



Raport Społeczny 2010



2010

Spis treści

O Grupie Żywiec	3
Nagrody	4
Rynek piwa w Polsce	5
Strategia CSR	6
Zasady Etyki Biznesowej	7
Środowisko	8
I. Woda	8
II. Energia	9
III. Gospodarka odpadami	10
Bezpieczeństwo pracy	12
Pracownicy	12
Studenci i absolwenci	13
Zaangażowanie społeczne	14
I. Wolontariat pracowniczy	14
II. Nowe kampanie społeczne Grupy Żywiec „Mazowiecka Wiosna Profilaktyki”	15
III. Społeczności lokalne	16
Biznes to nie wszystko	17
Festiwal Birofilia	17

O Grupie Żywiec

Grupa Żywiec jest jednym z największych producentów piwa i jedną z największych firm w branży spożywczej w Polsce. Jej historia sięga połowy XIX wieku, gdy na zlecenie arcyksięcia Albrechta Fryderyka Habsburga został wybudowany browar w Żywcu. Żywiec po dziś dzień pozostaje siedzibą Spółki.

Obecna struktura spółki oraz Grupy Kapitałowej Grupa Żywiec ukształtowała się w 1998 roku, gdy nastąpiło połączenie należących do Grupy Heineken Zakładów Piwowskich w Żywcu S.A. z firmą Brewpole B.V., skupiającej browary w Leżajsku, Warce i Elblągu.

Grupa Żywiec od lat konsekwentnie łączy kilkusetletnią tradycję warzenia piwa z nowoczesnymi technologiami, wspieranymi przez najnowsze systemy zarządzania, marketingu, logistyki, sprzedaży i dystrybucji. Spółka sprzedaje rocznie ok. 11 milionów hektolitrow piwa. Należy do niej pięć browarów: w Żywcu, Warce, Elblągu, Leżajsku i Cieszynie. Zarząd spółki ma swoją siedzibę w Warszawie. Grupa Żywiec zatrudnia ok 5,5 tysiąca osób.

Marką flagową firmy jest Żywiec – pierwsze piwo Premium, warzone w browarze Żywiec i produkowane niezmiennie według tej samej receptury od 1856 roku. Żywiec sprzedawany jest za granicą od ponad stu lat i jest obecny w ponad 40 krajach. Innymi wiodącymi markami są: Heineken, Warka, Tatra, Strong i Desperados. Firma ma także w swoim portfolio marki regionalne: Królewskie (centralna Polska), Leżajsk (południowo-wschodnia Polska) i Specjal (północna Polska). Grupa Żywiec prowadzi również dystrybucję piw specjalnych: zagranicznych (Paulaner, Murphy's) i polskich (Kaper, Żywiec Porter).

Nagrody

Nasze działania oraz produkty znajdują uznanie klientów, niezależnych ekspertów, lokalnych środowisk, instytucji i mediów. Rok 2010 był dla nas szczególnie, gdyż przyniósł wiele prestiżowych wyróżnień dla naszych produktów oraz browarów.

- Superbrands dla marek Żywiec, Heineken oraz Warka.
- Desperados został uznany za ulubioną markę piwa w 10. jubileuszowym plebiscycie Studencki Produkt Roku 2010.
- Bracki Koźlak Dubeltowy, Grand Champion Festiwalu Birofilia 2009, został nagrodzony przez portal Browar.biz tytułem najlepszego piwa Konsumenckiego Konkursu Piw Bractwa Piwnego (w grupie piwa ciemne pow.15,1 Blg) oraz Debiutu Roku 2009 przez portal Browar.biz; otrzymał również wewnętrzną nagrodę Best Integrated Corporate Relations Campaign przyznaną przez Heineken International.
- Browar w Żywcu otrzymał Award for TPM Excellence Japońskiego Instytutu Plant Maintenance. W 2010 roku Grupa Żywiec była jedyną polską firmą, która otrzymała tę nagrodę. W ciągu ostatnich 5 lat Instytut JIPM nagroził jedynie cztery przedsiębiorstwa z Polski.
- Wszystkie browary Grupy Żywiec, jako jedynej OpCo Heinekena, mogą pochwalić się certyfikatami TPM, potwierdzonymi Brązowymi Nagrodami TPM. Ponadto Browar w Elblągu otrzymał TPM Award dla najlepszego browaru Heinekena w regionie Europy Środkowo-Wschodniej w 2009 roku za przyspieszony i trwały postęp oraz uzyskanie najwyższej światowej klasy w dziedzinie produkcji i logistyki.
- Grupa Żywiec została nagrodzona Laurem Odpowiedzialności za najlepszą praktykę CSR.
- Grupy Żywiec zdobyła drugie miejsce i nagrodę Regional Forbes CSR Award w rankingu firm wprowadzających standardy CSR, których aktywność na tym polu może stanowić wzór do naśladowania dla całego rynku.
- Open'er Festiwal, sponsorowany przez Heinekena, zdobył nagrodę Best Major Festival podczas European Festival Award w Holandii, pokonując tak sławne festiwale jak Roskilde czy Glastonbury. Jeden z największych i najsłynniejszych polskich festiwali po raz kolejny zdobył nagrodę Sztorm Sztormów, ponownie też został uznany Wydarzeniem Roku w plebiscycie Radiowego Domu Kultury Programu III PR.
- Browar w Żywcu zajął I miejsce w konkursie regionalnym Państwowej Inspekcji Pracy Pracodawca - organizator pracy bezpiecznej 2010 w kategorii zakładów pracy zatrudniających ponad 250 pracowników, został uznany najbezpieczniejszym miejscem pracy w Polsce przez Państwową Inspekcję Pracy, Business Centre Club i Ogólnopolskie Porozumienie Związków Zawodowych. Żywiecki Browar otrzymał również główną nagrodę w konkursie Pracodawca Podbeskidzia za najlepszy wynik we wszystkich kategoriach.

