NASZE ZOBOWIĄZANIA 2030

MARZEC 2023

BUDUJEMY PRZYSZŁOŚĆ, Z KTÓREJ MOŻEMY BYĆ DUMNI

W firmie Asahi skupiamy się nie tylko na teraźniejszości, lecz także na przyszłości. Ustawiamy poprzeczkę naprawdę wysoko. Dotyczy to zarówno smaku naszych napojów, jak i naszej działalności biznesowej.

Wierzymy, że nasze zobowiązania to dużo więcej, niż tylko przyjemność w trakcie spożywania naszych piw. To także ludzie, którzy pracują dla nas i z nami. To konsumenci, dla których warzymy nasze piwo. To rolnicy, od których kupujemy surowce, a nawet sama planeta. Przyszłość, z której będziemy dumni możemy tworzyć tylko wtedy, gdy będziemy tak samo dbać o każdy z aspektów naszej działalności.

NASZE ZOBOWIĄZANIA 2030

DARY NATURY SĄ NIEZBĘDNE DO WARZENIA PIWA O DOSKONAŁYM SMAKU, WIĘC STARAMY SIĘ PROWADZIĆ NASZĄ DZIAŁALNOŚĆ W ZGODZIE Z NATURĄ. NIE TYLKO DLA NAS SAMYCH, ALE I DLA PRZYSZŁYCH POKOLEŃ.

NASZE ZOBOWIĄZANIA 2030

Żyjemy w czasach, które będą miały decydujące znaczenie dla naszej przyszłości. To moment na podjęcie odpowiednich działań, a one nie dokonają się same. Jako lider branży piwowarskiej na większości rynków, na których działamy, uważamy, że to my musimy inicjować zmiany i dawać dobry przykład innym.

Zrównoważony rozwój stał się głównym elementem naszej strategii, co oznacza między innymi, że planujemy przyspieszyć nasze działania w tym zakresie, realizując różnorodne inicjatywy. Wierzymy, że każda z nich, bez względu na skalę i zakres, będzie miała znaczenie. W swoich działaniach chcemy skupiać się na obszarach, w których możemy dokonać największych zmian na lepsze poprzez wykorzystanie naszej skali.

Stojące przed nami wyzwanie wykracza daleko poza naszą organizację. Robimy wszystko co w naszej mocy, ale rozumiemy, że jeszcze lepsze wyniki osiąga się przez współpracę. Chcemy oprzeć ją na tym, czego piwo dokonuje już od wieków – na zbliżaniu do siebie ludzi.

Skupiamy się na obecnej dekadzie, więc wyznaczylismy sobie ambitne cele, które chcemy zrealizować do 2030 roku. Dążymy do osiągnięcia neutralności węglowej, w naszych browarach, natomiast w porozumieniu z naszymi partnerami zamierzamy obniżyć nasz ślad węglowy o 30% w całym łańcuchu dostaw. Rezultatem naszych wspólnych działań będzie ograniczenie śladu węglowego AEI w całym łańcuchu dostaw o 30%. Planujemy także nie tylko utrzymać, ale poprawić najlepszy w branży piwowarskiej wynik w zakresie zużycia wody, korzystać z opakowań wyłącznie w obiegu zamkniętym (opakowania wielokrotnego użytku lub w całości podlegające recyklingowi) oraz używać surowców pozyskiwanych zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju.

Skupiamy się również na otwartości i różnorodności naszych zespołów. Chcemy, aby do 2030 r. połowę najwyższych stanowisk w kadrze zarządzającej zajmowały w naszej firmie kobiety.

Przez cały czas chcemy też poszerzać możliwości wyboru, jakie dajemy konsumentom naszych produktów. Dlatego kolejnym celem jest 20% udział produktów bezalkoholowych w naszym portfolio.

PLANETA

LUDZIE

PLANETA

SKŁADNIKI NASZYCH PIW - WODA, CHMIEL, JĘCZMIEŃ CZY INNE UPRAWY - POCHODZĄ Z NATURY. WŁAŚNIE DLATEGO DBAMY O NASZĄ PLANETĘ

Naszą ambicją jest, aby do 2030 roku wszystkie browary AEI osiągnęły neutralność węglową, całość używanych przez nas opakowań nadawała się do recyklingu, a surowce używane do warzenia piwa pochodziły ze zrównoważonych źródeł. Chcemy też utrzymać najlepszy w branży wynik w zakresie zużycia wody, a jednocześnie wzmacniać partnerskie relacje w całym łańcuch dostaw oraz ze społecznościami, z którymi działamy.

