

Lorenz

**RAPORT
ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU
LORENZ 2020
2021**





NASZE DLACZEGO

**DBAMY O
KAŻDEGO,
ABY WSZYSCY
MIELI POCZUCIE
PRZYNALEŻNOŚCI
I CZULI SIĘ
DOBRZE.**

NASZE WARTOŚCI

**Traktuj innych tak,
jak sam chciałbyś być
traktowany.**

**Działaj tak, jakby to
była twoja firma.**

Rozwijaj siebie i innych.

Współpracuj.

Angażuj i włączaj innych.

Pracuj z pasją.

Lorenz

**Moritz
Bahlsen**



**Rabea
Habel-Beck**



**Thomas
Altendorfer**



DRODZY CZYTELNICY,

130 lat i nie zamierzamy zwalniać tempa. Piszemy dalej naszą historię.

Wszystko zaczęło się niepozornie, od naszej rodziny, która produkowała pyszne przekąski z ciasta, ziemniaków i orzechów. Zawsze myśleliśmy długofalowo i pracowaliśmy dla przyszłych pokoleń. Dziś nadal jesteśmy niezależną firmą rodzinną i od dawna należymy do wiodących producentów na europejskim rynku przekąsek.

Dzięki naszym chipsom i chrupkom, słonym paluszkom i orzeszkom ludzie na całym świecie mogą cieszyć się radosnymi i wyjątkowymi chwilami w gronie przyjaciół i rodziny. Nasze marki i produkty dodają radości ich życiu. Aby było to możliwe zarówno dzisiaj, jak i w przyszłości, bierzemy odpowiedzialność za wysoką jakość naszych produktów, a także za nasz zrównoważony i ekonomiczny rozwój. W tym duchu stale doskonalimy właściwości odżywcze naszych produktów oraz wpływ naszych działań biznesowych na środowisko i społeczeństwo.

Przekazanie przed dwoma laty kierownictwa firmy było dla nas zmianą pokoleniową pod każdym względem. Nie tylko dlatego, że Moritz Bahlsen, reprezentując kolejne pokolenie rodziny, przejął zarządzanie przedsiębiorstwem, ale także dlatego, że weszliśmy w nowy etap rozwoju naszej firmy oraz w nową erę, która niesie ze sobą własne wyzwania. Bazując na naszych wartościach, wytyczamy kierunki dalszego rozwoju firmy, stawiając w centrum naszej pracy **radość życia i odpowiedzialność za zrównoważony rozwój**. O tym też mówi nasze nowe logo.

Z tych wszystkich powodów przyłączamy się do inicjatywy Global Compact Organizacji Narodów Zjednoczonych, kierując się jej dziesięcioma uniwersalnymi zasadami, oraz pracujemy nad wcieleniem w życie Celów Zrównoważonego Rozwoju (Sustainable Development Goals – SDG).

Co to oznacza dla naszej pracy na rzecz zrównoważonego rozwoju, jakie postępy czynimy i jakie wyznaczamy sobie cele, zawarliśmy tutaj – w naszym pierwszym raporcie. Niektóre cele zrealizowaliśmy już w ostatnich latach. A sporo pracy jeszcze przed nami. Jednak kto nie ruszy z miejsca, ten nigdy nie dotrze do celu.

Wasi

Moritz Bahlsen Rabea Habel-Beck Thomas Altendorfer

SPIS TREŚCI

02 NASZE WARTOŚCI

03 WSTĘP

Lorenz
06
FIRMA

06 NASZA FIRMA

06 NASZA HISTORIA

Lorenz to my

07 LOCALIZACJE

Jeden Świat – Jeden Lorenz

08 MARKI I INNOWACJE

Uwielbiamy przekąski



10 NASZA ODPOWIEDZIALNOŚĆ

10 NASZA MOTYWACJA I OBSZARY DZIAŁANIA

12 NAJWAŻNIEJSZE CELE W SKRÓCIE

14 ZESPÓŁ CSR I DIALOG Z INTERESARIUSZAMI

16 NASZE OBSZARY DZIAŁANIA

16 ZDROWIE KONSUMENTÓW I ODŻYWIENIE

Nowe receptury, transparentna komunikacja



20 OPAKOWANIA

Mniej plastiku, więcej recyklingu i certyfikowane materiały opakowaniowe

24 KLIMAT I ZASOBY

Oszczędzanie zasobów, ograniczenie emisji gazów cieplarnianych

28 ZRÓWNOWAŻONE UPRAWY

Zachowanie różnorodności biologicznej, promowanie rolnictwa przyjaznego dla środowiska

