady bezpieczeństwa promowane są również w ramach odbywającego się w co roku *Tygodnia Bezpieczeństwa* (ang. SHE Week). Udziałem w Tygodniu Bezpieczeństwa objęci są wszyscy pracownicy Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. W 2017 roku w Tygodniu Bezpieczeństwa uczestniczyło 1426 pracowników Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., w tym 645 pracowników Grupy Żywiec S.A.

Pomimo naszych wysiłków, aby środowisko pracy było wolne od wypadków, w 2017 roku doszło do 13 wypadków w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A., w tym 3 wypadków w Grupie Żywiec S.A. z czego 13 wypadków w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. zaklasyfikowano jako wypadki lekkie, w tym 3 wypadki w Grupie Żywiec S.A. zaklasyfikowano jako wypadki lekkie. Nie doszło w tym czasie do wypadków śmiertelnych oraz ciężkich.

Jednym z kluczowych ryzyk związanych z obszarem pracowniczym jest ryzyko braku skutecznego pozyskiwania oraz utrzymywania utalentowanych i wykwalifikowanych pracowników. Aby zarządzić powyższym ryzykiem 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.

**SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ
GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017**

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.

na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. w ramach programu CARE z uwzględnieniem oceny całościowej wyników za poprzedni rok, oceny potencjału rozwojowego oraz oceny wyników pracy w perspektywie ostatnich 3 lat. Ocena pracownicza pozwala na określenie osobistych planów rozwoju pracowników, zaplanowanie ścieżek sukcesji oraz identyfikację talentów. W 2017 roku 100% pracowników Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., w tym 100% pracowników Grupy Żywiec S.A. podlegało sformalizowanemu procesowi oceny i przeglądowni rozwoju kariery. Łączny czas szkoleń dla pracowników Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. wyniósł w 2017 roku 29 282 godzin, w tym w przypadku pracowników Grupy Żywiec S.A. czas ten wyniósł 10 424 godziny. Łącznie w programie rozwoju talentów *TalentsLab* w 2017 roku udział brało 38 pracowników Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., w tym 14 pracowników Grupy Żywiec S.A.

Dział Personalny odpowiedzialny jest także 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 2017 roku w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. obowiązywał układ zbiorowy pracy, którym objętych było 1870 pracowników, w tym w przypadku Grupy Żywiec S.A. objętych były 984 osoby (stan na dzień 31.12.2017 r.).

Zarząd Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. deklaruje także zobowiązanie do przestrzegania praw człowieka, co znajduje odzwierciedlenie w politykach przyjętych przez Grupę Żywiec S.A. oraz Grupę Kapitałową Żywiec S.A., na które składają się *Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA* oraz *Polityka dotycząca praw pracownika i praw człowieka*. Zgodnie z zapisami polityk standardy dotyczące praw człowieka obejmują:

- Zakaz dyskryminacji. Szanujemy różnorodność kulturową oraz indywidualną i sprzyjamy integracji. Pracownicy zatrudniani są na zasadzie równych szans, bez względu na rasę, kolor skóry, płeć, religię lub pochodzenie.
- Praca przymusowa. Nie podejmujemy ani nie wspieramy pracy przymusowej lub obowiązkowej.
- Praca dzieci. Nie wykorzystujemy ani nie popieramy pracy dzieci, nie zezwalamy na pracę dzieci w swoich zakładach.
- Nękanie. Nie przyzwalamy na jakąkolwiek formę nękania.
- Zakaz współudziału w łamaniu praw człowieka. Działamy tak, aby nie przyczyniać się świadomie do łamania praw człowieka przez innych.

