

Nasze fundamenty zrównoważonego rozwoju:  
**Raport zrównoważonego  
rozwoju SBFE 2021/22**

**SUNTORY**  
BEVERAGE & FOOD EUROPE



# Contents







# Wstęp

- 4 Powitanie przez naszego dyrektora generalnego
- 5 Rozwój dla dobra
- 6 Suntory Beverage & Food Europe w skrócie
- 7 Kluczowe dane
- 8 Przegląd strategii zrównoważonego rozwoju
- 9 Zarządzanie zrównoważonym rozwojem



# Powitanie przez naszego CEO

Korzenie Suntory Beverage & Food Europe (SBFE), zarówno w Japonii jak i w Europie, sięgają daleko wstecz. Firmy i marki należące do naszego dziedzictwa zostały założone w duchu postępu, dobrobytu i oddania społeczeństwu. Dziś te przekonania są centralnym elementem naszej misji “tworzenia harmonii z ludźmi i naturą” oraz naszego podejścia do budowania zrównoważonej przyszłości.

Oczekiwania wobec firm w zakresie wprowadzania pozytywnych zmian nigdy nie były wyższe, i to dobrze. Nasi konsumenci, klienci, interesariusze społeczni i przede wszystkim nasi pracownicy wymagają od nas odpowiedzialności. Budujemy firmę pełną ludzi zmotywowanych do tworzenia zmian i napędzających nas do innowacyjności, współpracy i przejrzystości w stawianiu czoła wyzwaniom społecznym i środowiskowym. Dlatego pojawia się ten raport.

Przedsiębiorstwa, podobnie jak my wszyscy, stają przed bezpośrednim wyzwaniem zrównoważenia presji rosnącej inflacji i zwiększonych kosztów z potrzebą podejmowania długoterminowych decyzji, które określą ich przyszłość. Wyzwania te będą sprawdzianem zaangażowania wielu osób w realizację programów zrównoważonego rozwoju oraz ich wiary w moc biznesu opartego na celu, który może zapewnić długoterminowy sukces.

Mamy szczęście, że firma Suntory od początku była budowana w oparciu o ideę myślenia długoterminowego. Wizja, która napędza naszą dzisiejszą strategię biznesową to “Growing for Good”. Wierzymy, że istnieje pozytywne sprzężenie zwrotne pomiędzy naszym sukcesem jako firmy a dobrem, które możemy uczynić poprzez nasze działania środowiskowe i społeczne. Dobre wyniki biznesowe i dobre wyniki w zakresie zrównoważonego rozwoju są całkowicie kompatybilne, a w rzeczywistości mogą być ze sobą ściśle powiązane.

Odkąd rozpoczęliśmy naszą podróż w kierunku zrównoważonego rozwoju, podjęliśmy wiele trudnych decyzji opartych na naszym przekonaniu, że stopniowe zmiany zapewnią długoterminowy sukces. Decyzja, z której jestem najbardziej dumny, była również jedną z najtrudniejszych: podjęcie decyzji o znacznym ograniczeniu zawartości cukru w naszych brytyjskich napojach, na długo przed wejściem w życie przepisów. Decyzja ta trafiła do wiadomości publicznej. Wielu konsumentów było zdenerwowanych

i na pewien czas nasza sprzedaż ucierpiała, ale w perspektywie średnioterminowej udało nam się odrobić straty. Po upływie kilku miesięcy jest jasne, że postąpiliśmy słusznie. Zrobiliśmy to, co było najlepsze dla zdrowia naszych konsumentów, rozumiejąc, że możemy dokonać prawdziwej zmiany w zakresie cukru i kalorii w diecie ludzi i pomóc w rozwiązaniu kryzysu otyłości w społeczeństwie. Była to również pozytywna decyzja dla naszej firmy: ustanowiliśmy punkt odniesienia dla zmian w naszej branży, potroiliśmy sprzedaż napojów bez cukru i o niskiej zawartości cukru w ciągu ostatnich pięciu lat.

Staramy się podejmować tego rodzaju przyszłościowe decyzje każdego dnia. Tak jest w przypadku przebudowy naszych fabryk, aby nasze butelki nadawały się do recyklingu. Pracowaliśmy we Francji i Hiszpanii nad regeneracją ekosystemów wokół cennych źródeł wody. Powołaliśmy zespół kierowniczy ds. zrównoważonego rozwoju i połączyliśmy zachęty finansowe z celami zrównoważonego rozwoju w całej naszej firmie Exec. Żyjemy w zgodzie z zasadami Growing for Good.

Ten fundamentalny raport o zrównoważonym rozwoju ma na celu nakreślenie strategii, którą realizowaliśmy w celu umieszczenia zrównoważonego rozwoju w centrum naszej działalności w ciągu ostatnich pięciu lat, oraz poinformowanie naszych czytelników o postępach, jakie czynimy w realizacji naszych celów. W ciągu najbliższego roku będziemy kontynuować działania, jednocześnie opracowując szczegółowe dane dotyczące zrównoważonego rozwoju, ponieważ w nadchodzących latach większa przejrzystość stanie się normą. Jesteśmy dumni z kierunku, w którym zmierza nasza firma i oczekujemy, że będziemy rozliczani z realizacji naszych obietnic i przekonań.

**Peter Harding, CEO**





# Rozwój dla dobra

“Growing for Good” czyli Rozwój dla dobra to nasza wizja prowadzenia działalności w SBFE. Jej znaczenie jest proste: poprzez napędzanie pozytywnych zmian środowiskowych i społecznych poprzez podejmowane przez nas decyzje, będziemy rozwijać udane przedsiębiorstwo w długim okresie czasu. Wzrost ten zapoczątkowuje pozytywny cykl, dzięki któremu możemy w szybkim tempie wprowadzać kolejne zmiany i tworzyć więcej dobra.

Nasza strategia Growing for Good łączy najważniejsze społeczne i środowiskowe wpływy naszej działalności i napędza działania, które przynoszą korzyści naszym konsumentom, partnerom, pracownikom i społecznościom, w których działamy. W każdym przypadku chcemy zmaksymalizować pozytywny wpływ, jaki możemy wywierać. Oznacza to tworzenie napojów, które wnoszą radość do życia ludzi, utrzymując ich w zdrowiu i aktywności, wspieranie i rozwój naszych pracowników oraz angażowanie się w nasze społeczności poprzez inicjatywy, które zmieniają życie. Jednocześnie pracujemy nad zminimalizowaniem negatywnego wpływu naszej działalności poprzez ograniczenie emisji dwutlenku węgla i zużycia wody, zobowiązanie do stosowania zrównoważonych opakowań oraz zapewnienie etyczności i przejrzystości naszego łańcucha dostaw.

Growing for Good to nie tylko plan zrównoważonego rozwoju: to serce całej naszej strategii biznesowej. Zmusza nas do prowadzenia wydajnego i sprawnego przedsiębiorstwa, które inwestuje w swoich ludzi i skupia się na zrównoważonym rozwoju, aby osiągnąć sukces. Jest to model biznesowy, który będzie napędzał SBFE w nadchodzących latach. Będziemy nadal zwiększać nasze ambicje, wyznaczać cele, które będą napędzać pozytywne zmiany oraz zwiększać przejrzystość i częstotliwość, z jaką informujemy o naszych postępach. Growing for Good jest planem bardziej zrównoważonego i odnoszącego sukcesy SBFE.