30 PRAWA CZŁOWIEKA I ODPOWIEDZIALNE ZAOPATRZENIE

Zaangażowanie na rzecz transparentnego i uczciwego łańcucha dostaw



34 NASI PRACOWNICY

Otwarta kultura korporacyjna, zwinne metody pracy, przestrzeń dla odpowiedzialności i rozwoju

36 ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

Odpowiedzialność społeczna i korporacyjna

38 NASZ WRŁAD

38 UN GLOBAL COMPACT

39 ZASADY, DZIAŁANIA, CELE

39 METRYCZKA

LORENZ TO MY

Od czterech pokoleń tworzymy przekąski dla ludzi na całym świecie i w ten sposób sprawiaemy, że piękne chwile w życiu stają się jeszcze piękniejsze. Wszystko zaczęło się przed 130 laty.

1889. Hermann Bahlsen otwiera w Hanowerze fabrykę herbatników (Hannoversche Cakesfabrik), zatrudniającą dziesięciu pracowników, i tym samym zakłada istniejącą do dziś firmę rodzinną Lorenz. Wkrótce obok słodkich herbatników w asortymencie pojawiają się też słone przekąski.

1935. Wraz z wprowadzeniem słonych paluszków Salzletten tworzymy w Niemczech zupełnie nową kategorię, która zachwyca naszych konsumentów nie tylko tutaj w Niemczech, ale również w wielu innych krajach. Dzisiaj nasze słone paluszki noszą nazwę Saltlets. Obecnie marka ta oferuje wiele



innych produktów, jak na przykład preclle lub krakersy.

1951. Europa ma swoją pierwszą automatyczną linię do produkcji chipsów w Neu-Isenburgu! Stacjonujący tutaj żołnierze amerykańscy napędzają popyt, a my produkujemy pierwsze chipsy ziemniaczane w Niemczech.



1963. Wprowadzamy na rynek niemiecki pierwsze w historii chrupki orzechowe – ErdnußLocken. We Francji przekąski te są obecne już od roku 1960 pod nazwą „Curly”.

1968. Rozpoczynamy produkcję w najnowocześniejszej w ówczesnej Europie fabryce chipsów, zlokalizowanej w Neunburgu vorm Wald w Bawarii. Z biegiem lat powstają kolejne fabryki w Niemczech, Polsce i Rosji.

1992 i 1993.

Od tej pory nasza marka chipsów Crunchips staje się nieodłącznym towarzyszem imprezowiczów – jest Crunchips, jest impreza! Zaledwie rok później wprowadzamy na rynek orzeszki NicNac's The Double-Crunch-Peanut.



1999. Następuje podział firmy Bahlsen na dwa niezależne przedsiębiorstwa. Ruszamy ze słonymi przekąskami własną drogą. Od tej pory nazywamy się Lorenz Snack-World.

2019. W wieku 72 lat, po 45 latach kierowania firmą, Lorenz Bahlsen przekazuje stery swojemu synowi Moritzowi, a tym samym w ręce czwartego pokolenia rodziny.