Liczba pracowników Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. – w podziale na wymiar czasu zatrudnienia (stan na dzień 31.12.2017r.):

Osoby zatrudnione na pełen etat	Osoby zatrudnione na niepełny etat
1827	125

Liczba pracowników Grupy Żywiec S.A. – w podziale na wymiar czasu zatrudnienia (stan na dzień 31.12.2017r.):

Osoby zatrudnione na pełen etat	Osoby zatrudnione na niepełny etat
940	79

Liczba pracowników Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. w podziale ze względu na płeć (stan na dzień 31.12.2017r.):

	Mężczyźni	Kobiety
2016	1480	511
2017	1446	506

Liczba pracowników Grupy Żywiec S.A. w podziale ze względu na płeć (stan na dzień 31.12.2017r.):

	Mężczyźni	Kobiety
2016	785	220
2017	807	212

Zarządzanie przestrzeganiem prawa człowieka w stosunku do dostawców Grupy Żywiec S.A. i Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. znajduje odzwierciedlenie w *Kodeksie Dostawców* oraz procedurze weryfikacji prowadzonej przez Dział Zakupów, które zostały opisany w rozdziale *Zarządzanie etyką i przeciwdziałanie korupcji* niniejszego *Sprawozdania*.

SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ
GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.

na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

Procedura zgłoszeń naruszeń dotyczących praw pracowników i praw człowieka w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. następuje zgodnie z zasadami *Polityki Mówienia Otwarście (Speak Up)*, która została opisana w rozdziale *Zarządzanie etyką i przeciwdziałanie korupcji* niniejszego *Sprawozdania*. W 2017 w tym obszarze nie dokonano zgłoszenia nieprawidłowości zgodnie z procedurą zgłoszeń *Polityki Mów Otwarście* dla Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. oraz Grupy Żywiec S.A.

7. Zarządzanie obszarem społecznym

Podstawowe zasady związane z zaangażowaniem społecznym określa *Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA*, który wraz z innymi dokumentami stanowi politykę w zakresie zarządzania obszarem społecznym w Grupie Żywiec S.A. oraz w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. Zgodnie z jego zapisami jesteśmy głęboko zakorzenieni w lokalnych społecznościach, w otoczeniu których prowadzimy działalność. Oznacza to, że traktujemy ludzi i miejsca wokół nas z zachowaniem jak największej troski, zachowujemy wrażliwość wobec tradycji społecznych i kulturowych, a także przekazujemy dotacje na cele charytatywne w sposób przejrzysty i profesjonalny.

Szczegółowe zasady w zakresie dotacji na cele charytatywne zawiera *Polityka dotycząca wpłat na cele polityczne i dotacji na cele charytatywne* obowiązująca Grupę Żywiec S.A. oraz Grupę Kapitałową Żywiec S.A. *Polityka* określa zasady, których należy przestrzegać realizując darowizny na cele charytatywne, do których należy m.in. przekazywanie dotacji otwarcie i bezpośrednio beneficjentom, kierowanie się zasadą przejrzystości, a także zachowanie ostrożności w przypadku, gdy prośba o dotację lub bycie sponsorem ma związek z transakcją biznesową. W 2017 roku w przypadku spółek Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. w tym Grupy Żywiec S.A. nie dokonano wpłat na cele polityczne. Procedury zgłoszeń naruszeń polityki dotyczącej dotacji na cele charytatywne w Grupie Żywiec S.A. oraz Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. następuje zgodnie z zasadami *Polityki Mówienia Otwarście (Speak Up)* w Grupie Żywiec S.A. która została opisana w rozdziale *Zarządzanie etyką i przeciwdziałanie korupcji* niniejszego *Sprawozdania*. W 2017 w tym obszarze nie dokonano zgłoszenia nieprawidłowości zgodnie z procedurą zgłoszeń *Polityki Mów Otwarście* dla Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. oraz Grupy Żywiec S.A.

Rozwój społeczności lokalnych stanowi jeden z kluczowych obszarów zaangażowania zgodnie ze *Strategią zrównoważonego rozwoju Warzemy Lepszy Świat*, stanowiąca politykę w zakresie zrównoważonego rozwoju Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. Realizacja *Strategii* stanowi jeden z obszarów kompetencyjnych Działu Spraw Korporacyjnych, który w sposób cykliczny dokonuje analizy istotnych aspektów rozwojowych wskazanych przez społeczności lokalne w ramach Dialogu Społecznego prowadzonego co roku w Elblągu, Leżajsku, Warce oraz Żywcu z udziałem lokalnych interesariuszy. W 2017 roku w spotkaniach Dialogu Społecznego udział wzięło 106 osób.