Ponieważ dobro planety leży nam na sercu i mamy świadomość naszego wpływu na jej stan.

PLANETA

ZIELONA ENERGIA W NASZYCH BROWARACH DO 2030 ROKU

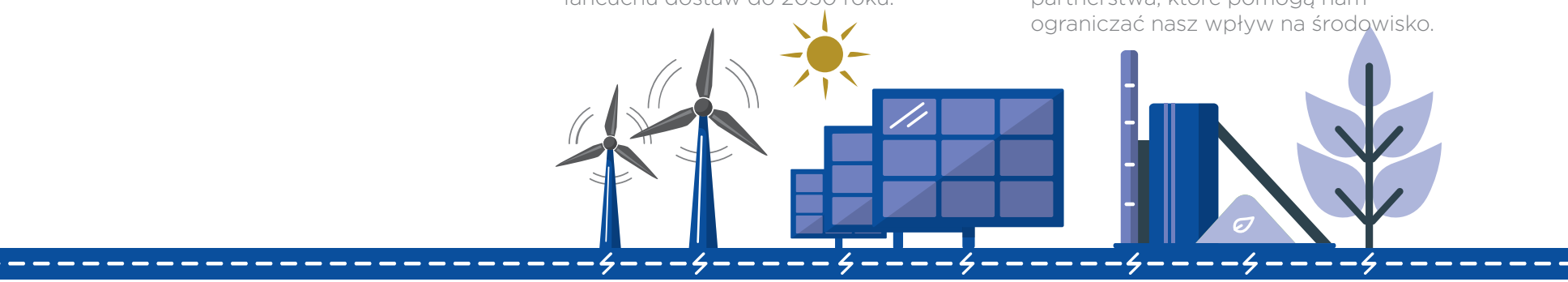
ZIELONA ENERGIA ELEKTRYCZNA W NASZYCH BROWARACH DO 2025 ROKU

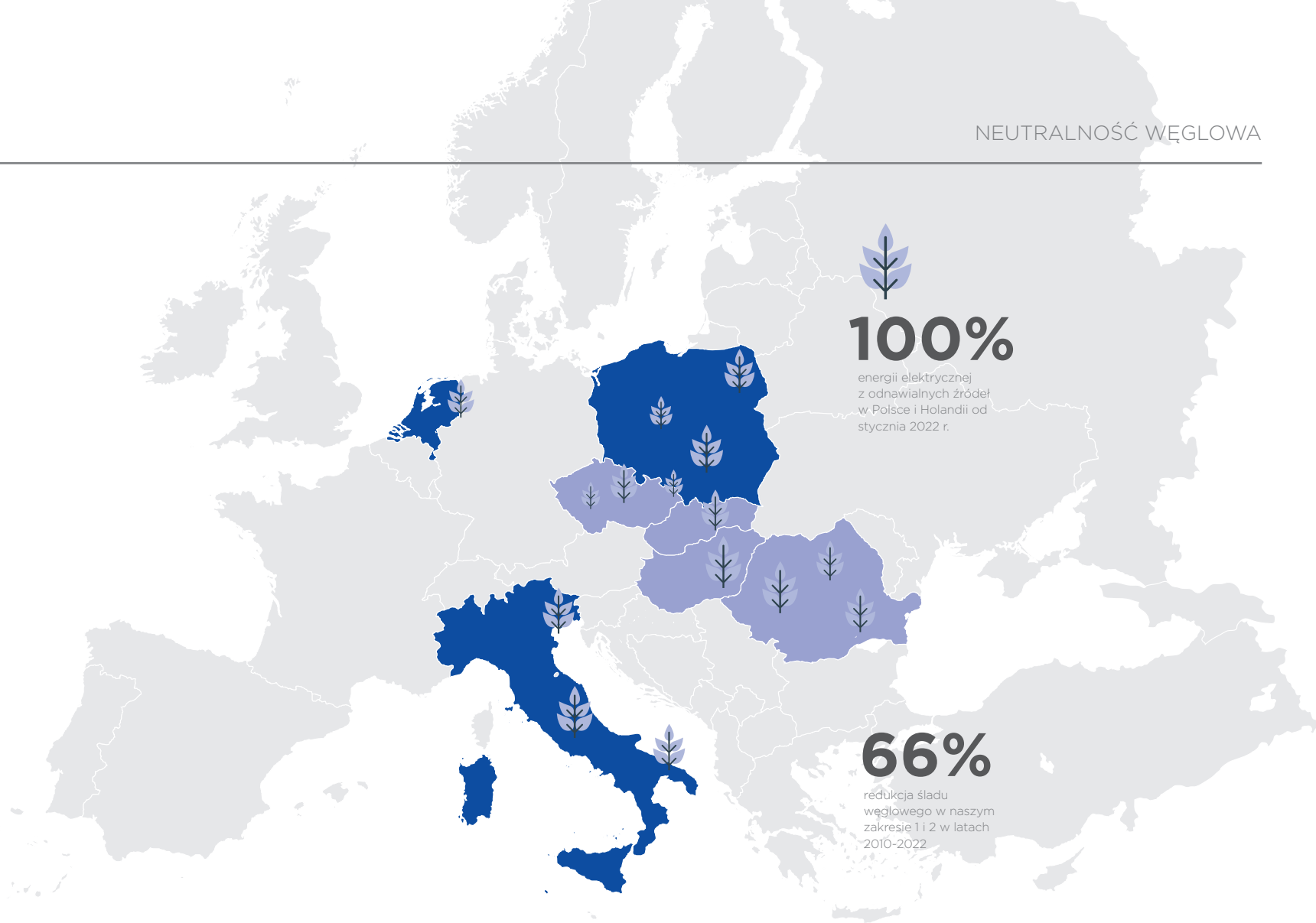
Bezdyskusyjne zmiany klimatyczne, z którymi mamy do czynienia wpływają na życie każdego człowieka. Z uwagi na fakt, że jego główną przyczyną jest wysoka emisja dwutlenku węgla do atmosfery, czujemy się zobowiązani do ograniczenia jej w naszych browarach i osiągnięcia neutralności węglowej. To nasze najważniejsze zobowiązanie, którego realizacji podejmujemy się z myślą o przyszłych pokoleniach.

Planujemy osiągnąć neutralność węglową w naszych browarach do 2030 roku, a ponadto zmotywować naszych dostawców i partnerów do ograniczenia emisji dwutlenku węgla w całym łańcuchu dostaw o 30%. Naszym ostatecznym celem jest neutralność węglowa w całym łańcuchu dostaw do 2050 roku.

Aby zrealizować te założenia będziemy coraz powszechniej korzystać z zielonej energii. Do 2025 roku energia elektryczna zużywana przez nasze browary pochodzić będzie w całości ze źródeł odnawialnych.

Wpływ naszych produktów na środowisko nie jest związany wyłącznie z ich wytwarzaniem w browarach. Aby zrozumieć skalę tego zjawiska, dokonujemy pomiarów dwutlenku węgla i śledzimy cykl życia produktów. W oparciu o te działania rozpoczniemy aktywną współpracę z naszymi dostawcami i klientami w celu szybszego ograniczenia emisji, szczególnie w obszarze opakowań, transportu oraz chłodzenia piw dostępnych w sprzedaży. Będziemy także budować nowe partnerstwa, które pomogą nam ograniczać nasz wpływ na środowisko.





100%

energii elektrycznej z odnawialnych źródeł w Polsce i Holandii od stycznia 2022 r.