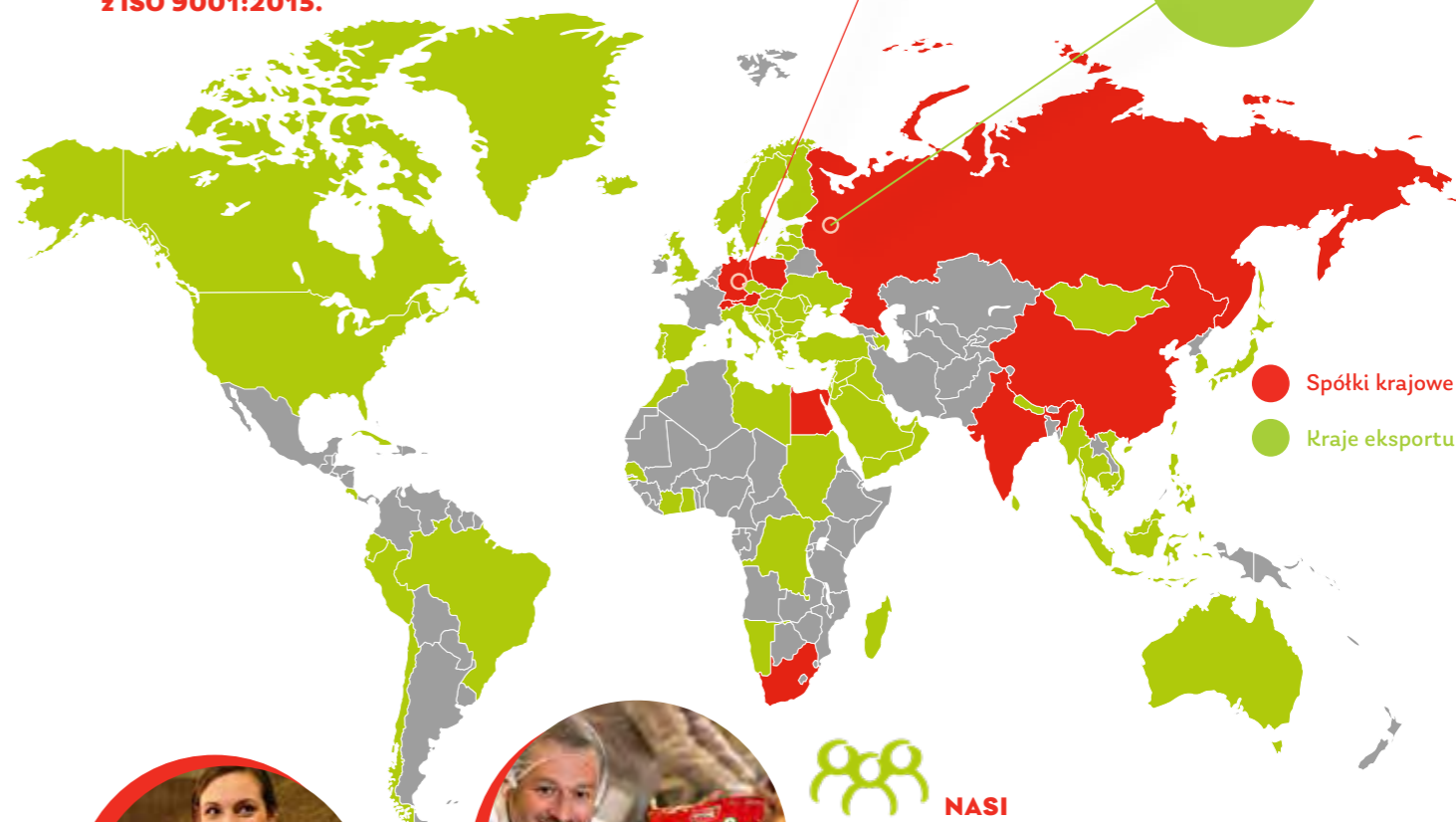
2021. Marka Lorenz zyskuje nowy wizerunek. Poprzez nowe logo Lorenz zobowiązujemy się do znalezienia szczerych odpowiedzi na pytania naszych czasów. W niniejszym raporcie pokazujemy, co już osiągnęliśmy oraz co chcemy zrealizować w przyszłości.

JEDEN ŚWIAT – JEDEN LORENZ

Ponad **3 000 pracowników** troszczy się o to, by nasze produkty cechowały się najwyższą jakością i dawały przyjemność, przy jednoczesnym zachowaniu zasad zrównoważonego rozwoju. Tak dzieje się zarówno w centrali naszej firmy w Neu-Isenburgu w Niemczech (koło Frankfurtu nad Menem), jak i we wszystkich pozostałych lokalizacjach – łącznie **dziewięciu międzynarodowych spółkach krajowych i dystrybucyjnych**, jak również w **sześciu europejskich zakładach produkcyjnych**.

NASZE ZARŁADY PRODUKCYJNE

Nasze fabryki chipsów zlokalizowane są w niewielkiej odległości od naszego najważniejszego surowca – ziemniaka. Gwarantuje to zarówno krótkie drogi transportu, jak i ścisłą partnerską współpracę z rolnikami kontraktowymi. Nasze fabryki są certyfikowane zgodnie ze standardami bezpieczeństwa żywności **IFS Food i BRC Global Standard Food Safety**, a Grupa Lorenz zgodnie z **ISO 9001:2015**.



NASI PRACOWNICY

Niezależnie od tego, gdzie pracujemy – czy to w fabrykach, w terenie, czy w biurach: **jednoczą nas te same wartości**. Razem stale się rozwijamy, uczymy i rośniemy, prowadząc naszą firmę **w kolejne pokolenia**.