Efektom Dialogu Społecznego przeprowadzonego w 2017 roku są obszary tematyczne wypracowane z interesariuszami podczas warsztatów, które stanowią obszary zaangażowania dla organizacji biorących udział w organizowanym przez Grupę Żywiec S.A. konkursie grantowym Fundusz Społeczny Grupy Żywiec, dzięki czemu pozwalamy lepiej oraz w transparentny sposób odpowiedzieć na realne potrzeby mieszkańców we wskazanych przez nich obszarach. Poniżej znajdują się obszary tematyczne w podziale na lokalizację:

Elbląg:

- Tworzenie atrakcyjnych miejsc do pracy, edukacji i spędzania wolnego czasu.
- Dzielenie się doświadczeniem i wiedzą.
- Tworzenie poczucia przynależności młodych mieszkańców Elbląga i tworzenie miasta atrakcyjnego dla młodych i przyjaznego dla starszych osób.

Leżajsk:

- Aktywizowanie społeczności lokalnej.
- Wspieranie lokalnych liderów.
- Rozwijanie marki miasta Leżajsk i regionu.

Warka:

- Rozwijanie przestrzeni przyjaznej mieszkańcom.
- Włączanie tradycji lokalnych w rozwój turystyki.

Żywiec:

- Rozwijanie turystyki w oparciu o dziedzictwo piwowarskie i historię miasta.

SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.

na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

- Stwarzanie perspektyw rozwoju młodych ludzi.
- Dbanie o środowisko naturalne.

Procedurę realizacji Funduszu Społecznego Grupy Żywiec stanowi *Regulamin Funduszu Społecznego Grupy Żywiec*, który zawiera podstawowe informacje na temat uprawnionych do aplikowania o dotacje, zasady przyznawania dotacji oraz ich realizacji i rozliczenia. Projekty składają lokalne stowarzyszenia, fundacje, instytucje kultury i sportu oraz inne podmioty mające osobowość prawną. Projekty muszą wpisywać się w jeden z celów wypracowanych przez społeczność lokalną w trakcie Dialogu Społecznego. Projekty oceniane są przez Radę Funduszu Społecznego Grupy Żywiec złożoną z przedstawicieli Grupy Żywiec S.A., którzy podejmują decyzję o dofinansowaniu projektów. W 2017 roku wsparliśmy łącznie 20 projektów w łącznej kwocie dofinansowania 180 tys. złotych. Organizacje, które otrzymały dofinansowanie zrealizują swoje projekty najpóźniej do końca maja 2018 r. Informacje na temat konkursu grantowego ogłaszane są na stronie fundusz.grupazywiec.pl.

Wsparcie społeczności lokalnej realizowane jest także poprzez program PoMOCNA Grupa stanowiącego program wolontariatu Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. realizowane przez Dział Spraw. Korporacyjnych w cyklu rocznym. Procedurę realizacji programu określa *Regulamin uczestnictwa w konkursie grantowym programu wolontariatu pracowniczego Grupy Żywiec*, który precyzuje warunki przystąpienia do konkursu przez wszystkich pracowników Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. po utworzeniu zespołów składających się z przynajmniej 5 osób będących pracownikami Grupy Kapitałowej Żywiec S.A., a także cel i czas trwania konkursu, sposób oceny, finansowania i rozliczania projektów. Zespoły biorą udział w konkursie, którego celem jest wspieranie pracowników w realizowaniu inicjatyw skierowanych do organizacji społecznych oraz instytucji (takich jak: fundacje, stowarzyszenia, organizacje pożytku publicznego, podmioty ekonomii społecznej, instytucje publiczne, np. hospicja, szpitale, ośrodki pomocy społecznej). W 2017 roku zrealizowano 14 projektów w ramach programu PoMOCNA Grupa, w których udział wzięło 97 pracowników Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. w tym 38 pracowników Grupy Żywiec S.A.