W Suntory staramy się ucieleśniać ducha ‘Yatte Minhare’, który reprezentuje ambicję, by marzyć o czymś wielkim, stawiać czoła nowym wyzwaniom i nigdy się nie poddawać. Napędza nas to do bycia odważnym i często pionierskim. Nasze cele dotyczące zrównoważonego rozwoju i postępy, które już poczyniliśmy, nie są wyjątkiem. Nadal jesteśmy liderem w niektórych z największych kwestii w naszej branży i jestem dumna widząc, jak wszyscy łączą siły, aby naprawdę zrealizować ‘Growing for Good’ w całej firmie”

**Michelle Norman, Director of Sustainability and External Affairs**



# Suntory Beverage & Food Europe w skrócie

## O Suntory Beverage & Food Europe

Suntory Beverage & Food Europe (SBFE) została założona w 2014 roku i jest jednym z pięciu regionalnych oddziałów japońskiej Grupy Suntory, jednej z wiodących globalnych firm produkujących napoje. Jesteśmy dumni, że jesteśmy częścią rodzinnej firmy o inspirującym 120-letnim dziedzictwie i kierujemy się duchem założycielskim Shinjiro Torii. SBFE to 3,800 pełnych pasji ludzi pracujących w całej Europie nad kultowymi markami, takimi jak Schweppes\*, Orangina, Lucozade, Ribena, La Casera, Oasis\*, Pulco i MayTea, których celem jest produkcja doskonałych w smaku, zdrowych napojów. Wszystko co robimy wynika z naszej obietnicy Mizu To Ikiru i naszej wizji Growing for Good. Bycie w harmonii z ludźmi i naturą jest podstawą naszej działalności i każdego dnia pracujemy nad tym, aby przyszłe pokolenia odziedziczyły zdrową planetę i mogły się nią cieszyć.

\*Własność i komercjalizacja na terytorium SBFE.



### Nasza obietnica: Mizu to Ikiru

Ten potężny japoński zwrot tłumaczy się jako "Living with Water", filozofię, która przepływa przez wszystko, co robimy. Woda, cenna i potężna, kształtuje nasz świat i sprawia, że życie jest możliwe wszędzie. Woda jest sercem naszej działalności jako firmy produkującej napoje.

### Nasza Misja: Tworzyć harmonię z ludźmi i przyrodą

Nasza zasada założycielska pozostaje niezmienna od ponad 100 lat. Chcemy przyczynić się do dobrego samopoczucia i radości ludzi, wzmacniając jednocześnie więzi uznania między ludźmi i otaczającym ich światem.



### Nasza wizja: Rozwój dla dobra

Nasza wizja inspirowa nas do zrównoważonego rozwoju naszej działalności. Wierzymy, że zarówno wzrost, jak i dobro są równie ważne, ponieważ im więksi jesteśmy, tym większy może być nasz pozytywny wpływ.

### Nasze wartości: Yatte Minahare i Oddanie społeczeństwu

Nasze wartości pochodzą bezpośrednio od naszego założyciela, Shinjiro Torii. Yatte Minahare było jego wezwaniem, aby marzyć o czymś wielkim, podejmować trudne wyzwania i nigdy się nie poddawać. Jest to kultura, którą pielęgnujemy wśród naszych pracowników i potężne przypomnienie o podejmowaniu odważnych decyzji w zakresie zrównoważonego rozwoju. Shinjiro Torii założył firmę Suntory w oparciu o silną wiarę w oddanie społeczeństwu. Czynimy to poprzez produkowane przez nas napoje, ale także poprzez naszą wiarę w bycie hojnym z naszym czasem, naszymi zasobami oraz w budowanie długotrwałych, wzajemnie korzystnych relacji.





# Kluczowe dane


 **9** Zakłady produkcyjne

 **3 400**  
Pracowników

 **8** Marki ikoniczne

 Sprzedaż w  
**80+**  
krajach

 **€1.81 mld euro**  
NSV (2021)

 **2441.7 mln litrów**  
sprzedanych w 2021 r.



Suntory to coś więcej niż praca: to miejsce, w którym można się uczyć, rozwijać. To zespół pracowników wierzących w tę samą wizję i rodzina dzieląca te same wartości. Jako młoda kobieta czuję się uprawniona do bycia tym, kim naprawdę jestem, i wiem, jakie mam szczęście, że każdego dnia budzę się z uśmiechem, by iść do pracy.”

**Marina Perez, Senior Internal Communications Executive**



Moje doświadczenie zawodowe jest odzwierciedleniem zarządzania talentami w SBFE: wspieranie pracowników z chęcią sprawienia, by się rozwijali. To, co kocham w pracy w SBFE, to kultura podejmowania ryzyka bez strachu przed porażką oraz przebywanie w otoczeniu zaangażowanych i pełnych pasji ludzi.”

**Tristan Pasquet, Ingredients Procurement Category Manager**



Jestem niesamowicie dumny, że mogę pracować dla firmy, która poprzez swoją wizję Growing for Good poważnie skupia się na zrównoważonym rozwoju, hojnie wspiera wiele lokalnych spraw i oddaje się społeczności.”

**Satvinder Dhillon, Packaging Development Manager**



# Przegląd strategii zrównoważonego rozwoju

Nasza strategia zrównoważonego rozwoju składa się z czterech kluczowych filarów: nasze zasoby, nasze napoje, nasze społeczeństwo, my sami.



## Nasze napoje

Harmonia z konsumentami

- Mniej cukru
- Pozytywne wybory
- Bardziej naturalny



## Nasze społeczeństwo

Harmonia z ludźmi

- Upodmiotowienie społeczności
- Marki celowe



## Nasze zasoby

Harmonia z naturą

- Mniej i lepsze materiały
- Mniej odpadów
- Szanowanie wody
- Zmniejszyć emisje
- Zrównoważone zaopatrzenie



## My Sami

Harmonia z pracownikami

- Różnorodność, integracja i elastyczność
- Odpowiedzialność za nasz łańcuch dostaw
- Etyczny pracodawca

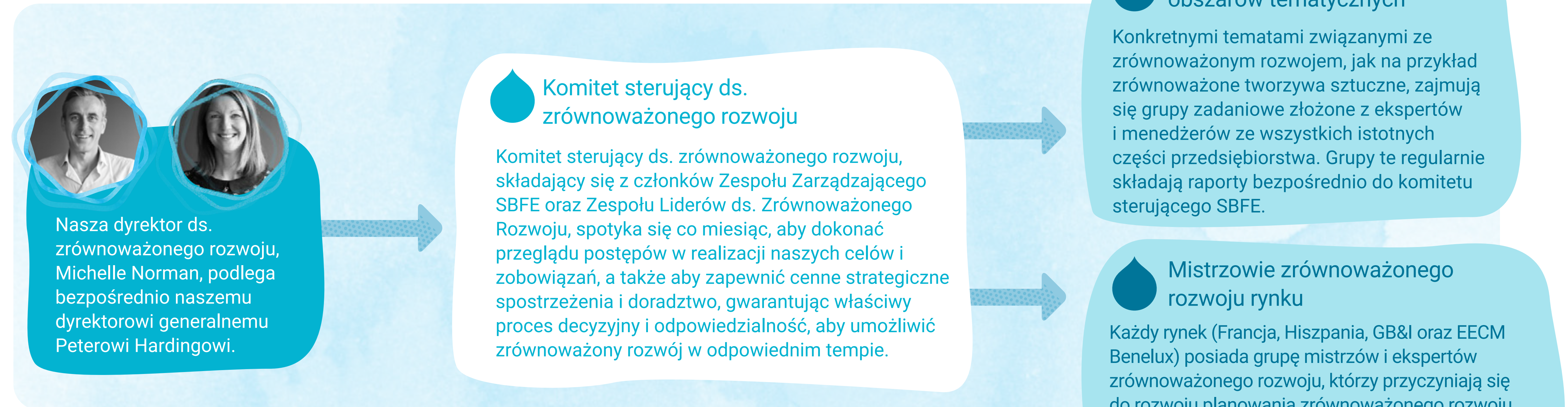
Nasze ramy zostały opracowane poprzez identyfikację kwestii związanych ze zrównoważonym rozwojem, które są istotne dla prowadzenia naszej działalności. Dokonaliśmy tego przy udziale zewnętrznych ekspertów i liderów biznesowych, ale także przy udziale kolegów z całej firmy w ramach wspólnych warsztatów, zapewniając, że nasze ramy są wszechstronne, istotne i znaczące dla całej firmy. Ten proces nie jest statyczny. Stale pracujemy nad identyfikacją nowych i rosnących problemów, włączając je do naszych ram. Takie podejście pozwoliło nam być na czele z pojawiającymi się kwestiami dotyczącymi zrównoważonego rozwoju.