Lorenz UWIELBIAMY NASZE PRZEKĄSKI I MARKI



RÓŻNORODNY ASORTYMENT

Nasze marki i produkty są tak **różnorodne i kolorowe jak świat**: chipsy ziemniaczane, chrupki orzechowe i inne przekąski ekstrudowane, produkty ługowane, krakersy, orzeszki, popcorn, chipsy z tortilli i mieszanki przekąsek. Oferujemy markowe przekąski na rozmaite okazje, spełniające najróżniejsze upodobania smakowe oraz odżywcze. Od delikatnie chrupiących po podwójnie chrupnięcie, od lekko solonych po ogniste pikantne, w domu, w pracy lub w drodze, samemu lub wspólnie z rodziną i przyjaciółmi – u nas wszystko kręci się wokół odpowiedniej przekąski na dany moment.

WYJĄTKOWA JAKOŚĆ

Delektowanie się naszymi przekąskami jest doświadczeniem, które angażuje wszystkie zmysły. Mamy **najwyższe wymagania** w stosunku do składników i surowców, a także procesów produkcyjnych i jakości produktów. Dajemy naszym konsumentom gwarancję wysokiej jakości i bezpieczeństwa naszych przekąsek. Bo przyjemność daje tylko taka jakość, która pysznie smakuje.

To jeden z powodów, dla których ludzie uwielbiają nasze przekąski. Niektóre z naszych marek cieszą się uznaniem już ładny kawałek czasu. **Na przykład paluszki Saltletts (wcześniej Salzletten) produkujemy od ponad 85 lat, chrupki ErdnußLocken od ponad 55 lat, a Crunchipsy od ponad 25 lat.**

DZIAŁAMY LOKALNIE I MIĘDZYNARODOWO

W krajach takich jak Niemcy, Polska i Austria **niektóre z naszych marek od wielu lat są liderami** w danej kategorii przekąsek. Oprócz tego przekąski z naszych fabryk eksportujemy do ponad 80 krajów na całym świecie. A ponieważ upodobania konsumentów mogą się znacznie różnić w zależności od regionu, niektóre marki produkujemy tylko w określonych regionach i tylko dla nich.

IDZIEMY Z DUCHEM CZASU

Idziemy z duchem czasu i stale rozwijamy nasze marki. Pracujemy nad innowacyjnymi rozwiązaniami, aby zapewnić jeszcze pełniejszą realizację zasad zrównoważonego rozwoju oraz zdrowsze przekąski. Dotyczy to na przykład produktów zawierających **składniki bogate w błonnik**, takie jak nasiona chia i lnu, soczewica czy komosa ryżowa. Ponadto tworzymy koncepty produktowe oparte na **trendzie lokalności i regionalności**, jak na przykład mieszanki orzechowo-bakaliowe z lokalnymi składnikami.

Oczywiście stale rozwijamy też wizerunek naszych marek. Przy tym duże znaczenie przywiązujemy do tego, aby **nie generować niepotrzebnych odpadów**. Dlatego opakowania z nowym designem wprowadzamy stopniowo, marka po marce, dopiero po wyczerpaniu zapasu materiałów z dotychczasową grafiką.

SILNE MARKI



SILNE INNOWACJE





DZIAŁAMY NA RZECZ BARDZIEJ ZRÓWNOWAŻONEJ PRZYSZŁOŚCI

NASZA MOTYWACJA

Przyświeca nam tylko jedno: **RADOŚĆ ŻYCIA**. Bo ludzie potrzebują radości życia. Leży to w naszej naturze, a delektowanie się przekąskami jest tego częścią. Nasze przekonanie oznacza jednocześnie wzięcie **ODPOWIEDZIALNOŚCI** za to, by **beztroska radość życia istniała także w przyszłości**. Jako firma rodzinna myślimy długofalowo i prowadzimy biznes w sposób zrównoważony. Nie działamy z myślą o przyszłych kwartałach, ale z myślą o przyszłych pokoleniach. Dlatego każdego dnia podejmujemy działania zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju na rzecz środowiska, społeczeństwa i naszego przedsiębiorstwa. Jesteśmy zdeterminowani, aby wciąż ulepszać właściwości odżywcze naszych produktów oraz ekologiczne i społeczne skutki naszych działań. Oferujemy więc przekąski, które zawsze są autentyczne, mają wysoką jakość i są po prostu smaczne.

NASZE OBSZARY DZIAŁANIA

Wprowadzając nasze postanowienie w życie, zadaliśmy sobie pytanie, w jakich obszarach możemy zrobić **najwięcej na rzecz bardziej zrównoważonej przyszłości**. Obszary te porównaliśmy z wartościami naszej firmy. Sprawdziliśmy, które obszary są najważniejsze dla społeczeństwa oraz dla naszych konsumentów, pracowników i partnerów. Na tej podstawie wyznaczyliśmy siedem priorytetowych obszarów działania, które ujęliśmy w dwóch odrębnych zakresach działania: **Ludzie i Planeta**.