Rynek piwa w Polsce

Analiza spożycia piwa przez Polaków w okresie ostatnich 15 lat wskazuje, że przez znaczną część tego okresu (do 2008 roku) systematycznie rosła zarówno ilość sprzedawanego piwa, jak i konsumpcja piwa na osobę. W 2008 roku wielkości te wzrosły ponad 2,5-krotnie w porównaniu do 1994 roku. To efekt przede wszystkim zmiany preferencji konsumentów, którzy coraz chętniej sięgają po lżejsze alkohole, cenione ze względu na ich wysoką jakość oraz bogactwo marek dostępnych na polskim rynku.

Wspomniana tendencja odwróciła się w 2008 roku, na skutek m.in. wzrostu stawek podatku akcyzowego (dokonanego w 2009 roku) oraz kryzysu finansowego. Rok 2010 przyniósł delikatną tendencję spadkową, a następnie stagnację, która według prognozy Euromonitor International zostanie przełamana w 2012 roku, w którym to roku Polska będzie współgospodarzem Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012.

Akcyza; dane w tysiącach EUR/PLN za lata 2008-2010

2008	255.272 euro
2009	258.604 euro
2010	257.921 euro

Sprzedaż piwa w Polsce oraz konsumpcja piwa na osobę w Polsce w latach 2008-2010

	rynek krajowy [mln hl]	konsumpcja na osobę [l]
2008	35 861	94
2009	34 383	90
2010	34 583	91

Źródło: GUS

Strategia CSR

Strategicznym celem naszego działania jest budowa silnych i rozpoznawalnych na polskim rynku marek, w oparciu o efektywny system dystrybucji i obsługi klienta, tak by sprostać - a nawet wyprzedzić - oczekiwania naszych obecnych i przyszłych konsumentów.

Realizując ten ambitny cel, nie zapominamy o kwestiach, które zawsze były wpisane w filozofię działalności Grupy Żywiec: etyki, uczciwości, szacunku dla pracowników, partnerów biznesowych, ochronie środowiska, odpowiedzialności, transparentności.

Przynależność do Grupy Heineken pozwala nam uczestniczyć w bardzo ambitnej globalnej strategii zrównoważonego rozwoju, funkcjonującej pod hasłem „Brewing a Better Future”. W oparciu o nią, przy uwzględnieniu specyfiki rynku polskiego i naszych lokalnych zobowiązań, opracowaliśmy „Strategię Odpowiedzialności Grupy Żywiec na lata 2011-2013”. Obejmuje ona kluczowe projekty z zakresu:

- ochrony środowiska,
- wolontariatu (już dziś angażującego wielu naszych pracowników),
- polityki alkoholowej, promującej odpowiedzialną konsumpcję piwa. Tę misję realizujemy przez takie projekty jak:
 - Program Cool@Work (skierowany do naszych pracowników),
 - Wewnętrzny kodeks komunikacji marketingowej Grupy Żywiec,
 - Kampanie promujące odpowiedzialne spożywanie alkoholu,
 - Współpraca z organizacjami zajmującymi się problemami wynikającymi z nieodpowiedzialnej konsumpcji alkoholu.

Do realizacji strategii CSR w Grupie Żywiec powołana jest specjalna struktura, na której czele stoi bezpośrednio podlegający Prezesowi Dyrektor ds. Korporacyjnych Grzegorz Szczepański, Kierownik ds. Odpowiedzialności Społecznej - Jarosław Herrmann oraz Specjalista - Anna Białkowska.

Jednym z kluczowych filarów naszej strategii CSR jest budowanie i utrzymywanie strategicznych relacji z naszymi interesariuszami, zidentyfikowanych w naszej strategii CSR. Kluczem do odpowiedzialnego zarządzania relacjami z interesariuszami jest konsekwencja i przestrzeganie zasad etyki oraz transparentności w każdej sferze naszych działań. Mamy świadomość, iż wiele naszych działań społecznie odpowiedzialnych nie mogłoby zostać zrealizowanych bez bliskiej współpracy z naszymi interesariuszami, dlatego dokładamy starań, by jak najpełniej zidentyfikować ich potrzeby oraz cele, do których zamierzają dążyć lub dążą. Kluczową kwestią jest zatem dialog oraz wzajemne zrozumienie.

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom naszych interesariuszy, rozpoczęliśmy w 2010 roku bardzo ważny dla nas projekt - „Dialog z interesariuszami Grupy Żywiec”. Zdecydowaliśmy się, jako pierwsza firma w branży piwowarskiej w Polsce, zaprosić przedstawicieli naszego otoczenia do wyrażenia swoich opinii na temat firmy i jej funkcjonowania. Celem spotkań z przedstawicielami naszych interesariuszy było rozpoznanie ich realnych potrzeb i oczekiwań członków lokalnych społeczności, tak by jeszcze lepiej dostosować strategię zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu Grupy Żywiec do lokalnych warunków.