Zapoczątkowana w 2018 roku nasza strategia zrównoważonego rozwoju została rozwinięta na wszystkich rynkach i funkcjach SBFE, napędzając znaczny postęp w naszych kluczowych kwestiach środowiskowych i społecznych, co jasno wynika z niniejszego raportu założycielskiego. Jednak strategia zrównoważonego rozwoju nie siedzi w silosie – została ściśle zintegrowana z naszą strategią korporacyjną jako kluczowy obszar realizacji dla biznesu.



# Zarządzanie zrównoważonym rozwojem

Dzięki włączeniu zarządzania zrównoważonym rozwojem bezpośrednio do naszych codziennych działań, odpowiedzialność za realizację naszych celów nie jest rozdzielona. Zamiast tego każdy członek zespołu SBFE pracuje wspólnie, aby dokonać zmian.



Nasza strategia jest wspierana przez szereg zewnętrznych ram, inicjatyw i akredytacji. Każdy filar i obszar zainteresowania jest dostosowany do jednego lub więcej celów zrównoważonego rozwoju ONZ, a nasze zobowiązania w pełni wspierają cele UE dotyczące zdrowszej żywności i napojów oraz gospodarki obiegowej. Jesteśmy sygnatariuszem Kodeksu Postępowania UE w zakresie odpowiedzialnych praktyk handlowych i biznesowych dotyczących żywności. Kodeks postępowania wyznacza "wspólną ścieżkę aspiracji w kierunku zrównoważonych systemów żywnościowych", a my kontynuujemy wyznaczanie i raportowanie naszych postępów w tym zakresie. Jesteśmy również aktywnym członkiem UNESDA, pomagając w kształtowaniu i podtrzymywaniu ich zobowiązań w zakresie zrównoważonego rozwoju.







# Nasze napoje

**11** Nasze napoje: Wstęp

**12** Cel: Mniej cukru



# Nasze napoje

Napoje są tym, co robimy. Dlatego budowanie zrównoważonego biznesu musi zacząć się tutaj. Chcemy tworzyć najlepsze możliwe napoje dla naszych klientów. Oczywiście oznacza to wspaniały smak i jakość, ale także upewnienie się, że wszystko, co sprzedajemy, przyczynia się do szczęśliwszego i zdrowszego życia. Poczyniliśmy już duże postępy w czynieniu naszych napojów zdrowszymi poprzez ograniczenie cukru i zwiększenie ilości naturalnych składników.

W samej Wielkiej Brytanii od 2015 roku usunęliśmy z diety ludzi 98 miliardów kalorii. To ważna praca: zdrowie, dobre samopoczucie i walka z kryzysem otyłości to kluczowe kwestie dla naszej branży. Ale nasza praca nie kończy się na tym. Nasze portfolio napojów bezalkoholowych, a także sposób, w jaki o nich mówimy, stale się rozwija, aby uczynić zdrowsze wybory łatwiejszymi i przyjemniejszymi.

## Nasze cele:

- Zmniejszenie ilości dodawanego cukru, aby osiągnąć nasz cel zmniejszenia o **35% do 2025 r.**
- Dostarczanie klientom wszystkich **informacji o wartościach odżywczych** naszych napojów, których potrzebują, aby podejmować świadome decyzje.
- Aktywny wkład w nowe **zobowiązania UNESDA dotyczące zdrowia i żywienia**, ze szczególnym uwzględnieniem odpowiedzialnego marketingu. Nie prowadzimy marketingu wśród dzieci poniżej 13 roku życia lub poniżej 16 roku życia w Wielkiej Brytanii.
- Zwiększenie wykorzystania przez nas naturalnych składników oraz **ograniczenie sztucznych barwników i aromatów**. W 2021 roku osiągnęliśmy 81% redukcję stosowania sztucznych barwników i 71% redukcję stosowania sztucznych aromatów.
- Utrzymanie bezpieczeństwa naszych konsumentów poprzez zapewnienie **wysokiej jakości produktów** i wdrożenie **środków zapewnienia jakości** dla wszystkich naszych procesów.



Wspaniały smak naszych kultowych napojów jest powodem, dla którego chciałem dołączyć do SBFE – to marki, które wszyscy kochają. Jednocześnie dokonywanie zdrowszych wyborów jest coraz ważniejsze dla nas wszystkich. Niesamowite jest więc to, że widzimy rezultaty innowacji i zmian składu, które wprowadziliśmy w całym naszym portfolio. Dajemy naszym klientom zdrowsze wybory, które pozostają wierne wszystkiemu, co kochamy w naszych napojach. To naprawdę dobre uczucie”.

**Vincent Meron, SBFE Chief R&D Officer**





# Cel: Mniej cukru

**W SBFE jesteśmy dumni z tego, że jesteśmy liderem w branży w zakresie redukcji cukru i nadal przesuwamy granice dla wspaniałych smakowo, zdrowszych napojów bezalkoholowych. W 2006 roku rozpoczęliśmy redukcję cukru w naszych napojach.**

W 2015 roku firmy tworzące SBFE zebrały się, aby opracować długoterminową ambicję zmniejszenia ilości dodanego cukru o 35% w całym naszym portfolio do 2025 roku. To znacznie przekracza łączne zobowiązanie branży na poziomie 10%. Dziś postrzegamy zdrowsze odżywianie jako jeden z kluczowych elementów naszej strategii zrównoważonego rozwoju.

Zmiana formuły napojów, zwłaszcza o tak kultowych smakach jak Orangina, Lucozade i Ribena, to nie lada wyzwanie. Wymagane badania i rozwój oznaczają znaczące inwestycje w długim okresie czasu, a nasi eksperci ds. smaku i żywienia nieustrudzenie pracują nad innowacjami, szukają nowych podejść i dzielą się najlepszymi praktykami na całym świecie. Nie zawsze udaje nam się osiągnąć sukces za pierwszym razem, ale przez dłuższy czas stopniowo ograniczaliśmy ilość cukru w całej naszej ofercie, a rezultaty były wyśmienite. Zdrowsze napoje, które zachowują wspaniały smak, który wszyscy uwielbiamy, oznaczają spełnienie wszystkich wymagań.

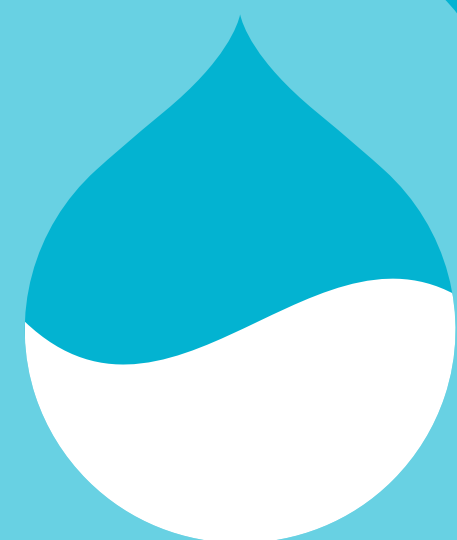


Mój zespół jest częścią globalnej sieci ekspertów, którzy dzielą się najlepszymi praktykami i doświadczeniami oraz wnoszą te spostrzeżenia do naszej działalności. Wspaniale jest widzieć wspólną pasję w poszukiwaniu nowych składników i różnych technologii, które pozwalają nam na dalsze innowacje.”