- Zdrowie konsumentów i odżywianie
- Prawa człowieka i odpowiedzialne zaopatrzenie
- Nasi pracownicy
- Zaangażowanie społeczne



- Opakowania
- Klimat i zasoby
- Zrównoważone uprawy

LUDZIE

Skoro naszą motywacją jest radość życia, to w centrum naszej uwagi musi znajdować się człowiek. Dlatego jako producent przekąsek wyznaczyliśmy sobie konkretne cele, które skupiają się przede wszystkim wokół **zdrowia konsumentów i odżywiania**. Ważniejsze od cieszenia się smakiem jest poszanowanie praw człowieka oraz transparentne i uczciwe łańcuchy dostaw. Oprócz tego, gdzie tylko możemy, wspieramy ludzi będących w potrzebie. Na takich założeniach opieramy nasze działania i inicjatywy.

PLANETA

Skoro w centrum naszej uwagi jest człowiek, to również ochrona środowiska. Ponieważ my, ludzie, potrzebujemy bezpiecznego i zdrowego środowiska oraz przyrody. Do naszych produktów niezbędnych jest także wiele zasobów i surowców. I właśnie tutaj dostrzegamy naszą szczególną odpowiedzialność ekologiczną. Od uprawy poprzez produkcję, od transportu aż do utylizacji opakowań pracujemy nad tym, aby możliwie oszczędnie i efektywnie gospodarować surowcami, wodą, energią, materiałami i powierzchnią uprawną oraz promować gospodarkę o obiegu zamkniętym.

W CENTRUM UWAGI FIRMY LORENZ: OPAKOWANIA I ODŻYWIANIE

Wszystko, co realizujemy w naszych siedmiu obszarach działania, jest ważne i wnosi istotny wkład w zrównoważony rozwój firmy Lorenz i naszych partnerów. Na przykład podczas pracy nad celami klimatycznymi lub na rzecz transparentnych i uczciwych łańcuchów dostaw. Jednak dwa obszary działania mają dla nas szczególne znaczenie. Jako producent słonych przekąsek możemy bowiem najwięcej zrobić dla naszych konsumentów i środowiska w zakresie „**Opakowań**” oraz „**Zdrowia konsumentów i odżywiania**”. Dlatego na tych właśnie

obszarach skupiamy naszą uwagę. Pracujemy nad tym, aby nasze przekąski były zdrowsze, jednocześnie zachowując swój charakter. Rozpoczyna się to już na etapie wyboru surowców, poprzez procesy produkcyjne, aż po przejrzystość składników i zawartości. Ponieważ nasze przekąski są artykułem spożywczym, konieczne jest również spełnianie wysokich wymagań w zakresie stosowanych opakowań. Rozwiązania alternatywne, przyjazne dla środowiska, jak dotąd są rzadkością. Dlatego redukujemy zużycie materiałów, w szczególności plastiku, oraz poprawiamy przydatność do recyklingu.

NASZE NAJWAŻNIEJSZE CELE W SKRÓCIE

Na najbliższe lata i dziesięciolecia wyznacziliśmy sobie ambitne cele w naszych najważniejszych obszarach działania. Zdefiniowaliśmy je w oparciu o wymagania, jakie stawiają nam nasi interesariusze oraz my sami. Uwzględniliśmy przy tym standardy panujące w branży oraz analizy własnego potencjału.

Wszystkie cele odnoszą się do całej Grupy oraz do wszystkich lokalizacji. Aby je zrealizować, prowadzimy międzynarodową interdyscyplinarną współpracę we wszystkich obszarach przedsiębiorstwa. Każdy pracownik ma w tym swój udział – w większym lub mniejszym stopniu. W przyszłości będziemy regularnie informować o postępach w realizacji naszych celów.

OPAKOWANIA

**-15%
PLASTIKU**

Do roku 2025 chcemy zmniejszyć zużycie plastiku w naszych opakowaniach jednostkowych o 15% w porównaniu z rokiem 2019.

**100%
PRZYDATNOŚCI DO
RECYKLINGU**

Do końca 2022 roku 90% naszych opakowań jednostkowych będzie nadawało się do recyklingu (100% do 2025 roku).

**100%
CERTYFIKACJI
FSC®**

Do końca 2021 roku będziemy zaopatrywać się wyłącznie w materiały papierowe z certyfikatem FSC®.

ZDROWIE KONSUMENTÓW I ODŻYWIANIE

**-15%
SOLI**

Do roku 2025 chcemy zmniejszyć zawartość soli w całym asortymencie naszych produktów o 15% w porównaniu z rokiem 2019.