Wnioski ze spotkań będą wzięte pod uwagę przy wypracowywaniu kierunków naszych przyszłych działań, aby odpowiadały one oczekiwaniom społeczności lokalnych, w których prowadzimy swoją działalność oraz pomogły nam podjąć zobowiązania w strategicznych dla nas obszarach (polityki alkoholowej, produkcji i ochrony środowiska oraz społeczności lokalnej).

Zasady Etyki Biznesowej

Naszym celem jest budowanie relacji opartych na etyce, uczciwości, partnerstwie i zaufaniu. Dlatego, by zredukować prawdopodobieństwo zdarzeń niezgodnych z naszymi wartościami, stworzyliśmy w 2005 roku kodeks Zasad Etyki Biznesowej. Ich celem jest budowanie autentycznego przekonania wśród naszych interesariuszy, w tym pracowników, dostawców, społeczności lokalnych, że Grupa Żywiec, funkcjonuje w sposób przejrzysty, z poszanowaniem prawa i interesów partnerów.

Dążymy do tego, by Zasady te miały przede wszystkim praktyczny wymiar. Są one spójne z Kodeksem Etycznym Heinekena, wprowadzanym we wszystkich spółkach koncernu na całym świecie.

Zaangażowanie naszych pracowników pozwoliło nam w 2010 roku rozpocząć prace nad aktualizacją Zasad Etyki Biznesowej. W nowej i nieco zmienionej treści obowiązują one od 2011 roku.

Jesteśmy dumni, że nasi pracownicy z dużym zaangażowaniem i przekonaniem realizują Zasady Etyki Biznesowej w codziennej pracy – przy podejmowaniu decyzji, w relacjach z pracownikami, akcjonariuszami, klientami, partnerami handlowymi, społecznościami lokalnymi sąsiadującymi z naszymi browarami.

Środowisko

Ochrona środowiska i minimalizowanie negatywnego wpływu na otoczenie są dla nas równie ważne jak polityka jakości i cele handlowe. W każdej lokalizacji, gdzie Grupa Żywiec prowadzi działalność, podejmowane są działania służące ograniczeniu zużycia surowców, materiałów, paliw i energii.

Zgodnie z polityką Grupy Heineken oraz Polityką Społecznej Odpowiedzialności Biznesu Grupy Żywiec koncentrujemy się na redukcji zużycia energii i wody oraz redukcji kosztów transportu, emisji ścieków i CO₂. Przedsięwzięcia konsekwentnie prowadzone w tym zakresie w ostatnich latach przyniosły konkretne rozwiązania, w tym tak spektakularne projekty jak np.: system filtracji membranowej w browarze w Warce.

Browary Grupy Żywiec włączone są w globalny system monitoringu Heinekena, który zapewnia ciągłą możliwość kontroli i wiarygodnego porównywania wskaźników każdego z browarów koncernu ze standardami Heinekena. W każdym z zakładów Grupy audyty prowadzone są co 3-5 lat. Wszędzie, gdzie jest to możliwe, staramy się uzyskać certyfikaty potwierdzające zgodność naszych działań z przestrzeganiem najwyższych standardów ochrony środowiska.

I. Woda

Zużycie wody jest na bieżąco monitorowane we wszystkich naszych browarach, gdyż mamy świadomość wagi problemu, jakim są malejące zasoby wody na świecie. Jednym z kluczowych dla nas wskaźników jest zużycie wody do produkcji jednego hektolitra piwa.

Woda jest niezbędnym surowcem wykorzystywanym do produkcji piwa, a jej jakość bezpośrednio przekłada się na jakość i smak wytwarzanego przez nas produktu. Dlatego naszym celem jest wykorzystywanie najnowszych technologii i najlepszych dobrych praktyk, by urządzenia do jej uzdatniania dostarczyły nam najwyższej klasy surowca. Ponadto, nieustannie dążymy do zmniejszenia jej zużycia w procesie produkcji i przy eksploatacji maszyn produkcyjnych.

Zużycie wody(w hl/hl piwa)			
	2008	2009	2010
Browar w Żywcu	2,9	2,8	2,8
Browar w Warce	3,2	3,1	2,9
Browar w Leżajsku	2,8	2,9	3,1
Browar w Cieszynie	4,0	3,3	5,8
Browar w Elblągu	3,1	3,1	2,9

W efekcie naszych starań i prac ukierunkowanych na ciągłą poprawę i eliminację strat, jakie zostały zrealizowane w naszych browarach, udało nam się znacznie obniżyć zużycie wody potrzebnej do wyprodukowania naszych produktów w Elblągu i w Warce.

Środowisko

Dodatkowo, regularnie monitorujemy ilość i jakość wytwarzanych w browarach ścieków. Wszystkie ścieki pochodzące z naszych browarów w Żywcu, Warce, Leżajsku, Elblągu i Cieszynie są poddawane oczyszczaniu.