**Zafer Gezgin, główny naukowiec**

## 35%

nasz cel zmniejszenia  
ilości dodawanego  
cukru w naszych  
napojach do 2025 roku



# 2027

liczba napojów w naszym  
europejskim portfolio, których  
receptury zostały już zmienione



🔍 **Cel:** Less Sugar

**23%**

ilość cukru, którą już dobrowolnie zmniejszyliśmy w naszych napojach od 2015 roku, w całym SBFE

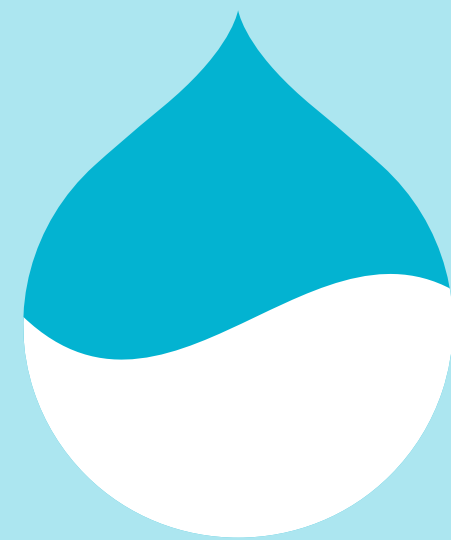
**25 000**  
liczba ton cukru, które usunęliśmy z naszej podstawowej oferty napojów w Wielkiej Brytanii i Irlandii.



We Francji nasza nowa marka May Tea, Les Eaux de Thé, zawiera 70% mniej cukru niż przeciętny napój na rynku.

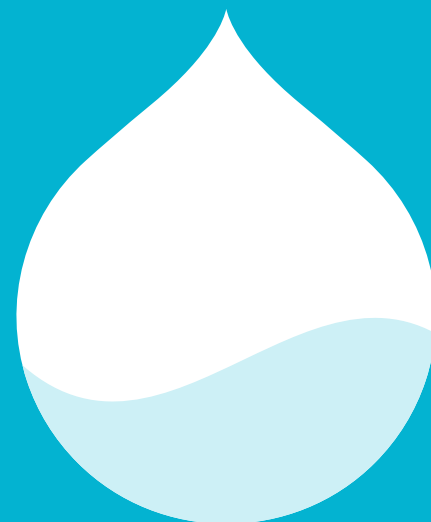
**42%**

ilość cukru, którą zmniejszyliśmy w naszych napojach w Hiszpanii od 2015 roku



**25%**

ilość cukru usunięta z polskiego portfela w 2021 roku



W Wielkiej Brytanii i Irlandii oprócz usunięcia 98 miliardów kalorii w całej naszej podstawowej gamie napojów od 2015 roku, wprowadziliśmy zerową lub niskokaloryczną alternatywę dla każdego z naszych najbardziej znanych napojów.

Nasz ruch w kierunku zdrowszych napojów również odzwierciedla i przyczynia się do szerszej zmiany preferencji konsumentów. W ciągu ostatnich pięciu lat sprzedaż naszych napojów o niskiej lub zerowej zawartości cukru (poniżej 5 gramów cukru na 100 ml) wzrosła trzykrotnie. We Francji, gdzie nasza strategia redukcji cukru nie uwzględnia bezkalorycznych substancji słodzących, udało nam się jednak zmniejszyć zawartość cukru w napoju Oasis o 24% od 2006 roku, dzięki powolnej zmianie oczekiwań dotyczących słodkości.

Nasza strategia redukcji cukru w Wielkiej Brytanii była odważna i wiodąca w branży. Podjęliśmy ryzyko znacznej redukcji przed wprowadzeniem przepisów i przetrwaliśmy burzę medialną, która po niej nastąpiła. Opłaciło się – nasz biznes w Wielkiej Brytanii kwitnie, a my wytyczyliśmy drogę, którą mogą podążać inni. Uwielbiamy fakt, że nasi klienci dokonują zdrowszych wyborów i jesteśmy bardzo zmotywowani, aby dać im więcej tego, czego pragną.





# Nasze zasoby

- 15 Nasze zasoby: Wprowadzenie
- 17 Cel: Szanowanie wody
- 19 Cel: Mniej i lepsze materiały



# Nasze zasoby

Rozumiemy wpływ, jaki nasza działalność może mieć na naszą planetę i dążymy do zminimalizowania naszego śladu środowiskowego w całym cyklu życia naszych produktów.

Na początku procesu produkcji napojów dokładnie zastanawiamy się, skąd bierzemy wodę, owoce i inne potrzebne nam składniki. Nasze produkty są pełne naturalnych aromatów owocowych i świeżej wody, dlatego ważne jest dla nas, abyśmy używali składników w odpowiedzialny sposób. Podczas produkcji zastanawiamy się, jak można ograniczyć wszelkiego rodzaju odpady. Wprowadzamy również znaczące zmiany w sposobie pakowania i dystrybucji naszych napojów, a po ich spożyciu – w miejscu, gdzie opakowania te trafiają.



## Nasze postępy w redukcji emisji dwutlenku węgla

### Zakres 1 i 2 emisji



**Cel:**  
50% redukcja do 2030 r.



**Postęp w 2021 roku:**  
22% redukcji

### Emisje z zakresu 3



**Cel:**  
30% redukcja do 2030 r.



**Postęp w 2021 roku:**  
16% redukcji

### Węgiel

#### Nasze cele:

- Zmniejszenie emisji dwutlenku węgla w celu osiągnięcia naszych celów na rok 2030 i dążenie do osiągnięcia celu **zerowej emisji netto do roku 2050**. We Francji i Hiszpanii zmniejszyliśmy emisję dwutlenku węgla na litr produktu o około 35%, częściowo dzięki naszemu ogólnoeuropejskiemu **przejściu na 100% energię odnawialną**. Część energii, którą zużywamy, pochodzi z naszej własnej, ekologicznej uprawy.
- Przeniesienie i optymalizacja naszych magazynów w celu zmniejszenia emisji z transportu oraz przejście na **transport zerowy netto do 2030 roku** w Hiszpanii, gdzie już dziś 56% naszej floty pojazdów jest ekologiczna lub zeroemisyjna, a 23% naszych owoców jest uprawianych w promieniu 100 km od zakładu produkcyjnego.

### Opakowanie

#### Nasze cele:

- Zobowiązanie do stworzenia w **100% zrównoważonych opakowań plastikowych do 2030 roku** – pierwsza globalna firma produkująca napoje, która to uczyniła – w oparciu o zielone technologie nowej generacji i ambitne cele pośrednie dla materiałów pochodzących z recyklingu.
- Jesteśmy na dobrej drodze do osiągnięcia naszego celu, jakim jest **100% recykling opakowań do 2025 roku**.

### Woda

#### Nasze cele:

- Dążenie do zmniejszenia o **20% zużycia wody** w całej naszej działalności do 2025 roku poprzez bardziej wydajne praktyki oraz **inwestowanie w projekty regeneracji ekosystemów wodnych**.



## Odpady

### Nasze cele:

- Recykling 95% odpadów z naszych fabryk, do końca 2022 roku chcemy osiągnąć nasz cel zerowej ilości odpadów na składowiskach w naszej działalności.
- Ograniczenie marnotrawstwa żywności o 50% poprzez przekierowanie nadwyżek produktów do organizacji charytatywnych typu banki żywności w celu wsparcia osób potrzebujących.