66%

redukcja śladu węglowego w naszym zakresie 1 i 2 w latach 2010-2022

PLANETA

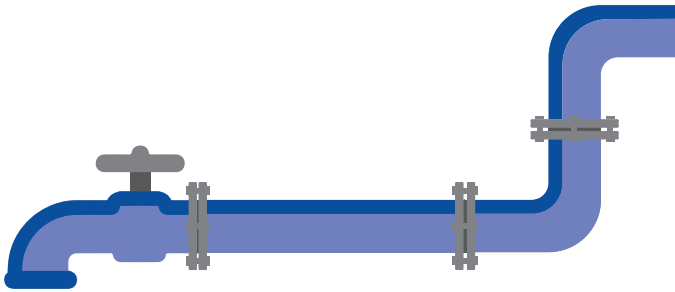
ZOBOWIĄZUJEMY SIĘ DO ZUŻYWANIA PONIŻEJ 3 LITRÓW WODY NA LITR UWARZONEGO PIWA W KAŻDYM Z NASZYCH BROWARÓW

2,75 LITRA WODY NA LITR UWARZONEGO PIWA DO 2030 ROKU

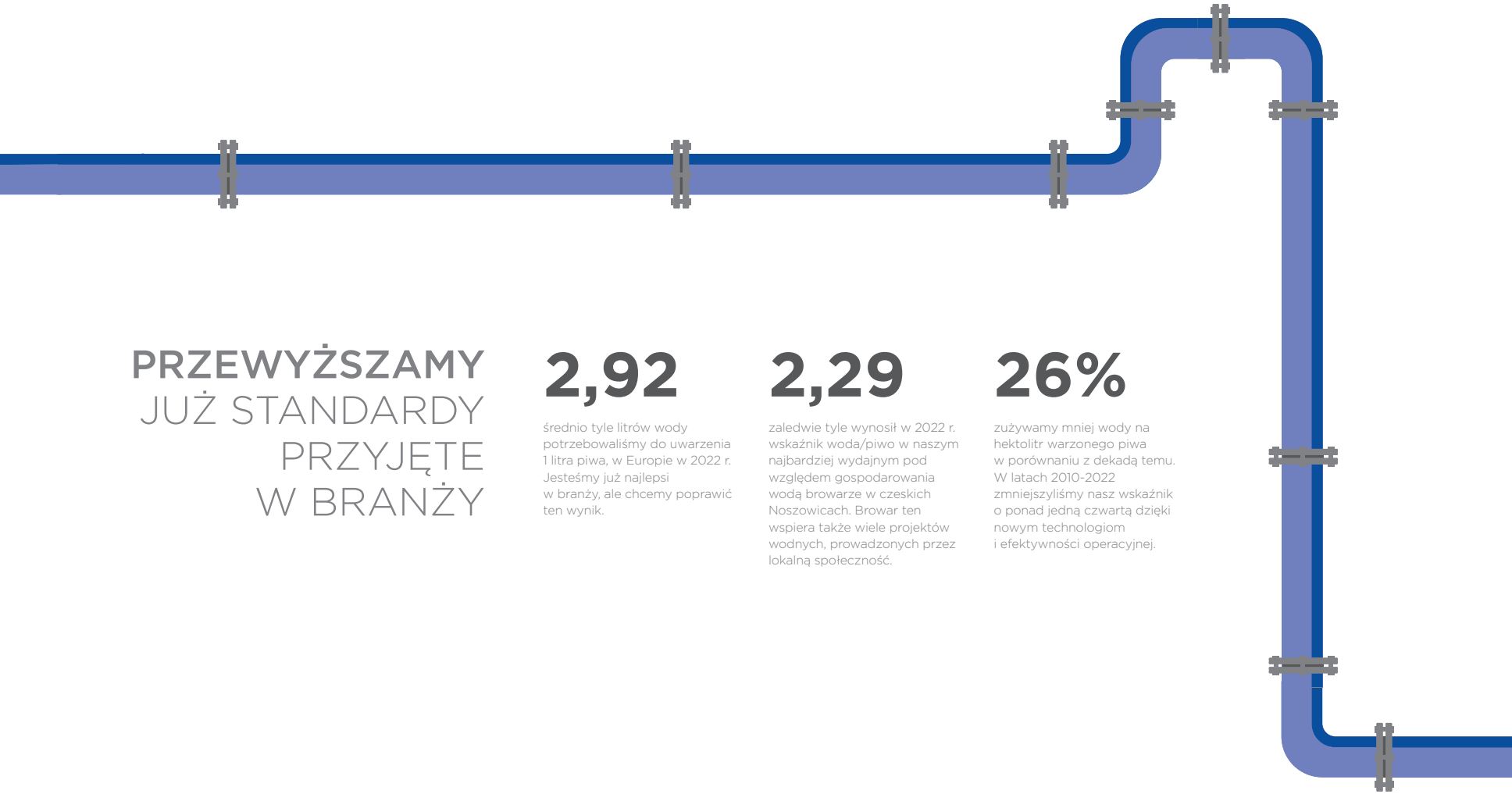
Woda to jeden z najważniejszych składników niezbędnych do uwarzenia piwa. Z uwagi na zmiany klimatyczne, niedobór wody staje się problemem także w regionach, w których nigdy dotąd o tym nie słyszano. Naszym celem jest zabezpieczenie zasobów dobrej jakości wody zarówno dla naszych browarów, jak i społeczności, w których działamy.