Nowe produkty już teraz mają zawierać o 15% mniej soli niż przeciętnie zawierają istniejące produkty danej marki.

KLIMAT I ZASOBY

**ZEROWA
EMISJA
NETTO**

Do roku 2045 osiągniemy zerową emisję netto w całym łańcuchu wartości.



Do roku 2030 ograniczymy nasze emisje w zakresie 1 i zakresie 2 o 50% w porównaniu z rokiem 2019.

Do roku 2030 będziemy neutralni klimatycznie w zakresie 1 i zakresie 2 (dzięki projektom ochrony klimatu).

PRAWA CZŁOWIEKA I ODPOWIEDZIALNE ZAOPATRZENIE

**AUDYTY
SMETA**

Do końca roku 2022 wszystkie nasze zakłady produkcyjne zostaną poddane audytom według procedury SMETA.



Wdrożymy nasz Kodeks Postępowania w naszym przedsiębiorstwie i u naszych dostawców.

DLA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU



Jako sygnatariusz inicjatywy Global Compact aktywnie wspieramy Agendę ONZ 2030 z jej 17 Celami Zrównoważonego Rozwoju (SDGs). Mają one zapewnić do roku 2030 godne życie dla wszystkich mieszkańców świata przy równoczesnej ochronie środowiska naturalnego. Są one skierowane do społeczności międzynarodowej – innymi słowy do wszystkich: do rządów na całym świecie, ale także społeczeństwa

obywatelskiego, środowiska nauki oraz sektora prywatnego. Obejmują one aspekty ekonomiczne, ekologiczne i społeczne. Przyjrzelśmy się dokładniej Celom Zrównoważonego Rozwoju, aby ocenić, w przypadku których mamy największe możliwości lub też rzeczywiście możemy coś zmienić. Jest to następujących pięć Celów Zrównoważonego Rozwoju:



Dobre zdrowie i jakość życia, SDG 3: Realizację tego celu możemy wspierać dzięki naszym działaniom w obszarze **Zdrowie konsumentów i odżywianie** (por. strony 16 do 19).



Odpowiedzialna konsumpcja i produkcja, SDG 12: W ten cel wpisują się zarówno nasze działania w zakresie **Opakowań** (por. strony 20-23), jak i w obszarze **Zdrowia konsumentów i odżywiania**.



Działania w dziedzinie klimatu, SDG 13: Nasze zaangażowanie na rzecz ochrony klimatu opisujemy w rozdziale **Klimat i Zasoby** na stronach 24 do 27.



Wzrost gospodarczy i godna praca, SDG 8: Nad realizacją tych celów pracujemy w naszych obszarach działania **Prawa człowieka i odpowiedzialne zaopatrzenie** (od strony 30) oraz **Nasi pracownicy** (od strony 34).



Partnerstwa na rzecz celów, SDG 17: Jest to ważne dzisiaj i w przyszłości we **wszystkich naszych obszarach działania** (przykładem są nasze partnerstwa w zakresie **Odpowiedzialne zaopatrzenie**, o których mowa na stronach 32 do 33).

NASZ ZESPÓŁ CSR...



W Lorenz łączymy siły, by zwiększać skuteczność naszych działań. Dlatego Społeczna Odpowiedzialność Biznesu (Corporate Social Responsibility – CSR) jest u nas realizowana na najwyższym szczeblu: Nasz CSR Core Team raportuje bezpośrednio do Executive Board (Zarządu), który stawia zrównoważony rozwój w centrum naszej strategii korporacyjnej. Oprócz tego CSR Core Team ściśle współpracuje ze wszystkimi działami naszego przedsiębiorstwa, dążąc do tego, by zrównoważony rozwój stał się integralną częścią naszej pracy. **Działają w następujący sposób:** Nasz Core Team opracowuje strategię CSR, definiuje nasze cele i ramy działania oraz koordynuje realizację działań w skali międzynarodowej. Zespół ten wspierany jest przez

tw. Partnerów Lokalnych ds. CSR w naszych organizacjach krajowych, którzy odpowiadają tam za poszczególne działania i dbają o ich realizację. Oprócz tego wielu kolegów z działów międzynarodowych, jak na przykład działu opakowań lub rozwoju produktu, zakupów czy technicznego, wdraża własne projekty i działania z zakresu CSR jako Partnerzy Biznesowi ds. CSR. Angażują się także w ich integrację wewnątrz przedsiębiorstwa i są za nie odpowiedzialni w zakresie swojej specjalizacji lub kompleksowo, na szczeblu lokalnym lub międzynarodowym. **Dzięki tej tzw. zwinnej formie organizacyjnej, opartej na powiązaniach sieciowych, możliwa będzie jeszcze skuteczniejsza realizacja założeń Społecznej Odpowiedzialności Biznesu we wszystkich obszarach przedsiębiorstwa.**