## Identyfikowalność

### Nasze cele:

- Śledzimy dokładnie skąd pochodzą nasze składniki oraz warunki środowiskowe i społeczne, w jakich zostały wyprodukowane, przetworzone i sprzedane. Wiąże się to z bezpośrednią współpracą z naszą siecią sadowników w celu wprowadzenia praktyk zrównoważonego rolnictwa i bioróżnorodności, a także z przystąpieniem do platformy odpowiedzialnego łańcucha dostaw SEDEX w celu monitorowania naszych szerszych działań.
- Współpraca z rolnikami uprawiającymi czarną porzeczkę Ribena w celu zapewnienia owocom zrównoważonej przyszłości. Obejmuje to zatrudnienie agronoma, który doradza w zakresie planów bioróżnorodności, współpracę z Instytutem Jamesa Huttona w celu opracowania nowych gatunków, które będą bardziej odporne na przyszłe skutki zmian klimatycznych oraz rozpoczęcie prac nad pomysłami dotyczącymi zrównoważonego rolnictwa i rolnictwa regeneracyjnego.



W Wielkiej Brytanii od 2018 roku współpracujemy z charytatywną siecią redystrybucji żywności Fareshare. Pozwoliło nam to zaoszczędzić ponad 560 ton naszych napojów, które w przeciwnym razie trafiłyby do śmieci, i przekierować je do potrzebujących. Codzienne zarządzanie zapasami i polityka zerowych odpadów na składowiska w naszym brytyjskim zakładzie produkcyjnym i biurach oznacza, że obok naszego partnerstwa z Fareshare mamy również silne relacje z bankami żywności w Forest of Dean, Gloucestershire i w pobliżu naszych biur w Londynie i Dublinie. W 2021 roku przekazaliśmy 703 276 napojów organizacjom charytatywnym działającym na pierwszej linii frontu.



90% czarnych porzeczek uprawianych w Wielkiej Brytanii jest wykorzystywanych do produkcji Ribeny. Od 2004 roku tworzymy dla naszych plantatorów plany bioróżnorodności dostosowane do indywidualnych siedlisk występujących w ich gospodarstwach. Dzięki temu udało się odtworzyć 200 mil pól, zbudować ponad 2000 budek lęgowych i obsiać ponad 717 akrów roślinami bogatymi w pyłek i nektar.



Zmiany w zakresie zrównoważonego rozwoju, które wprowadziliśmy w fabryce w ciągu ostatnich kilku lat, były ogromne. Nowe maszyny, nowe procesy mające na celu zmniejszenie strat wody oraz zupełnie nowe sposoby butelkowania i etykietowania naszych napojów, dzięki czemu zawierają one mniej plastiku i mogą być łatwiej poddawane recyklingowi. To wiele zmian, nad którymi trzeba pracować, ale fantastycznie jest być częścią tak pozytywnej transformacji.”

**Daniel Gray, kierownik ds. zrównoważonego rozwoju w brytyjskiej produkcji**







# Cel: Szanowanie wody

Woda jest częścią wszystkiego, co robimy jako firma. Ochrona tego cennego zasobu dla przyszłych pokoleń jest kluczową częścią naszej obietnicy Mizu to Ikiru. Aby ją spełnić, nieustannie wprowadzamy innowacje mające na celu zmniejszenie zużycia wody w naszych działaniach i inwestujemy w ekosystemy otaczające nasze źródła wody.

Naszym celem jest zmniejszenie zużycia wody w produkcji naszych napojów o 20% do 2030 roku i jesteśmy na dobrej drodze do osiągnięcia tego celu. Osiągamy to poprzez inwestowanie w nowe technologie zmniejszające zużycie wody oraz tworzenie nowych inicjatyw wewnętrznych, aby być jak najbardziej wodoszczędnym. Na przykład w 2020 roku nasz brytyjski biznes zainwestował 13 milionów funtów w nową szybką linię napełniania, która zużywa 40% mniej energii i wody do działania.

We Francji, współpracujemy od 20 lat z Grand Parc Miribel Jonage (na zdjęciu), znajdującym się w pobliżu naszego zakładu w Meyzieu, aby pomóc zachować i przywrócić cenny i bioróżnorodny las aluwialny wokół rzeki Rodan oraz zapewnić ekologiczne programy edukacyjne dla lokalnych rodzin.

## Nasze postępy w ograniczaniu zużycia wody



**Cel:**

20% redukcja zużycia wody w naszych bezpośrednich działaniach do 2030 r.



**Postęp w 2021 r.:**

12% redukcja



## 🔍 Cel: Szanowanie wody



Oprócz pracy w naszych fabrykach, szanujemy wodę poprzez projekty, które chronią środowiska wodne wokół naszych źródeł i zapewniają edukację w zakresie ochrony wody. W Hiszpanii, nasza inicjatywa Guardianes del Tajo działa w zbiorniku Guajaraz, który zaopatruje naszą fabrykę w Toledo. Projekt ma na celu poprawę jakości wody, ochronę i zwiększenie bioróżnorodności oraz rozwiązanie problemu jej niedoboru poprzez zwiększenie ilości wody dostarczanej do lokalnego miasta. Projekt angażuje również społeczeństwo w kwestie związane z ekosystemem wodnym: ponad 500 dzieci ze szkół w Toledo zostało objętych edukacją na temat wody i jej odpowiedzialnego wykorzystania w ramach programu MIZUIKU firmy Suntory. W realizację projektu Guardianes del Tajo zaangażowało się wielu ekspertów, w tym przedstawiciele ECODES, Uniwersytetu w Alcalá oraz Konfederacji Hydrograficznej Tagu.



Jestem bardzo dumna z naszych projektów wodnych w całej Europie, które mają na celu ochronę ekosystemów wodnych wokół obszarów, w których wszyscy żyjemy i pracujemy. Byłam zaangażowana w Guardianes del Tajo w Hiszpanii i był to ekscytujący projekt: nie tylko odbudowa bioróżnorodności, ale także robienie tego wspólnie z lokalnymi społecznościami, które odniosą największe korzyści. Nasza firma nie istniałaby bez wody, więc inspirujące jest to, że możemy zrobić coś, co pozwoli nam ją celebrować i pielęgnować.”

**Paula del Rio Sousa, External Communications Manager, SBF Iberia**





# Cel: Mniej i lepsze materiały



Trwałość naszych opakowań i to, co się z nimi dzieje po opróżnieniu, jest dla nas bardzo ważne. Wiemy również, że jest to coś, na czym wszystkim – naszym klientom, konsumentom i opinii publicznej – bardzo zależy. Jeśli chodzi o opakowania, przemysł napojów bezalkoholowych został zbudowany przede wszystkim wokół wygody. Teraz mamy jednak inne priorytety, a naszym zadaniem jest sprawienie, by te butelki i pojemniki były jak najbardziej zrównoważone.

Nawet małe zmiany w opakowaniach mogą zrobić ogromną różnicę. Nasza marka Ribena jest tego dowodem. Od ponad 10 lat Ribena używa plastikowych butelek pochodzących z recyklingu. Jednak w ciągu ostatnich kilku lat, dzięki zastąpieniu plastikowych słomek papierowymi, z kartonów usunięto 16 ton plastiku. Zastąpienie pełnego plastikowego opakowania butelki małą etykietą pozwoliło na usunięcie kolejnych 200 ton.



## Nasze postępy w zakresie zrównoważonych opakowań



**Nasz cel na rok 2030:**  
100% zrównoważonych opakowań z tworzyw sztucznych



**Cel:**  
100% opakowań nadających się do recyklingu do 2025 r.



**Postęp w 2021 r:**  
Średnio 77% nadających się do recyklingu



**Cel:**  
Minimum 50% plastiku z recyklingu w naszych butelkach do 2025 r.



**Postęp w 2021 r:**  
Średnio 18% tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu



## 🔍 Cel: Mniej i lepsze materiały

### Całkowite wymyślenie na nowo naszych opakowań jest jedną z największych inwestycji, jakie kiedykolwiek poczyniła nasza firma, a także jedną z najważniejszych.