Ilość ścieków (m ³)			
	2008	2009	2010
Browar w Żywcu	828 018	755 665	792 100
Browar w Warce	570 230	510 397	478 540
Browar w Leżajsku	376 942	349 848	289 618
Browar w Cieszynie	22 639	16 490	15 250
Browar w Elblągu	500 060	422 155	359 439

II. Energia

Specyfika branży w której działamy i procesy, jakie zachodzą w naszych browarach, sprawiają, że kwestie energochłonności oraz emisyjności odgrywają bardzo ważną rolę w naszej codziennej pracy. Naszym zdaniem kwestiami, które nie są regularnie monitorowane, nie można zarządzać, dlatego analizujemy wszystkie wskaźniki z obszaru środowiskowego w cyklu miesięcznym. Pozwala nam to y zweryfikować nasze wyniki i osiągnięcia, a także zidentyfikować słabości, które z jednej strony negatywnie wpływają na środowisko (wyższe emisje gazów) a z drugiej strony niekorzystnie wpływają na wyniki ekonomiczne (większe koszty pozyskania energii).

Bezpośrednie i pośrednie zużycie energii według pierwotnych źródeł energii

	2008	2009	2010	
Zakup energii elektrycznej	72 701 281	68 892 986	66 391 181	kWh
Zakup energii cieplnej	765 957 606	710 355 146	683 309 453	MJ
Sprzedaż energii cieplnej	7 975 470	6 782 876	18 188 029	MJ
Zużycie gazu ziemnego	11 690 723	10 672 898	11 284 595	Nm ³
Zużycie biogazu	1 358 174	1 503 767	1 436 710	Nm ³
Zużycie oleju	86 664	158 514	55 856	kg
Zużycie gazu LPG	597 082	568 987	567 558	kg
Zużycie oleju napędowego kg	22 14	13 764	13410	kg

Środowisko

Bezpośrednie i pośrednie emisje CO ₂			
	2008	2009	2010
Bezpośrednia emisja CO ₂ (Mg)	25 257	23 364	24 225
Bezpośrednia emisja CO ₂ (kg/hl piwa)	2,0546	2,0384	2,2028
Pośrednia emisja CO ₂ (Mg)	65 830	61 416	74 558
Pośrednia emisja CO ₂ (kg/hl piwa)	5,3553	5,3584	6,7798

III. Gospodarka odpadami

Zarządzanie gospodarką odpadową w browarach opiera się na zdefiniowanych narzędziach systemowych:

- norma ISO 14001:2004
- Procedury HeiQ HMEESC
- System TPM – Total Productive Management.

W wyniku podjętych prac opracowany został kompleksowy system zarządzania odpadami, na który składają się:

1. Szczegółowe procedury opracowane dla poszczególnych grup odpadów:
 - Opady produkcyjne wykorzystywane jako pasza dla zwierząt (np. młóto)
 - Odpady przeznaczone do recyklingu (np. rozbite butelki, papier, drewno, metal)
 - Odpady produkcyjne – ziemia krzemkowa (wykorzystywana m.in. w rolnictwie)
 - Odpady niebezpieczne – chemikalia, sprzęt elektroniczny
 - Odpady niesegregowalne
2. Szkolenia personelu z zakresu zasad postępowania z odpadami
3. Oznakowanie i opisanie miejsc do selektywnej zbiórki odpadów
4. Stworzenie bazy uprawnionych odbiorców odpadów.

Środowisko

Odpady wg grup odpadów (Mg)			
	2008	2009	2010
Produkcyjne wykorzystywane jako pasza dla zwierząt	254 454,07	227 768,46	220 058,97
Przeznaczone do recyklingu	273 359,25	247 759,31	238 184,75
Ziemia okrzemkowa	5 341,25	5 825,21	5 288,62
Odpady niebezpieczne	28,96	20,34	21,81
Odpady niesegregowalne	886,66	827,77	487,66

Naszym celem w zakresie gospodarki odpadami jest:

- Zmniejszenie ilości odpadów, w szczególności opakowań
- Wdrożenie programu Grupy Heineken „Zielony Browar” i współpraca z „zielonymi” dostawcami
- Dzielenie się wiedzą z innymi browarami Grupy Heineken
- Szkolenia dla pracowników oraz podwykonawców
- Poszukiwanie nowych technologii
- Współpraca z organizacjami zajmującymi się odzyskiwaniem i recyklingiem odpadów

Bezpieczeństwo pracy

Jednym ze źródeł zagrożeń w przemyśle browarniczym jest złożony proces technologiczny oraz stosowane w nim maszyny i urządzenia. Choć browary Grupy Żywiec pracują według najnowocześniejszych technologii, a procesy produkcyjne są zautomatyzowane, pracownicy w browarach są potencjalnie narażeni na szkodliwe działanie takich czynników jak: hałas, zapylenie, gazy, mikroklimat, czynniki chemiczne i biologiczne oraz urazy mechaniczne. Dlatego też wiele uwagi poświęcamy zapobieganiu wypadkom poprzez organizację szkoleń i umieszczanie informacji o potencjalnych zagrożeniach na tablicach informacyjnych znajdujących się na terenie zakładów. Działy produkcyjne są również wyposażone w apteczki i tabliczki z podanymi numerami alarmowymi.

Unowocześnienie parku maszynowego i wprowadzenie nowych technologii istotnie ograniczyło ryzyko występowania wypadków przy pracy. Znaczna część procesu produkcyjnego odbywa się w obiegu zamkniętym. Oznacza to, że pracownicy nie mają dostępu do części ruchomych maszyn. Szereg urządzeń wyposażonych jest w specjalne czujniki. Zidentyfikowanie przez czujnik pracownika powoduje natychmiastowe wyłączenie maszyny.