... W DIALOGU z NASZYMISZYMI INTERESARIUSZAMI

Aby działać jeszcze skuteczniej w poszczególnych obszarach działania, kładziemy duży nacisk na stałą komunikację z naszymi interesariuszami. Na przykład tematy z zakresu CSR oraz osoby za nie odpowiedzialne są stałym elementem spotkań zarządów naszych spółek oraz spotkań informacyjnych dla pracowników. O naszych planach, projektach i osiągnięciach oczywiście informujemy i omawiamy je w firmowym intranecie oraz naszym magazynie pracowniczym. Jednak by móc dalej się rozwijać, staramy się wychodzić poza utrwalone schematy. Dlatego komunikacja z naszymi zewnętrznymi interesariuszami, jak również perspektywy i wymagania naszych konsumentów, partnerów handlowych, dostawców, organizacji pozarządowych i organów ustawodawczych są dla nas szczególnie ważne. Aktywnie uczestniczymy także w inicjatywach branżowych, takich jak UN Global Compact czy Inicjatywy na rzecz Zrównoważonego Rozwoju Branży Orzechów (Sustainable Nut Initiative – SNI), gdzie wspólnie z innymi członkami poszukujemy rozwiązań dla globalnych wyzwań.

JAK SPRAWIĆ, BY SŁONE PRZEKAŚKI BYŁY ZDROWSZE?

CZY SĄ ALTERNATYWNE OPAKOWANIA?

JAK ZADBAĆ O ŚWIAT DLA PRZYSZYŁYCH POKOLEŃ?



CSR CORE TEAM przy pracy

NOWE RECEPTURY, TRANSPARENTNA KOMUNIKACJA



UWIELBIAMY NASZE PRODUKTY ZA TO, CZYM SĄ:

Słonymi przekąskami, które po prostu są pyszne i dają przyjemność.

Mamy świadomość tego, że nasze marki to nie są warzywa. Chcemy jednak, by nasze przekąski wpisywały się w nowoczesny styl życia i trendy żywieniowe, dlatego stale doskonalimy nasze receptury. Dotyczy to z jednej strony optymalizacji istniejących profili wartości odżywczych, na przykład poprzez zmniejszenie zawartości soli. Z drugiej strony opracowujemy nowe warianty przekąsek, które odpowiadają na różne potrzeby konsumentów, na przykład są zgodne z dietą bezglutenową lub wegańską.

STAWIAMY NA TRANSPARENTNOŚĆ

Niezależnie jak różne są profile wartości odżywczych naszych przekąsek: ważne jest dla nas, by każdy mógł od razu zobaczyć, co one zawierają. Oprócz tabeli wartości odżywczych na naszych opakowaniach umieszczamy ikony informujące o tym, które produkty są na przykład **bezglutenowe** lub **wegańskie**. W Niemczech i Austrii na froncie opakowań znajduje się również dobrze widoczne oznaczenie Nutri-Score, co zwiększa transparentność na półkach sklepowych.

MNIEJ ZNACZY WIĘCEJ

Nasze założenie: przy doborze składników kierujemy się tym, co jest niezbędne dla zapewnienia smaku. **Ponadto zwracamy uwagę na obecność alergenów we wszystkich składnikach i staramy się ich unikać. Opracowujemy także receptury, które pasują do wielu różnych diet i stylów życia.** Obecnie w naszej ofercie znajduje się wiele produktów wegetariańskich i wegańskich, a także kilka produktów z obniżoną zawartością tłuszczu. Informujemy o tym za pomocą dobrze widocznych ikon na naszych opakowaniach. Dzięki temu każdy może szybko i łatwo znaleźć na półce sklepowej przekąskę idealną dla siebie.