Sporo już dokonaliśmy w tym zakresie. Na przestrzeni ostatnich dziesięciu lat zredukowaliśmy zużycie wody do najniższego poziomu w branży, zarówno w Europie, jak i na świecie. A to jeszcze nie koniec.

Do 2030 roku **planujemy uzyskać w Europie średnie zużycie wody na poziomie 2,75 litrów na litr uwarzonego piwa.** Jednocześnie zobowiązujemy się **wykorzystywać do uwarzenia litra piwa mniej niż 3 litry wody w każdym z naszych europejskich browarów.**



Skoncentrujemy się na wydajności operacyjnej oraz zainwestujemy w nowe technologie, które ograniczą zużycie wody do minimum, przy jednoczesnym zachowaniu najwyższej jakości naszych produktów i standardów higieny. Będziemy nadal angażować się w działania chroniące zasoby wodne, realizowane w społecznościach w których działamy oraz w ramach łańcucha dostaw naszej Grupy.



PRZEWYŻSZAMY JUŻ STANDARDY PRZYJĘTE W BRANŻY

2,92

średnio tyle litrów wody potrzebowaliśmy do uwarzenia 1 litra piwa, w Europie w 2022 r. Jesteśmy już najlepsi w branży, ale chcemy poprawić ten wynik.

2,29

zaledwie tyle wynosił w 2022 r. wskaźnik woda/piwo w naszym najbardziej wydajnym pod względem gospodarowania wodą browarze w czeskich Noszowicach. Browar ten wspiera także wiele projektów wodnych, prowadzonych przez lokalną społeczność.

26%

zużywamy mniej wody na hektolitr warzonego piwa w porównaniu z dekadą temu. W latach 2010-2022 zmniejszyliśmy nasz wskaźnik o ponad jedną czwartą dzięki nowym technologiom i efektywności operacyjnej.

PLANETA
WARZYMY PIWA PREMIUM
WYŁĄCZNIE Z NAJWYŻSZEJ
JAKOŚCI SKŁADNIKÓW

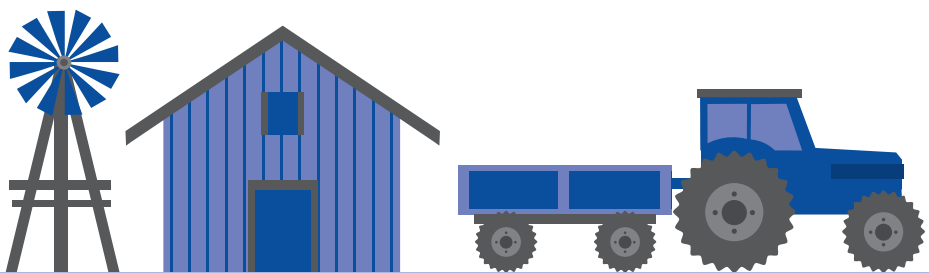
100% SUROWCÓW POZYSKIWANYCH W SPOSÓB ZRÓWNOWAŻONY

Nasze piwa premium warzymy wyłącznie z najwyższej jakości składników. Obecnie zmiany klimatyczne dotykają przede wszystkim rolników, a zrównoważony rozwój w całym łańcuchu dostaw nabiera coraz większego znaczenia.