Pracownicy

Grupa Żywiec to nie tylko browary i piwo, ale przede wszystkim miejsce, w którym spotykają się ludzie z pasją, którzy wspólnie chcą tworzyć coś wyjątkowego. Dokładamy wszelkich starań, by stworzyć bezpieczne i komfortowe miejsce pracy, w którym każdy ma szansę zrealizować swoje marzenia, ale też poznać nowych ludzi i zdobyć ogromne doświadczenie. Rekrutacja, zatrudnienie i awansowanie pracowników odbywają się wyłącznie na podstawie przejrzystych i znanych pracownikom oraz kandydatom wymagań w zakresie kwalifikacji i umiejętności oraz kryteriów oceny efektywności działania.

Podejmowane przez nas działania na rzecz tworzenia przyjaznego i innowacyjnego miejsca pracy obejmują także wsparcie i rozwijanie zaangażowania społecznego naszych pracowników. Wychodząc naprzeciw ich oczekiwaniom i potrzebom, zainicjowaliśmy w 2010 roku kompleksowy Program Wolontariatu dla pracowników Grupy Żywiec. Ponadto, angażujemy się w wiele projektów realizowanych na rynkach lokalnych, a także wspieramy szereg wydarzeń kulturalnych i rozrywkowych w ramach sponsoringu.

Ocena rozwoju kompetencji i umiejętności pracowników dokonywana jest co roku i obejmuje wyniki pracy, zaangażowanie w realizację celów, przestrzeganie obowiązujących regulaminów i procedur oraz współpracę w ramach zespołu. Jej wynikiem jest dobór adekwatnych szkoleń oraz działań doskonalących i rozwojowych, które wspierają realizowane zadania.

W 2010 roku pracownicy Grupy Żywiec uczestniczyli w 928 szkoleniach, na których spędzili łącznie 11.566 godzin i dzięki którym rozwinęli umiejętności w takich obszarach jak:

- interpersonalne / osobiste
- językowe
- zawodowe
- coaching / trening indywidualny
- finansowe
- komputerowe
- TPM

Studenci i absolwenci

Doceniamy kreatywność, różnorodność, indywidualność połączoną z umiejętnością pracy w grupie. Do naszego zespołu poszukujemy więc osób aktywnych, z pasją, które poważnie traktują swoją przyszłą karierę zawodową. Z myślą o studentach oraz absolwentach uczelni opracowaliśmy kompleksowy program „Warzelnia Talentów”. Tak jak warzelnia w browarze jest strategiczną częścią całego procesu produkcyjnego, tak „Warzelnia Talentów” jest istotnym elementem polityki personalnej Grupy Żywiec.

Warzenie Talentów nie jest proste. Zaczyna się od znalezienia najlepszych zasobów:

- ziarna, które w procesie przemiany potencjału da wysokoprocentową mieszankę,
- krystalicznie czystej motywacji, która będzie źródłem sukcesu,
- odrobiny „goryczki”, wyrażającej się w indywidualności.

W skład Warzelni Talentów wchodzi:

Program Stażowy – prowadzony od ponad 10 lat roczny program dla absolwentów zainteresowanych zdobyciem doświadczenia w obszarze logistyki, dystrybucji, sprzedaży, marketingu, finansów i HR. Osoby zakwalifikowane do stażu przechodzą 2 etapy programu. Na początku uczestniczą w kilkutygodniowym, obowiązkowym programie wdrożeniowym w browarach oraz działach dystrybucyjno-sprzedażowych, a następnie realizują indywidualne projekty na terenie całego kraju. Każdy z projektów, realizowany pod opieką Kierownika Projektu, przy wsparciu ze strony Mentora, pozwala stażystom zdobyć konkretne umiejętności niezbędne w dalszej ścieżce zawodowej.

Warsztaty Umiejętności – seria jednodniowych, bezpłatnych spotkań przygotowanych z myślą o studentach i absolwentach, którym zależy na rozwoju i poszerzaniu kompetencji. Prowadzone są one przez doświadczonych pracowników działu HR Grupy Żywiec, a ich tematyka jest bardzo różnorodna i obejmuje m.in. komunikację, planowanie kariery, techniki prezentacji czy techniki skutecznego zarządzania czasem.

Praktyki – 1-3 miesięczne niepłatne praktyki zawodowe, umożliwiające studentom zdobycie doświadczenia w różnych działach Grupy Żywiec: sprzedaży, produkcji, dystrybucji, marketingu oraz innych. Odbývają się zarówno w browarach, w Biurze Zarządu, jak i również oddziałach dystrybucyjnych.

I. Wolontariat pracowniczy

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom naszych pracowników, w 2010 roku zainicjowaliśmy formalny program wolontariatu dla pracowników Grupy Żywiec. Ze względu na duże zaangażowanie wolontariuszy w działania w całej Polsce i chęć zwiększenia liczby oraz zasięgu realizowanych projektów, opracowaliśmy specjalny program grantowy umożliwiający uzyskanie dofinansowania w wysokości 6 tys. zł na realizację najlepszych pomysłów.

Na potrzeby Wolontariatu Pracowniczego przygotowana została zakładka internetowa na stronie www.odpowiedzialnie.pl, dostępna tylko dla pracowników Grupy Żywiec. Po zalogowaniu każdy pracownik uzyskuje dostęp do wszystkich informacji dotyczących Programu Wolontariatu Pracowniczego, m.in. regulamin i opis konkursu grantowego, wraz z niezbędnymi formularzami, sylwetki członków Rady Programowej, mapą z konkretnymi ofertami pracy wolontariackiej oraz linkiem do największej bazy organizacji pozarządowych.