We wrześniu 2019 r. ogłosiliśmy nasz cel, aby być pierwszą globalną firmą produkującą napoje, która do 2030 r. użyje w 100% zrównoważonych opakowań plastikowych. Jest to tak ważny temat, że uważamy, że warto poświęcić trochę czasu na geekowskie rzeczy. Co rozumiemy przez zrównoważone opakowania plastikowe? Mamy na myśli stosowanie materiałów pochodzenia roślinnego, tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu lub tworzyw sztucznych, które nie są wytwarzane przy użyciu paliw kopalnych, a wszystkie te materiały mają drastycznie niższy ślad węglowy. Plastik jest cenny, więc chcemy zebrać i poddać recyklingowi jak najwięcej, aby stworzyć nowe butelki. Powtórz ten proces i masz gospodarkę obiegową, do której dążymy. Jednak zobowiązanie się do używania rPET – plastiku z recyklingu – nie jest wystarczające. Obecne technologie recyklingu oznaczają, że produkt końcowy recyklingu nie jest wystarczająco czysty, aby można go było wykorzystać do produkcji zupełnie nowej butelki. Chcemy być częścią tworzenia lepszego rozwiązania. W 2019 roku zainwestowaliśmy w konsorcjum Carbios, które opracowuje pionierską technologię recyklingu "enzymatycznego", która całkowicie rozkłada plastik podczas procesu recyklingu, umożliwiając jego nieskończony recykling z powrotem do tego, z czego pochodzi – naszych butelek. To prawdziwy przełom w gospodarce cyrkulacyjnej.

W 2021 roku zaprezentowaliśmy pierwszą na świecie butelkę wykonaną w 100% z enzymatycznie recyklingowanego plastiku – najpiękniejszą butelkę Oranginy, jaką kiedykolwiek stworzyliśmy.

W tym samym czasie pokazaliśmy prototyp naszej nowej, w 100% roślinnej butelki wykonanej z wiórów drzewnych i melasy. I szybko zmiernamy w kierunku naszego celu, jakim jest uczynienie całego naszego portfolio całkowicie przetwarzalnym do 2025 roku.



Globalny problem odpadów z tworzyw sztucznych wymaga transformacyjnego myślenia, kreatywnego partnerstwa i innowacyjnych marek, które wspólnie poszukują nowych rozwiązań. Ciągłe inwestowanie w nowe sposoby walki z odpadami i tworzenie prawdziwego obiegu zamkniętego, takie jak ta przełomowa technologia firmy Carbios, będzie kluczem do osiągnięcia naszych ambicji związanych ze 100-procentowym zrównoważeniem tworzyw sztucznych"

**Alistair Sayers, Packaging Director**







# Nasze społeczeństwo

22 Nasze Towarzystwo: Wprowadzenie

23 Cel:

Wzmacnianie społeczności



# Nasze społeczeństwo

Założyciel Suntory, Shinjiro Torii, uruchomił firmę w 1899 roku w oparciu o wiarę w oddanie społeczeństwu. Jest to wiara, która trwa w SBFE do dziś, nie tylko poprzez nasze datki na cele charytatywne, ale także poprzez partnerstwa i programy, które tworzymy oraz role, jakie nasze marki odgrywają w społeczeństwie. Pozytywne zmiany wynikają z budowania silnych relacji, które wzbogacają życie i tworzą trwałe wpływy. Dlatego skupiamy się na celowej współpracy z odpowiednimi i autentycznymi partnerami.



To wspaniałe uczucie pracować w firmie, która stwarza swoim pracownikom możliwości pomagania społeczności. Uwielbiam uczestniczyć w projekcie "Lazos telefónicos" z organizacją charytatywną Adoptuj dziadka. Raz w tygodniu rozmawiam z osobą starszą, z którą współpracuję, i naprawdę cieszę się na nasze rozmowy. Ten program pomógł mi rozwinąć się jako osobie i wspaniale jest widzieć, jak odrobina mojego czasu może bardzo zmienić czyjeś życie."

**Maria Luisa López García, Portfolio and Programme Manager, SBF Iberia**

## Nasze cele:

- Prowadzenie programów społecznych o dużym wpływie na **usuwanie barier w edukacji młodych ludzi**. We Francji współpracujemy z organizacjami charytatywnymi, aby obniżyć odsetek osób porzucających naukę. W Wielkiej Brytanii nasza marka Lucozade od lat pracuje na rzecz **wzmocnienia pozycji młodych ludzi**, ostatnio poprzez partnerstwo z Apprentice Nation.
- Zachęcanie naszych pracowników do corocznego organizowania "Dnia Rozwoju na Rzecz Dobra" w celu zaangażowania się w **wolontariat na rzecz lokalnej społeczności**. W Hiszpanii nasz wolontariat koncentruje się na naszych projektach wodnych i kontaktach międzypokoleniowych, a także na wspieraniu Czerwonego Krzyża w **niesieniu pomocy w sytuacjach kryzysowych**, takich jak wybuch wulkanu w La Palma.
- Zwalczanie wykluczenia społecznego i ubóstwa na rynkach, na których działamy, np. poprzez nasze **partnerstwo z Secours Populaire Français**.
- Poprzez naszą działalność we Francji, **wspieranie organizacji charytatywnych zajmujących się ochroną środowiska** na całym świecie, które pomagają lokalnym społecznościom w ochronie środowiska i zachęcają do zrównoważonego rozwoju.
- **Wspieranie banków żywności** w Holandii, Belgii, Polsce, Ghanie i Trynidadzie, zarówno finansowo, jak i poprzez darowizny produktów
- Kontynuacja pracy, którą wykonaliśmy podczas pandemii Covid-19, aby **dostarczyć nadwyżki produktów potrzebującym**. Podczas pandemii dostarczyliśmy ponad 2 miliony napojów pracownikom opieki z pierwszej linii, a także przekazaliśmy sprzęt ochrony osobistej i zebraliśmy hojne datki od naszych pracowników.



# Cel: Wzmocnienie społeczności

## Uwolnienie potencjału w Wielkiej Brytanii

Od 2018 roku nasz brytyjski biznes, a w szczególności nasza marka Lucozade, skupia się na pomaganiu młodym ludziom w osiągnięciu ich potencjału. Wierzymy, że podczas gdy potencjał jest uniwersalny, możliwości nie. Kolejne programy SBFE w Wielkiej Brytanii postawiły sobie za cel bycie częścią zmiany tego stanu rzeczy.

W 2018 roku uruchomiliśmy B Active, trzyletni program, który wykorzystywał siłę sportu i ćwiczeń do wykuwania ścieżek kariery i pozytywnego wpływu na życie osób w wieku 16–24 lat żyjących w społecznościach o niekorzystnych warunkach. Program przyniósł ekscytujące rezultaty, pomagając ponad 10 000 młodych ludzi rozwijać swoje umiejętności, w tym prawie 2500, którzy ukończyli program uznanych kwalifikacji zawodowych.

Sukces programu, wykazany w niezależnej ocenie zaprojektowanej przez Leeds Beckett University, dał nam nowy pomysł. Natychmiast uruchomiliśmy program kontynuacyjny o nazwie “Coach the Coaches”. Program jest dedykowany młodym ludziom, którzy mieszkają w niektórych z najbardziej ubogich ekonomicznie obszarów Wielkiej Brytanii. Jego celem jest poprawa ich pewności siebie i perspektyw zatrudnienia poprzez mentoring rówieśniczy w sporcie.