8. Zarządzanie obszarem odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu

Podstawowe zasady związane z promocją odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu określa *Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA*, który wraz z innymi dokumentami stanowi politykę w zakresie zarządzania odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu w Grupie Żywiec S.A. oraz w Grupie Kapitałowej Żywiec S.A. Zgodnie z jego zapisami 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, a także jesteśmy dumniymi ambasadorami naszej działalności oraz podchodzimy z pasją do naszych marek piwa i czerpania radości ze spożywania piwa z umiarem.

Szczegółowe zasady w tym obszarze dla Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. wyznacza *Polityka alkoholowa*, która precyzuje, że wspieramy działania edukacyjne mające na celu wzrost świadomości zagrożeń i skutków nieodpowiedzialnego lub nadmiernego spożywania alkoholu, a także dbamy o to, aby treści i przekazy marketingowe nie prowokowały u odbiorców zachowań niepożądanych lub społecznie nagannych, a nasza działalność jest legalna, uczciwa i etyczna, przestrzega ogólnie obowiązujących zasad uczciwej konkurencji i dobrej praktyki handlowej, jest przygotowana zgodnie z zasadami odpowiedzialności społecznej i nie narusza uczciwości i godności człowieka. Dokument ten uzupełnia *Kodeksu Odpowiedzialnego Marketingu Grupy HEINEKEN*, który zawiera 8 zasad dotyczących wszystkich sytuacji, w których promujemy nasze piwo.

8 zasad *Kodeksu Odpowiedzialnego Marketingu Grupy HEINEKEN*:

1. Nie kierujemy przekazu marketingowego i informacyjnego do osób nieletnich.
2. Aktywnie ograniczamy dostęp do naszego przekazu na temat marek osobom nieletnim (np. poprzez tzw. bramki wiekowe).
3. Działamy zawsze w sposób legalny, etyczny i wiarygodny.
4. Propagujemy odpowiedzialną i bezpieczną konsumpcję alkoholu, w tym prowadzenie pojazdów wyłącznie przez trzeźwych kierowców.
5. Nie łączymy naszych marek z zachowaniem antyspołecznym i nadmierną konsumpcją alkoholu.
6. Nigdy nie twierdzimy, że konsumowanie naszych produktów zapewnia społeczną i seksualną atrakcyjność lub zwiększa wydajność.
7. Jesteśmy zaangażowani w to, aby nasze marki były częścią zdrowego stylu życia.
8. Jesteśmy postępowi w zakresie kontekstu kulturowego i zachodzących w nim zmian.

SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ
GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.

na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

Realizacja procedur określonych w *Kodeksie* stanowi obszar kompetencyjny zespoły 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*.

Grupa Żywiec S.A. oraz Grupa Kapitałowa Żywiec S.A. przestrzega 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 *Kodeksy Etyki Reklamy*. Zgodnie z zapisami *Kodeksu* reklama piwa, 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 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 szczególnie sposób wpływają na małoletnich.
- Przedstawiać kobiet w ciąży lub kobiet karmiących.

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 zgłosić może 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 www.radareklamy.pl. W 2017 roku złożono 2 skargi na reklamę naszych produktów, z czego 1 skarga została oddalona, a 1 skarga została rozpatrzona pozytywnie. Dodatkowo w 2017 r. Rada Etyki Reklamy oddaliła 1 skargę złożoną jeszcze w 2016 roku ale rozpatrzoną już w 2017 r.

Politykę obowiązującą Grupę Żywiec S.A. oraz Grupę Kapitałową Żywiec S.A. w zakresie promocji odpowiedzialnej konsumpcji stanowi *Strategia zrównoważonego rozwoju Warzemy Lepszy Świat*, zgodnie z którą do roku 2020 nadamy odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu wartości aspiracyjne przez markę Heineken, a także będziemy działać w partnerstwie na rzecz przeciwdziałania nieodpowiedzialnemu spożywaniu alkoholu.