Zgłoszone projekty oceniane są przez Radę Programową, w skład której wchodzi przedstawiciele Centrum Wolontariatu oraz dwie osoby reprezentujące Grupę Żywiec.

Podstawowe kryteria oceny projektów to:

- faktyczne zaangażowanie wolontariuszy - czas spędzony na pomaganiu, własny wkład i zaangażowanie,
- liczba osób (im więcej pracowników firmy, tym lepiej),
- długoterminowa współpraca - czy projekt ma szansę być kontynuowany w przyszłości.

Łącznie w 2010 roku do pierwszej i drugiej edycji programu zgłoszono 33 projekty wolontariackie, w których chęć udziału zgłosiło 240 wolontariuszy. Rada Programowa najwyżej oceniła 20 projektów, które uzyskały dofinansowanie w łącznej wysokości ok. 110 000 zł.

Pracownicy Grupy Żywiec w pierwszej edycji projektów wolontariackich zrealizowali m.in. projekt odnawiania pomieszczeń w Specjalnym Ośrodku Szkolno-Wychowawczym w Elblągu. Instytucja zajmuje się kształceniem i przysposabianiem do samodzielnego życia w społeczeństwie dzieci z upośledzeniem rozwojowym. Wolontariusze odświeżyli ściany drugiego piętra budynku. Pomalowali je na słoneczne kolory, aby uczącym się tam dzieciom stworzyć lepsze warunki do nauki. Kolory dobrane przez wychowawców tego ośrodka mają dać poczucie bezpieczeństwa i ciepła ze strony otaczającego je świata, który dla tych niepełnosprawnych młodych ludzi jest czasem trudny do zrozumienia.

"Zadanie, którego się podjęliśmy było dla nas naprawdę dużym wyzwaniem, a okazało się jeszcze większym, jak już stanęliśmy na korytarzu twarzą w twarz z naszym „przeciwnikiem”, (...). Mówię cały czas o korytarzu." - O swoich spostrzeżeniach opowiada liderka projektu, Jolanta Golder. Jeśli chodzi o grupę wolontariuszy, to myślę - kontynuuje Jola - że oprócz masy śmiechu, wygłupów i dowcipów wydarzyło się coś jeszcze. Czas pokaże, czy jest to stałe rozwiązanie „konfliktu”, czy tylko zawieszenie broni. Czasami zdarza się, że ludzie trochę „się gryzą” w pracy zawodowej i często brak pomysłu, jak z tego wybrnąć. Wolontariat może być takim wydarzeniem, które pozwoli przełamać te opory. Mnie to bardzo ucieszyło. Oby było trwałe. Wspólna praca we własnym czasie wolnym pozwala poznać ludzi, z którymi mijamy się tylko na korytarzu i już wiemy na kim można polegać.

Oto moja rada dla wszystkich niezdecydowanych wolontariuszy: "jeśli możesz pomóc, to zrób to i zagospodaruj pieniądze tak, by w Twoim mieście Twoja firma nie kojarzyła się tylko z piwem, ale też z ludźmi, którzy potrafią i chcą pomagać"

Projekt był jednym z 13 inicjatyw wolontariackich pracowników dofinansowanych przez firmę w ramach I edycji Programu Wolontariatu Pracowniczego Grupy Żywiec.

Kolejnym projektem wolontariackim pracowników Grupy Żywiec był całonocny wyjazd edukacyjno-rekreacyjny dla wychowanków Domu Dziecka nr 9 im. Lidii i Adama Ciołkoszów w Warszawie do Krainy Westernu w Sarnowej Górze w okolicach Ciechanowa. W pierwszym dniu wakacji, 26 czerwca, w gospodarstwie agroturystycznym urządzonym w stylu farmy rodem z Dzikiego Zachodu na dzieci czekało wiele atrakcji; m.in. spotkanie z „Indianami”, rzucanie tomohawkami, strzelanie z łuku, ujeżdżanie byka, jazdy na koniach i kucykach. Oprócz zabawy, dzieci miały możliwość poznania całego gospodarstwa

Zaangażowanie społeczne

i specyfiki życia i obchodzenia się ze zwierzętami. W czasie tej wycieczki, na twarzach wychowanków domu dziecka często pojawiał się uśmiech.

Inna inicjatywa została zrealizowana przez wolontariuszy GŻ w Domu Dziecka Św. Ludwika w Krakowie, prowadzonym przez Zgromadzenie Sióstr Miłosierdzia Bożego. Celem wolontariatu, który prowadzili pracownicy w ramach pomocy dla Domu Dziecka jest motywowanie dzieci do lepszego zachowania. Od pewnego czasu, współpracując z Domem Dziecka pracownicy z własnej inicjatywy organizowali konkursy dla poszczególnych grup wiekowych. Konkurs trwa jeden miesiąc. Po upływie tego okresu wychowawcy wybierają kilkoro najgrzeczniejszych dzieci, które w nagrodę jadą w różne atrakcyjne miejsca, w zależności od wieku uczestników. Tym razem była to wycieczka dla grupy najstarszych chłopców, a największa atrakcja to jazda na gokartach. Kilka godzin w „męskim królestwie”! Następnie nagrodzeni wychowankowie ochłonęli w parku wodnym. A po całym dniu wrażeń zjedli to co dzieci najbardziej lubią - wielką pizzę.