W celu zagwarantowania długoterminowych dostaw wysokiej jakości surowców, w Europie dążymy do pozyskiwania ich w sposób zrównoważony. Ściśle współpracujemy z plantatorami oraz innymi dostawcami, zachęcając ich do wdrażania i rozwijania zrównoważonych praktyk rolniczych.

W procesie tym wykorzystujemy najlepsze doświadczenia, a także angażujemy lokalnych rolników, wspólnoty i środowiska akademickie. Z tego powodu w 2020 roku opracowaliśmy „Zasady zrównoważonych dostaw", które wykraczają poza zakres naszej polityki odpowiedzialnych zakupów, uwzględniając kluczowe wyzwania, z jakimi mierzy się sektor rolniczy w zakresie dostarczania zrównoważonych surowców.

Priorytety ustalamy wspólnie z naszymi dostawcami. Chcemy zadbać o to, aby bezpieczeństwo, jakość i długoterminowość relacji, w połączeniu z szacunkiem dla środowiska naturalnego, stanowiły wartości, na których bazuje nasza partnerska współpraca.



Zachęcamy i wspieramy naszych dostawców, aby zrównoważony rozwój stał się podstawą ich działalności, począwszy od ochrony środowiska i bioróżnorodności, ograniczania zużycia wody i zmniejszania śladu węglowego, po skuteczne promowanie inteligentnego rolnictwa.

100+

PLANTATORÓW JĘCZMIENIA, OD KTÓRYCH BEZPOŚREDNIO POZYSKUJEMY SUROWCE W CZECHACH I SŁOWACJI.

1,500

ROLNIKÓW, Z KTÓRYMI WSPÓŁPRACUJEMY WE WŁOSZECH.

100%

JĘCZMIENIA ZUŻYWANEGO W BROWARACH W CZECHACH, NA SŁOWACJI I WE WŁOSZECH POZYSKUJEMY LOKALNIE, W WIĘKSZOŚCI BEZPOŚREDNIO OD ROLNIKÓW.

PLANETA

PRAWIE POŁOWA WARZONEGO PRZEZ NAS PIWA JEST JUŻ SPRZEDAWANA W OPAKOWANIACH WIELOKROTNEGO UŻYTKU

100% OPAKOWAŃ DO WIELOKROTNEGO WYKORZYSTANIA LUB NADAJĄCYCH SIĘ DO RECYKLINGU

Opakowania są niezbędne do zabezpieczenia najwyższej jakości piwa, które dostarczamy naszym konsumentom. Chcemy budować przyszłość, w której sprzedajemy nasze produkty w opakowaniach całkowicie spełniających zasady obiegu zamkniętego. Jesteśmy dumni z drogi, jaką już przeszliśmy. W 2022 roku 40% naszego piwa sprzedawane było w opakowaniach wielokrotnego użytku, czyli w butelkach zwrotnych oraz beczkach, tzw. KEG.

Do 2030 roku będziemy wykorzystywać wyłącznie opakowania do napojów oraz opakowania zbiorcze, które można ponownie zastosować lub zrecyklować oraz będą produkowane w zdecydowanym stopniu z materiałów pochodzących z recyklingu.

Szukamy nowych rozwiązań, które pomogą nam ograniczyć ilość wykorzystywanych opakowań. Będziemy dalej skupiać się na zwiększaniu udziału opakowań wielokrotnego użytku. Ostatnia, choć nie mniej ważna kwestia, to wdrożenie rozwiązań, dzięki którym nasze opakowania będą nadawały się w 100% do recyklingu. Osiągniemy to wykorzystując odpowiednie materiały, zwiększając wykorzystanie materiałów z recyklingu oraz wspierając badania z zakresu innowacyjnych rozwiązań technologicznych.

Aktywna współpraca z wszystkimi partnerami, w tym producentami opakowań, detalistami i systemami zbierania odpadów i recyklingu, jest konieczna dla osiągnięcia lepszej wydajności w zakresie zbiórki i recyklingu odpadów. W tym celu prowadzimy też działania edukacyjne wśród naszych konsumentów.