Działem odpowiedzialnym za realizację strategii w tym obszarze jest Dział Marketingu, który realizuje działania marketingowe związane z promocją odpowiedzialnej konsumpcji poprzez markę Heineken. W 2017 roku 10% wydatków mediowych marki Heineken przeznaczonych było na emisję spotu reklamowego „Kiedy jedziesz, nigdy nie pij”.

Częścią zakresu kompetencji Działu Spraw Korporacyjnych jest egzekucja strategii *Warzemy Lepszy Świat* w obszarze promocji odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu. Flagowym działaniem edukacyjnym Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. jest kampania społeczna Trzymaj Pion, której celem jest tworzenie mody na umiarkowaną konsumpcję alkoholu wśród osób dorosłych, a także wspieranie rodziców w zapobieganiu przedwczesnej inicjacji alkoholowej nastolatków oraz wychowywaniu swoich dzieci do odpowiedzialnych postaw związanych z alkoholem w życiu dorosłym. W ramach kampanii wraz z gronem ekspertów, specjalistów z zakresu psychologii, socjologii, terapeutów rodzinnych, terapeutów uzależnień, pedagogów oraz wychowawców na co dzień pracujących z młodzieżą, opracowaliśmy przewodnik, którego celem jest pomoc rodzicom w dobrym przygotowaniu się do rozmowy z dzieckiem na temat alkoholu. Część działań edukacyjnych skierowaliśmy także do pokolenia młodych osób dorosłych, we współpracy z blogerami oraz twórcami internetowymi przygotowaliśmy serię filmów oraz materiałów edukacyjnych, które w nowoczesny sposób przekonują, że odpowiedzialni imprezowicze dostają od życia więcej. W 2017 roku działanie to realizowane było przez Grupę Żywiec S.A. oraz Grupę Kapitałową Żywiec S.A. w partnerstwie ze Stowarzyszeniem na Rzecz Rozwoju i Pomocy Q Zmianom.

Grupa Żywiec S.A.
na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

9. Zarządzanie obszarem środowisko naturalne

Podstawowe zasady związane z ochroną środowiska naturalnego wyznacza określa *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 zużycia przez nas surowców, wody, energii i innych zasobów w rezultacie prowadzonych przez nas procesów, a także do zmniejszenia ilości generowanych odpadów.

Szczegółowe cele globalne w tym zakresie wyznacza nam *Strategia zrównoważonego rozwoju Warzymy Lepszy Świat*, stanowiąca uzupełnienie zapisów Kodeksu dla Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. Zgodnie ze Strategią do roku 2020 ograniczymy zużycie wody w produkcji piwa do 3,5 hl wody na 1 hl piwa, ograniczymy emisję CO₂ w produkcji piwa o 40% w stosunku do roku 2008, w dystrybucji o 20% w stosunku do roku 2010/2011, a także o 50% poprzez lodówki oraz chłodziarki.

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 Green Gauge. Z uwagi na proces zbierania, analizy oraz weryfikacji danych nie jest możliwe przedstawienie rezultatów szczegółowych wskaźników przedstawiających stan realizacji celów *Strategii zrównoważonego rozwoju Warzymy Lepszy Świat* do roku 2020 za rok 2017 dla Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A.

Istotny wpływ na środowisko wywiera działalność Grupy Żywiec S.A. związana z produkcją piwa. Zarządzanie obszarem środowiskowym w browarach Grupy Żywiec S.A. odbywa się poprzez wdrożone, certyfikowane i utrzymywane systemy zarządzania środowiskowego zgodne z wymaganiami normy ISO 14001:2004 oraz systemy zarządzania energią zgodne z wymaganiami normy ISO 50001:2011 funkcjonujące w ramach Zintegrowanych Systemów Zarządzania zgodnych z wymaganiami międzynarodowych norm. W ramach utrzymania ciągłości certyfikacji powyższe systemy zarządzania podlegają audytom prowadzonym przez niezależną jednostkę certyfikującą. W 2017 roku browary Grupy Żywiec S.A. uzyskały certyfikację na zgodność z normą ISO 50001:2011. W tym samym roku dokonano audytu certyfikującego w Browarze w Warce oraz Browarze w Elblągu pod względem zgodności z wymaganiami normy ISO 14001:2004, a także audytu nadzoru dla tej normy w Browarze w Leżajsku oraz Arcyksiążęcym Browarze w Żywcu. Przeprowadzone audyty nie wykazały niezgodności z wymaganiami systemów zarządzania środowiskowego oraz systemów zarządzania energią obowiązujących w browarach Grupy Żywiec S.A.