Chłopcy w podziękowaniu samodzielnie przygotowali prezentację z wyjazdu, w której napisali: *„Dziękujemy Grupie Żywiec oraz Panu Kamilowi i Panu Krzysztofowi, że mogliśmy spędzić ten dzień tak wspaniale, miło i radośnie. Jak powiedział kiedyś ktoś mądry - „Dzień poświęcony drugiemu człowiekowi nie jest dniem zmarnowanym”.*

Wolontariusze Grupy Żywiec zrealizowali w 2010 roku również szereg projektów, które nie wymagały finansowego wsparcia ze strony Grupy. Pracownicy Centrum Finansowo-Księgowego z Bielska Białej, pracownicy Browarów, Biura Zarządu w Warszawie oraz Regionów zaangażowali się w pomoc mieszkańcom miejscowości poszkodowanych w ubiegłorocznych powodziach, przede wszystkim z okolic Żywca, Bogatyni, Wilkowa i Solca. Wolontariusze-pracownicy Grupy Żywiec, oprócz zbiorów odzieży, środków czystości, wody i żywności, pomagali powodziarom w usuwaniu skutków powodzi, odbudowie domów i dróg dojazdowych do posesji.

Łącznie w 2010 roku Grupa Żywiec przekazała blisko milion złotych na działania pomocowe, w formie wsparcia finansowego i niefinansowego.

II. Nowe kampanie społeczne Grupy Żywiec „Mazowiecka Wiosna Profilaktyki”

W kwietniu 2010 roku odbyła się konferencja „Mazowiecka Wiosna Profilaktyki”, poświęcona przeciwdziałaniu uzależnieniom wśród dzieci i młodzieży. Jej organizatorami byli: Wydział Prewencji Komendy Wojewódzkiej Policji z siedzibą w Radomiu, Grupa Żywiec oraz Gmina Miasto Radom. Konferencja była skierowana do trzech grup odbiorców: członków Gminnych Komisji Rozwiązywania Problemów Alkoholowych, policjantów na co dzień pracujących z dziećmi i młodzieżą oraz nauczycieli i pedagogów. Każdą z grup potraktowano indywidualnie, dopasowując treść wykładów i warsztatów do oczekiwań i potrzeb każdej z nich.

Konferencja została przeprowadzona w trybie sesyjnym, obejmującym sesję plenarną i panelową. Spotkanie było okazją nie tylko do zapoznania się z najnowszymi kierunkami i trendami w profilaktyce, ale także do wymiany dobrych praktyk realizowanych na terenie Mazowsza. Ponadto pod koniec 2010 roku Grupa Żywiec podpisała list intencyjny z Powiatową Komendą Policji w Radomiu w sprawie długoterminowej współpracy w zakresie profilaktyki alkoholowej.

Polityka Alkoholowa Grupy Żywiec została uhonorowana Laurem Odpowiedzialności 2010. W uzasadnieniu jurorzy uznali nasze działania za jedną z najlepszych Dobrych Praktyk CSR na rynku polskim. Konkurs został zorganizowany przez Polską Konfederację Pracodawców Prywatnych Lewiatan, NSZZ Solidarność oraz firmę doradcą Deloitte.

Zaangażowanie społeczne

III. Społeczności lokalne

Zaangażowanie społeczne Grupy Żywiec obejmuje liczne przykłady współpracy publiczno-prywatnej, realizowanej w ramach tzw. umów partnerskich, podpisanych z wybranymi miastami (Żywiec, Radom, Warka, Gdańsk). Środki finansowe Spółki, po porozumieniu z odpowiednią lokalną kapitułą, przeznaczane są na wsparcie określonych inicjatyw gospodarczych i społecznych, a także dofinansowywanie przedsięwzięć artystycznych lub kulturalnych.

Mamy świadomość, że możemy zaoferować najbliższemu otoczeniu coś więcej niż tylko wsparcie finansowe. W celu poprawy jakości życia lokalnych społeczności staramy się dzielić naszą wiedzę, umiejętnościami i doświadczeniem. Wspieramy takie inicjatywy jak Koalicja Marek Ziemi Górskich, której celem jest promowanie obszaru Żywiecczyzny i Podhala.

Wieloletnia współpraca Grupy Żywiec z samorządami lokalnymi owocuje ciekawymi inicjatywami i projektami, jak choćby promocją ciekawych wydarzeń w różnych miejscach kraju, oddalonych od największych centrów kulturalnych. Zainteresowanie, z jakim spotykają się te inicjatywy, utwierdza nas w przekonaniu, że warto realizować je również w przyszłości.

Biznes to nie wszystko

Grupa Żywiec od lat dba o ochronę polskiej kultury i dziedzictwa narodowego. Dzięki jej staraniom największy portret, jaki wyszedł spod pędzla znanego artysty Wojciecha Kossaka wrócił tam, gdzie jego miejsce – na żywiecki zamek.