40%

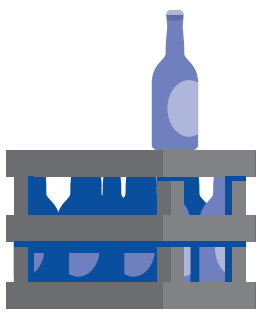
WARZONEGO PRZEZ NAS PIWA W 2022 SPRZEDAWANE JEST W OPAKOWANIACH WIELOKROTNEGO UŻYTKU.

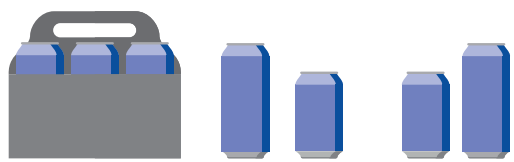
100%

BEZ PLASTIKU - POSIADAMY OPATENTOWANE, TEKTUROWE UCHWYTY DO WIELOPAKÓW PUSZEK TOPCLIP, KTÓRE WPROWADZILIŚMY NA RYNEK W HOLANDII.

100%

FOLII TERMOKURCZLIWYCH UŻYWANYCH W CZECHACH, SŁOWACJI I HOLANDII WYKONANO Z MATERIAŁU POCHODZĄCEGO WYŁĄCZNIE Z RECYKLINGU.





LUDZIE

NASZA KULTURA ORGANIZACYJNA BĘDZIE OTWARTA, INTEGRUJĄCA I AKCEPTUJĄCA RÓŻNICE

Przywiązujemy wielką wagę do zdrowia i dobrego samopoczucia naszych pracowników oraz osób czerpiących przyjemność z naszych produktów. Bez nich nie odnosilibyśmy naszych sukcesów.

Wierzymy, że różnice są siłą napędową innowacji i zwiększają kreatywność. Budujemy kulturę organizacyjną, w której jest miejsce dla wszystkich.

Aby zapewnić konsumentom większy wybór, będziemy dalej wprowadzać innowacje w segmencie napojów bezalkoholowych, mając na celu osiągnięcie 20% udziału tego rodzaju produktów w naszym portfolio do 2030 roku.

POŁOWA KOBIET WŚRÓD OSÓB NA WYŻSZYCH STANOWISKACH ZARZĄDZAJĄCYCH (N+) DO 2030 ROKU

Wierzymy, że różnice sprzyjają innowacjom i zwiększają kreatywność. Do roku 2030 chcemy osiągnąć równowagę w liczbie kobiet i mężczyzn na wyższych stanowiskach zarządzających.

Aby zrealizować ten cel, będziemy rozwijać praktyki i polityki dotyczące elastycznego czasu pracy, pokazując przykłady osób na stanowiskach kierowniczych z naszej organizacji, które z powodzeniem godzą swoje kariery z udanym życiem rodzinnym. Będziemy także aktywnie wspierać kobiety w ich rozwoju zawodowym.

Dodatkowo, tworzymy możliwości awansów wewnętrznych oraz dbamy o rozwój naszych pracowników wyróżniających się wysokim potencjałem. Chcemy kreować w firmie wielokulturowe zespoły zarządzające.

Zachęcamy naszych liderów do budowania różnorodnych, integrujących i skutecznych zespołów. Chcemy też, aby priorytetowo traktowali kwestie zdrowia i dobrego samopoczucia pracowników. Naszym celem jest zapewnienie im atrakcyjnego, bezpiecznego, nowoczesnego, przyjaznego i rozwijającego miejsca pracy, w którym zachowane są najwyższe standardy bezpieczeństwa i higieny pracy

TWORZENIE INKLUZYWNEJ KULTURY

DOSKONALENIE RÓŻNORODNOŚCI

AKTYWNE WSPIERANIE KOBIET

20% UDZIAŁ PRODUKTÓW BEZALKOHOLOWYCH W NASZYM PORTFOLIO DO 2030 ROKU

Chcemy, aby nasze produkty służyły uprzyjemnianiu życia konsumentów. To jedna z podstawowych zasad naszej działalności oraz powód dla którego staramy się inspirować naszych konsumentów do lepszych wyborów. W ten sposób zapewnimy konsumentom jeszcze lepsze dopasowanie naszego portfolio do ich zwyczajów i oczekiwań.