W tym samym czasie Lucozade uruchomił flagowe partnerstwo – Unlock Your Potential – z Apprentice Nation, pionierską platformą wykorzystującą siłę muzyki do pomocy młodym ludziom w zdobywaniu umiejętności i zatrudnienia. Nowa współpraca ma na celu pomoc młodym ludziom z defaworyzowanych środowisk i niedostatecznie reprezentowanych społeczności w rozpoczęciu kariery, uwalniając potencjał, który wiemy, że mają. Lucozade będzie dostarczać mentorów do platformy Apprentice Nation, organizować wydarzenia i oferować możliwość zdobycia doświadczenia zawodowego w SBFE.







🔍 Cel: Wzmocnienie społeczności


W latach 2018–2021 B Active:

Pomógł  
 **3 699**  
 młodym ludziom w pracy  
 wolontariackiej w ich  
 społeczności

Pomógł w rozwoju  
 **10 703**  
 młodych dorosłych w pięciu  
 miastach Wielkiej Brytanii

 **2 312**  
 młodych ludzi uzyskało akredytację  
 w zakresie uznanych kwalifikacji  
 zawodowych

 **94%**  
 uczestników stwierdziło, że  
 B Active był pozytywnym  
 punktem zwrotnym w ich życiu

 **74%**  
 uznało, że dzięki  
 uczestnictwu w  
 projekcie mają większe  
 możliwości rozwoju  
 zawodowego



B Active pomogło mi się rozwijać oraz dało mi szansę ukończenia Sports Leaders Level 2 Award, co rozwinęło moje umiejętności i zainspirowało mnie do kontynuowania kariery w sporcie. Utrzymało mnie to również w dyscyplinie, dało mi cel i zapewniło skupienie uwagi z dala od negatywnych zachowań.”

Ellie O'Brien, B Active Manchester







# My sami

26 My sami: Wprowadzenie

27 Cel:

Różnorodność, integracja  
i elastyczność



# My sami

Tworzenie pozytywnego wpływu społecznego zaczyna się od naszej głównej działalności i od Suntorczyków, którzy tworzą nasz utalentowany zespół. Oznacza to budowanie kultury i miejsca pracy, które wspiera, włącza i rozwija naszych pracowników, tak aby każdy mógł się rozwijać. I mamy na myśli wszystkich. Jesteśmy na początku naszej podróży w kierunku różnorodności, sprawiedliwości i integracji (DE&I), ale robimy konkretne i znaczące postępy. Dobro i bezpieczeństwo naszego zespołu jest jednym z naszych najważniejszych obowiązków. Jesteśmy również odpowiedzialni za dobre samopoczucie osób pracujących w naszym łańcuchu dostaw, dostarczających składniki i materiały, dzięki którym nasza firma działa. W każdej części naszej działalności i na każdym etapie naszego łańcucha wartości staramy się prowadzić dobry, etyczny biznes.



Zachęcamy wszystkich, aby pokazywali w pracy swoje najlepsze ja, a my na każdym kroku będziemy ich wspierać. Priorytetowo traktujemy zdrowie i dobre samopoczucie wszystkich naszych pracowników, począwszy od programów fizycznego samopoczucia, aż po wsparcie zdrowia psychicznego.”

Catarina Bijlard, Chief Human Resources Director, Suntory Beverage & Food Europe

W 2020 roku wprowadziliśmy nową, cyfrową platformę edukacyjną, aby upewnić się, że Suntorczyki mogą nadal poszerzać swoje know-how. MySu to platforma internetowa i mobilna, która oferuje ponad 60 000 kursów i zasobów na tematy tak zróżnicowane, jak zrównoważony rozwój, wizualizacja danych, budowanie odporności i prowadzenie wirtualnych spotkań. Kursy integracyjne są dostępne w sześciu językach.

## Nasze cele:

- Współpraca z pracownikami poprzez naszą Grupę Zadaniową DE&I w celu **stworzenia i uruchomienia naszej strategii DE&I obejmującej całą SBFE**, kierowanej przez naszego CEO, przy czym znaczące działania są już podejmowane w całej firmie.
- **Wspieramy elastyczne formy pracy** wszędzie tam, gdzie jest to praktyczne, dając naszym pracownikom prawo do **decydowania o sposobie pracy i współpracy z innymi**. Ta nowa polityka SBFE-wide została stworzona w oparciu o to, co nasi pracownicy wskazali jako ważne w post-pandemicznym świecie.
- Wspieranie i pielęgnowanie **talentów i rozwoju kariery** naszych pracowników poprzez szkolenia wewnętrzne, w tym rozwój umiejętności specyficznych dla danej roli oraz programy awansu menedżerskiego. Wszyscy nasi pracownicy są zapisani do MySu, naszego **Uniwersytetu Suntory**, który zapewnia możliwości szkoleniowe dla każdego obszaru i poziomu działalności.
- Upoważnienie naszych pracowników do **spędzenia jednego dnia w tygodniu “w gemba”** – wyjścia z biura, aby spędzić czas z naszymi klientami, partnerami i społecznościami, w których pracujemy.
- **Zwiększenie przejrzystości w całym naszym łańcuchu dostaw** dzięki partnerstwu z SEDEX oraz zapewnienie, że wysokie standardy warunków pracy, płacy i dobrobytu są utrzymywane we wszystkich punktach.
- Wykorzystanie przejrzystości naszego łańcucha dostaw do **tworzenia pozytywnych wyników środowiskowych i społecznych**, wspieranie dostawców i partnerów we wprowadzaniu ich własnych strategii i działań w zakresie zrównoważonego rozwoju. .
- Zapewnienie **wysokich standardów bezpieczeństwa i higieny pracy** we wszystkich naszych zakładach produkcyjnych.
- Prowadzimy naszą działalność w sposób **etyczny, traktując priorytetowo szkolenia z zakresu zgodności z przepisami** dla każdego pracownika we wszystkich obszarach istotnych dla jego roli.





# Cel: Różnorodność, integracja i elastyczność

**Naszą wizję Growing for Good możemy osiągnąć tylko wtedy, gdy będziemy mieć zróżnicowane i sprawiedliwe miejsce pracy oraz kulturę pracy sprzyjającą włączeniu społecznemu, w której każdy może wnieść do pracy swoje autentyczne “ja”.**

Dlaczego? Jest wiele powodów. Bardziej zróżnicowane, sprawiedliwe i integracyjne miejsce pracy sprawi, że będziemy lepiej połączeni, silniejsi i szczęśliwsi jako społeczność. Poprawi to naszą pracę, nasze spostrzeżenia i kreatywność, do której jesteśmy zdolni. Przyniesie korzyści naszym pracownikom, naszej firmie i naszej marce. I mamy nadzieję, że stanie się częścią zapewnienia bardziej sprawiedliwego i integracyjnego świata.

W 2019 roku, pod przewodnictwem naszego CEO, rozpoczęliśmy naszą podróż, aby sformalizować podejście do DE&I w SBFE. W 2020 roku stworzyliśmy DE&I Taskforce, który był otwarty dla wszystkich pracowników. Ponad 70 osób z różnych środowisk na każdym z naszych rynków dołączyło do Taskforce, dzieląc się swoimi doświadczeniami, wglądem i zrozumieniem zarówno DE&I, jak i biznesu SBFE na co dzień. Współpracując z tą grupą i zewnętrznymi ekspertami DE&I, w 2021 roku uruchomiliśmy naszą strategię SBFE DE&I.

Cieszy mnie pozytywny odzew, jaki otrzymujemy od Grupy Zadaniowej i szerszej grupy biznesowej. Jednak nadal znajdujemy się na etapie początkowym naszej pracy w zakresie DE&I. W dalszym ciągu czynimy postępy, jesteśmy zobowiązani do słuchania, podejmowania działań, wprowadzania zmian i współpracy z innymi, aby stworzyć bardziej integracyjne doświadczenie i bardziej sprawiedliwe wyniki dla wszystkich osób związanych z naszą działalnością.