W 1911 roku rodzina Habsburgów zleciła Wojciechowi Kossakowi namalowanie obrazu, który upamiętniłby 25. rocznicę złożenia małżeńskich ślubów arcyksięcia Karola Stefana i Marii Teresy, najbardziej dla tamtejszego browaru zasłużonych gospodarzy żywieckiego zamku. Wybitny malarz na kilka miesięcy przeniósł się do Żywca, by lepiej poznać zwyczaje i codzienne życie księżęcej pary. Ostatecznie Kossak zdecydował się uwiecznić małżonków w trakcie zimowego spaceru. U boku arcyksięcia i jego żony oczekują sianie z woźnicą w stroju krakowskim. W głębi widać zamek i pawilony ogrodowe, w tle renesansową wieżę kościoła Narodzenia Najświętszej Marii Panny. Znakomite dzieło, zatytułowane „Arcyksiążę Karol Stefan Habsburg z żoną Marią Teresą w parku zamkowym” zajmuje prawie siedem metrów kwadratowych płótna (198 na 347 cm)! Do 1945 roku wisiało w centralnej części wielkiej jadalni żywieckiego zamku, potem na kilkadziesiąt lat przepało bez śladu. Gdy miłośników malarstwa zelektryzowała informacja o odnalezieniu zaginionego obrazu, Grupa

Żywiec zdecydowała się na jego zakup, by mógł wrócić na swoje miejsce. Transakcji dokonano 27 października 2009 roku, dziesięć dni później Jerzy Dwornicki, dyrektor browaru w Żywcu, oficjalnie przekazał unikatowe dzieło w depozyt Muzeum Żywieckiemu na Starym Zamku. *„Zdecydowaliśmy się kupić ten dokument historii, aby po kilku dekadach nieobecności „Arcyksiążę Karol Stefan Habsburg z żoną Marią Teresą w parku zamkowym” mógł zawisnąć dokładnie w tym samym miejscu, w którym wisiał kilkadziesiąt lat temu* – opowiada Jerzy Dwornicki, dyrektor browaru w Żywcu.

Festiwal Birofilia

Co roku w czerwcu w browarze w Żywcu odbywa się Festiwal Birofilia z najważniejszą polską giełdą birofilów. Festiwal Birofilia jest największą i najtłumniej odwiedzaną imprezą dla kolekcjonerów akcesoriów piwnych, piwowarów domowych i restauracyjnych w Europie.

Impreza, organizowana pod patronatem Browaru w Żywcu, jest unikatowa na skalę europejską. Piwna wystawa sprowadza do Żywca setki miłośników historii browarnictwa, z kraju i zagranicy. Jest okazją do spotkań z ludźmi, dla których piwo, tradycje browarnicze i akcesoria z tym związane stanowią niereczną treść ich życia.

Kolekcjonerzy prezentują m.in. kufle, butelki, etykiety, kapsle oraz wiele innych akcesoriów związanych z browarnictwem. Goście mają okazję zapoznać się z unikatowymi zbiorami, a międzynarodowi kolekcjonerzy, m.in. z Czech, Niemiec, Anglii, mają sposobność, by wymienić się akcesoriami piwnymi i doświadczeniami, zdobytymi przez wiele lat pasji kolekcjonerskiej.

Wielką atrakcją giełdy jest konkurs warzenia piw domowymi metodami. Jakość domowego piwa ocenia w czterech kategoriach specjalne jury. Ponadto, goście mają okazję uczestniczyć w degustacji piw oraz w wielu konkursach dotyczących m.in. wiedzy browarniczej i zasięgnąć porad piwowarskich w zakresie warzenia piw domowych.

Grupa Żywiec od lat wspiera piwowarstwo domowe i restauracyjne, a od 2009 roku zapewnia domowym piwowarom nie lada gratkę, unikalną nie tylko na skalę polską, lecz także światową – zwycięzca Konkursu Piw Domowych otrzymuje tytuł Grand Championa i ma możliwość uwarzenia swojego trunku w Brackim Browarze Zamkowym w Cieszynie pod okiem znakomitych piwowarów. Tym samym zwycięzca ma szansę pochwalić się swoim trunkiem nie tylko wśród znajomych, ale również wśród smakoszy piwa z całej Polski. Limitowana seria zwycięskiego piwa warzona w cieszyńskim browarze trafia 6 grudnia do sprzedaży w wybranych sklepach. W 2010 roku tytuł Grand Championa zdobyło piwo uwarzone przez Panią Dorotę Chrapek. Zwycięzcy i jej mistrzowskie Belgian Ale Pale, które pokonało 175 piw, dowodzą, że sztuka piwna nie jest tylko domeną mężczyzn.

Festiwal Birofilia

Na tradycyjnie bardzo wysokim poziomie stoi również Konkurs Piv Restauracyjnych obsadzony przez najbardziej znane browary restauracyjne. W 2010 roku nie miała sobie równych sieć Bierhalle, której lokale wygrały w obu kategoriach (Pszeniczne Roku i Pilsner Roku).

Hitem wśród gości Festiwalu są fantastyczne kufelki do degustacji piv - nieodzowne zarówno w namiocie domowych i restauracyjnych piwowarów, jak również w tłumnie odwiedzanej Alei Piv Świata. To jedyna w swoim rodzaju okazja skosztowania 120 piv z każdego zakątka globu, których na próżno szukać na co dzień w polskich sklepach. Każdy może znaleźć coś dla siebie – zarówno wytrawni birofile, jak i ci, którzy dopiero szukają swojego ulubionego piwnego stylu.

Listopad 2011