Planujemy osiągnąć 20% udział napojów bezalkoholowych* w naszym portfolio do 2030 roku. Dodatkowo będziemy kontynuować intensywne działania propagujące odpowiedzialne podejście do promowania i spożywania naszych produktów, wykorzystując do tego nasze dotychczasowe osiągnięcia w tym obszarze.

6%

UDZIAŁ PRODUKTÓW BEZALKOHOLOWYCH W NASZYM PORTFOLIO W 2022 ROKU

* Zgodnie z definicjami Asahi Europe i International

WIĘKSZY WYBÓR DLA KONSUMENTÓW

Naszym priorytetem jest dostarczanie konsumentom wiarygodnych informacji, umożliwiających podejmowanie odpowiedzialnych wyborów. Jesteśmy dumni z tego, że oprócz wartości kalorycznej i listy składników, wszystkie opakowania naszych piw i komunikacja marketingowa marek zawierają oznaczenia przestrzegające przed spożywaniem alkoholu przez osoby nieletnie, kierowców i kobiety w ciąży. Zobowiązaliśmy się przed International Alliance for Responsible Drinking, jako członek IARD, do zintensyfikowania działań zapobiegających spożywaniu alkoholu przez nieletnich.

Przeszliśmy już długą drogę, ale to oczywiste, że w pojedynkę nie zmienimy norm kulturowych i społecznych, które akceptują nieodpowiedzialną konsumpcję alkoholu. Wszystkie zaangażowane strony muszą podjąć intensywne działania, w związku z czym będziemy dalej motywować interesariuszy do mierzenia się z tymi problemami oraz pracować lokalnie z naszymi partnerami.

To my stworzyliśmy stronę internetową www.aboutalcohol.com (w Polsce www.abcalkoholu.pl). Od 2019 roku udostępniamy listę składników oraz wartości odżywcze wszystkich naszych marek na opakowaniach lub na tej stronie.

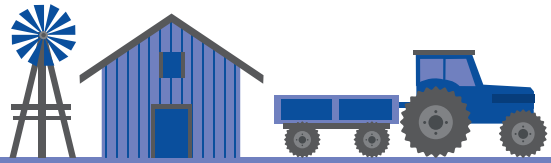
ALKOHOL. TYLKO DLA PEŁNOLETNICH

NIGDY NIE JEŻDŻĘ PO ALKOHOLU

W CIĄŻY NIE PIJĘ ALKOHOLU

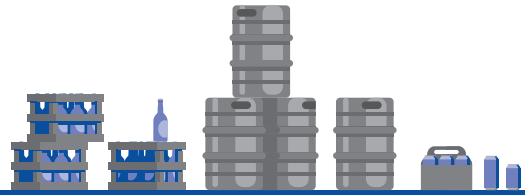
ZRÓWNOWAŻONE ZAKUPY

100% SKŁADNIKÓW POZYSKIWANYCH
W SPOSÓB ZRÓWNOWAŻONY
DO 2030 ROKU



OPAKOWANIA W OBIEGU ZAMKNIĘTYM

100% OPAKOWAŃ WIELOKROTNEGO UŻYTKU
LUB RECYKLOWALNYCH DO 2030 ROKU



INTEGRACJA I ZDROWIE

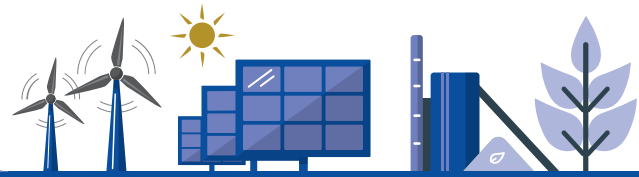
POŁOWA KOBIET WŚRÓD OSÓB NA WYŻSZYCH
STANOWISKACH ZARZĄDZAJĄCYCH (N+)
DO 2030 ROKU

WODA

2,75 LITRA WODY
NA LITR PIWA
DO 2030 ROKU

NEUTRALNOŚĆ WĘGLOWA

NASZE BROWARY
NEUTREALNE



ODPOWIEDZIALNE WYBORY

20% UDZIAŁU PRODUKTÓW
BEZALKOHOLOWYCH
W PORTFOLIO DO 2030 ROKU