## 🔍 Cel: Różnorodność, integracja i elastyczność

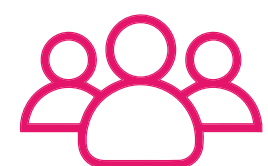
### Nasze działania DE&I do tego momentu obejmowały:



Przeprowadzenie ćwiczenia z zakresu **słuchania**, aby usłyszeć **doświadczenia naszych pracowników i odzwierciedlić je** w rozwoju naszej strategii



Stworzenie ogólnodostępnej, ogólnofirmowej Grupy Roboczej ds.



Opracowanie misji i wizji **DE&I**



Rozpoczęcie **regularnych komunikatów dotyczących DE&I w całej firmie**, w tym tych redagowanych gościnnie przez wewnętrznych ekspertów tematycznych



Aktualizacja niektórych z naszych kluczowych polityk pracowniczych pod kątem **DE&I w Wielkiej Brytanii**



Prowadzenie **szkoleń DE&I** z naszym Excomem SBFE oraz z naszym zespołem rekrutacyjnym



Opracowanie **ogólnofirmowego modułu szkoleniowego z zakresu DE&I**, który zostanie uruchomiony jeszcze w tym roku



Uruchomienie naszej **strategii SBFE DE&I**



Bycie częścią SBFE DE&I Taskforce było wzmacniającym doświadczeniem. W ciągu ostatnich dwóch lat czuję, że wnieśliśmy duży wkład w działania podejmowane przez SBFE w zakresie różnorodności, sprawiedliwości i integracji, a nasze głosy naprawdę zostały usłyszane. Nikt z nas nie ma wszystkich odpowiedzi, ale razem robimy wszystko, co w naszej mocy, aby wywrzeć pozytywny wpływ na życie naszych kolegów i szerszych społeczności.”

**Laia Gomez Valle, R&D Portfolio Manager and DE&I Taskforce member**





🔍 **Cel:** Różnorodność, integracja i elastyczność

## Nasza misja Suntory Beverage & Food Europe DE&I

### Co

DE&I dotyczy składu naszej siły roboczej i łańcucha dostaw, doświadczeń ludzi w naszej organizacji oraz sposobu, w jaki nasze marki działają w społeczeństwie, wprowadzają innowacje i komunikują się. Zainspirowani przez naszego założycieli atrybuty mamy misję stworzenia firmy, w której każdy jest mile widziany, traktowany sprawiedliwie, staje się częścią naszej społeczności i jest wspierany, aby się rozwijać.

### Dlaczego

Realizacja naszej misji DE&I sprawi, że będziemy lepiej połączeni, silniejsi i szczęśliwsi jako społeczność, a także przyniesie korzyści naszym pracownikom, naszej firmie i naszym markom. Mamy również nadzieję, że będzie to krok w kierunku stworzenia bardziej sprawiedliwego i integracyjnego świata.

### Jak

Z pokorną determinacją będziemy pracować nad stworzeniem bardziej zróżnicowanej, sprawiedliwej i integracyjnej organizacji – jest to zobowiązanie, które podejmujemy wraz z naszymi pracownikami i partnerami na długi czas. Będziemy autentyczni, będziemy słuchać, podejmować działania, współpracować z innymi, aby stworzyć bardziej integracyjne doświadczenie i bardziej sprawiedliwe wyniki dla wszystkich związanych z naszą działalnością. Nasze działania będą obejmować prowadzenie szkoleń, odświeżanie naszych polityk oraz zapewnienie pracownikom przestrzeni i wsparcia, aby mogli wnieść wkład w nasz wspólny program. Wyjaśnimy również wszystkim nasze oczekiwania i zobowiązania jako organizacji, abyśmy mogli wspólnie iść do przodu.





# Patrząc w przyszłość



Ten fundamentalny raport ma na celu zebranie w jednym miejscu najważniejszych działań i zobowiązań w zakresie zrównoważonego rozwoju, które podejmowaliśmy w ciągu ostatnich pięciu lat w SBFE. Jest to pierwszy publiczny dokument, który formalizuje naszą strategię zrównoważonego rozwoju i dostarcza aktualnych informacji o naszych postępach. Ale przed nami jeszcze wiele więcej.

Po pierwsze, będzie dużo więcej działań, opartych na krokach, które podjęliśmy, aby dotrzeć do tego punktu. Mamy wyznaczone śmiałe cele i jesteśmy zdecydowani je zrealizować. Wszystkie nasze rynki czynią znaczące postępy, a nasz niesamowity zespół SBFE z pasją kontynuuje pokazywanie, że Growing for Good jest wiodącym w branży modelem biznesowym zapewniającym zyskowny i zrównoważony wzrost.

Po drugie, zamierzamy pójść o wiele dalej w kwestii sprawozdawczości i przejrzystości. W 2023 roku opublikujemy nasz pierwszy pełny raport dotyczący zrównoważonego rozwoju, zawierający szczegółowe informacje na temat wszystkich naszych istotnych kwestii związanych ze zrównoważonym rozwojem. Raport ten będzie stanowił punkt odniesienia dla naszych postępów i będzie nas rozliczał z realizacji naszych zobowiązań i celów. Proces zbierania danych do tego raportu już się rozpoczął i jesteśmy podekscytowani, że w przyszłym roku będziemy mogli się nim z Państwem podzielić.

Wreszcie, będziemy przesuwać granice, aby jeszcze bardziej realizować nasze zobowiązania. Na przykład wzmocniliśmy różne cele związane ze zrównoważonym rozwojem, aby uczynić je jeszcze bardziej ambitnymi, np. zwiększyliśmy nasz cel dotyczący ograniczenia zużycia wody z 15% do 20%, a nasze cele dotyczące gazów cieplarnianych stały się bardziej ambitne zgodnie z dostosowaniem celu IPCC do 1,5 stopnia. Będziemy nadal poszukiwać nowych rozwiązań, tak jak to zrobiliśmy w przypadku naszej inwestycji w zrównoważony plastik Carbios, oraz wykorzystywać możliwości związane ze zrównoważonym rozwojem, gdzie tylko się da. To jest sposób Growing for Good; sposób, w jaki prowadzimy działalność w SBFE.

*Jeśli chcesz dowiedzieć się więcej o tym, co robimy w celu wprowadzania zrównoważonych zmian, śledzić nasze postępy i plany na przyszłość, odwiedź stronę <https://www.suntorybeverageandfood-europe.com/pl-PL/eecm-benelux/zrownowazony-rozwoj/>*



# Liczby w skrócie

## Nasze napoje

### Redukcja cukru

#### Cel

Zmniejszenie ilości dodawanego cukru w naszych napojach o **35%** do 2025 r.

#### Postęp

23% obniżka

## Nasze zasoby

### Emisje GHG

#### Cel

Zmniejszenie ilości emisji z zakresu 1 i 2 o **50%** do 2030 r.

#### Postęp

22% obniżka

Zmniejszenie ilości emisji z zakresu 3 o **30%** do 2030 r.

16% redukcja

### Zużycie wody

#### Cel

Zmniejszenie zużycia wody w naszych bezpośrednich działaniach o **20%** 2030

#### Postęp

12% redukcja

### Plastik i opakowania

#### Cel

**100%** zrównoważonych opakowań z tworzyw sztucznych do 2030 r.

#### Postęp

**100%** opakowań nadających się do recyklingu do 2025 r.

Średnio 77% nadaje się do recyklingu

Minimum **50%** plastiku pochodzącego z recyklingu w naszych butelkach do 2025 r.

Średnio 18% tworzywa sztucznego pochodzącego z recyklingu



**SUNTORY**  
BEVERAGE & FOOD EUROPE