W 2017 roku w związku z naruszeniem regulacji związanych z ochroną środowiska na Grupę Kapitałową Żywiec S.A. w tym na Grupę Żywiec S.A. nałożono 1 karę pieniężną w wysokości 500 złotych.

10. Informacje dodatkowe

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.

Główne systemy służące do gromadzenia, analizy i walidacji danych:

- Dane dotyczące bezpieczeństwa raportowane są w cyklu kwartalnym za pomocą bazy ARISO (Accident Reporting & Investigation Software System)
- Dane dotyczące środowiska naturalnego raportowane są w cyklu miesięcznym za pomocą bazy BCS (Business Comparison System)
- Dane dotyczące realizacji Strategii zrównoważonego rozwoju Warzymy Lepszy Świat raportowane są w cyklu kwartalnym za pomocą bazy Green Gauge
- Pozostałe systemy gromadzenia danych obejmują bazę CLM (Contract Lifecycle System) oraz platformę EcoVadis, a także Ethics Point Management dla danych związanych z realizacją Polityki Mówienia Otwarcie (Speak Up)
- Pozostałe dane są przedmiotem procesu raportowania danych związanego z przygotowaniem Raportu Wpływu Społecznego Grupy Żywiec, a także raportowania danych w ramach Rocznej Ankiety Zrównoważonego Rozwoju.

**SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ
GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017**

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.
na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

Specyfikacja sprawozdania:

Opis wskaźnika	Rozdział	Grupa Żywiec S.A.	Grupa Kapitałowa Żywiec S.A.
Opis modelu biznesowego jednostki	2. Obszar działalności i struktura Grupy Żywiec S.A. oraz Grupy Kapitałowej Żywiec S.A. 3. Model biznesowy i strategia Grupy Żywiec S.A. i Grupy Kapitałowej Żywiec S.A	Dotyczy	Dotyczy
Opis kluczowych niefinansowych wskaźników efektywności	3. Model biznesowy i strategia Grupy Żywiec S.A. i Grupy Kapitałowej Żywiec S.A	Dotyczy	Dotyczy
Opis istotnych niefinansowych czynników ryzyka:	4. Zarządzanie ryzykiem 5. Zarządzanie etyką i przeciwdziałanie korupcji 6. Zarządzanie obszarem pracowniczym oraz poszanowaniem praw człowieka 7. Zarządzanie obszarem społecznym 8. Zarządzanie obszarem odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu 9. Zarządzanie obszarem środowisko naturalne	Dotyczy	Dotyczy
Obszar etyki i przeciwdziałania korupcji			
Opis stosowanych polityk wraz z opisem rezultatów stosowania polityk	5. Zarządzanie etyką i przeciwdziałanie korupcji	<ul style="list-style-type: none"> • Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA • Polityka dotycząca konfliktu interesów • Polityka dotycząca uczciwej konkurencji • Polityka dotycząca oszustwa • Polityka dotycząca korupcji i uzyskiwania niewłaściwych korzyści • Polityka dotycząca upominków • Polityka dotycząca gościnności i rozrywek • Polityka dotycząca wpłat na cele polityczne i dotacji • Polityka Mówienia Otwarście (Speak Up) • Polityka dotycząca środków dyscyplinarnych • Kodeks Dostawców 	<ul style="list-style-type: none"> • Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA • Polityka dotycząca konfliktu interesów • Polityka dotycząca uczciwej konkurencji • Polityka dotycząca oszustwa • Polityka dotycząca korupcji i uzyskiwania niewłaściwych korzyści • Polityka dotycząca upominków • Polityka dotycząca gościnności i rozrywek • Polityka dotycząca wpłat na cele polityczne i dotacji • Polityka Mówienia Otwarście (Speak Up) • Polityka dotycząca środków dyscyplinarnych • Kodeks Dostawców
Opis procedur należytej staranności stosowanych w ramach polityk	5. Zarządzanie etyką i przeciwdziałanie korupcji	Dotyczy	Dotyczy

**SPRAWOZDANIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH GRUPY ŻYWIEC S.A. ORAZ
GRUPY KAPITAŁOWEJ ŻYWIEC S.A. ZA ROK 2017**

w tys. zł o ile nie podano inaczej

Grupa Żywiec S.A.
na dzień i za rok obrotowy zakończony 31.12.2017

Obszar pracowniczy i poszanowania praw człowieka			
Opis stosowanych polityk wraz z opisem rezultatów stosowania polityk	6. Zarządzanie obszarem pracowniczym oraz poszanowaniem praw człowieka	<ul style="list-style-type: none"> • Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA • Polityka dotycząca praw pracownika i praw człowieka • Kodeks Dostawców • Polityka Mówienia Otwarcie (Speak Up) 	<ul style="list-style-type: none"> • Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA • Polityka dotycząca praw pracownika i praw człowieka • Kodeks Dostawców • Polityka Mówienia Otwarcie (Speak Up)
Opis procedur należytej staranności stosowanych w ramach polityk	6. Zarządzanie obszarem pracowniczym oraz poszanowaniem praw człowieka	Dotyczy	Dotyczy

Obszar społeczny			
Opis stosowanych polityk wraz z opisem rezultatów stosowania polityk	7. Zarządzanie obszarem społecznym	<ul style="list-style-type: none"> • Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA • Polityka dotycząca wpłat na cele polityczne i dotacji na cele charytatywne • Polityka Mówienia Otwarcie (Speak Up) • Strategia zrównoważonego rozwoju Warzemy Lepszy Świat 	<ul style="list-style-type: none"> • Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA • Polityka dotycząca wpłat na cele polityczne i dotacji na cele charytatywne • Polityka Mówienia Otwarcie (Speak Up) • Strategia zrównoważonego rozwoju Warzemy Lepszy Świat
Opis procedur należytej staranności stosowanych w ramach polityk	7. Zarządzanie obszarem społecznym	Dotyczy	Dotyczy

Obszar odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu			
Opis stosowanych polityk wraz z opisem rezultatów stosowania polityk	8. Zarządzanie obszarem odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu	<ul style="list-style-type: none"> • Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA • Kodeks Odpowiedzialnego Marketingu Grupy HEINEKEN • Polityka alkoholowa • Standardy Reklamy Piwa • Strategia zrównoważonego rozwoju Warzemy Lepszy Świat 	<ul style="list-style-type: none"> • Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA • Kodeks Odpowiedzialnego Marketingu Grupy HEINEKEN • Polityka alkoholowa • Standardy Reklamy Piwa • Strategia zrównoważonego rozwoju Warzemy Lepszy Świat
Opis procedur należytej staranności stosowanych w ramach polityk	8. Zarządzanie obszarem odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu	Dotyczy	Dotyczy

Obszar środowiska naturalnego			
Opis stosowanych polityk wraz z opisem rezultatów stosowania polityk	9. Zarządzanie obszarem środowisko naturalne	<ul style="list-style-type: none"> • Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA • Strategia zrównoważonego rozwoju Warzemy Lepszy Świat 	<ul style="list-style-type: none"> • Kodeks Postępowania w Biznesie HEINEKENA • Strategia zrównoważonego rozwoju Warzemy Lepszy Świat
Opis procedur należytej staranności stosowanych w ramach polityk	9. Zarządzanie obszarem środowisko naturalne	Dotyczy	Dotyczy