MNIEJ SOLI, WIĘCEJ RÓŻNORODNOŚCI

Stale udoskonalamy właściwości odżywcze naszych produktów. Jednym z głównych celów jest zmniejszenie zawartości soli w naszych przekąskach. W nowych produktach zawartość soli ma być o 15% niższa niż średnia dla danej marki. Do 2025 roku zmniejszymy zawartość soli w całym asortymencie naszych produktów o 15% w porównaniu z rokiem 2019. Ponadto przy rozwoju naszych produktów skupiamy się na tym, by oferować smaczne przekąski o lepszych profilach wartości odżywczych, na przykład poprzez stosowanie surowców o wysokiej zawartości błonnika, takich jak mąki pełnoziarniste czy ziarna roślin strączkowych. Dobrym przykładem jest produkt Saltletts PausenCracker z mąką pełnoziarnistą oraz z nasionami chia, lnu i sezamem, który wprowadziliśmy na rynek w roku 2019. Nad tym, by przekąski spełniały oczekiwania wszystkich konsumentów, czuwa między-narodowy i interdyscyplinarny zespół, w którym ramię w ramię pracują przedstawiciele działu rozwoju produktu, jakości i marketingu.



CEL LORENZ

OBNIŻENIE ZAWARTOŚCI SOLI

Naszym celem jest zmniejszenie do roku 2025 zawartości soli w całym asortymencie naszych produktów o 15% w porównaniu z rokiem 2019. Nowe produkty już teraz mają zawierać o 15% mniej soli niż średnio zawierają istniejące produkty danej marki.

-15% SOLI





Oliver Sesto odpowiada w dziale rozwoju produktu w Lorenz za obszar „Odżywianie”.

NIE KIERUJEMY REKLAM DO DZIECI

Chcemy pokazać, że produkty, które dostarczają przyjemności i dają radość życia, nie muszą pozostawać w sprzeczności z odpowiedzialnością biznesową i transparentnością. Oznacza to nie tylko transparentną i otwartą komunikację, ale także kierowanie jej do właściwych odbiorców. Dlatego też od wielu lat deklarujemy, że naszej reklamy nie adresujemy do dzieci, i w związku z tym jesteśmy **członkiem inicjatywy EU Pledge**. Konkretnie zobowiązujemy się nie kierować reklam do grupy docelowej poniżej 14. roku życia oraz nie używać żadnych obrazów, które przedstawiają wyłącznie dzieci lub motywy związane z dziećmi, jak np. urodziny dzieci.

WIĘKSZA TRANSPARENTNOŚĆ NA PÓLKACH SKLEPOWYCH

Na początku 2021 roku wprowadziliśmy oznaczenie Nutri-Score na naszych produktach Saltletts, ErdnußLocken i Rohnscheiben w Niemczech i Austrii. Wiele innych naszych marek już poszło w ich ślady. **Tym samym staliśmy się pierwszym producentem produktów markowych w kategorii słonych przekąsek, który stosuje to nowe i przyjazne konsumentom oznaczenie artykułów spożywczych.** Pięciostopniowa skala oznaczona kolorami i literami umożliwia szybkie porównanie wartości odżywczych produktów tej samej kategorii. Ciemnozielone „A” oznacza raczej korzystny, a czerwone „E” mniej korzystny skład wartości odżywczych danego produktu. „Mimo że nasze produkty ze względu na ich gęstość energetyczną praktycznie nie mają szans na klasyfikację w grupie „A” lub „B”, świadomie zdecydowaliśmy się na stosowanie systemu Nutri-Score. Ponieważ transparentność jest dla nas ważna – wyjaśnia Oliver Sesto, który w firmie Lorenz odpowiada za obszar Odżywianie. Dzięki zastosowaniu tego dobrowolnego oznaczenia informujemy konsumentów o profilach wartości odżywczych, ułatwiamy orientację przy półce w sklepie, a tym samym wspieramy odpowiedzialne odżywianie. Naszym celem jest wprowadzenie oznaczenia Nutri-Score wszędzie tam, gdzie pozwalają na to przepisy prawa.

CEL LORENZ

NUTRI-SCORE DLA WIĘKSZEJ TRANSPARENTNOŚCI

Do końca 2022 roku wszystkie marki sprzedawane przez nas w Niemczech i Austrii będą oznaczone na opakowaniach etykietą Nutri-Score, co zapewni większą przejrzystość na półkach sklepowych.

PRZEKĄSKI LORENZ SĄ „CZĘSTO DOBRE DŁUŻEJ”

Według szacunków Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) co roku na całym świecie około 1,3 miliarda ton żywności trafia do koszy na śmieci. Jako producent czujemy się odpowiedzialni i szukamy sposobów na zapobieganie marnowaniu żywności. Jedną z najczęstszych przyczyn marnowania żywności jest mylenie przez konsumentów podanej na opakowaniu daty przydatności do spożycia („najlepiej spożyć przed”) z datą ważności („należy spożyć do”). Dlatego w Niemczech i Austrii angażujemy się w kampanię edukacyjną „Często dobre dłużej” i w ten sposób przyczyniamy się do zapobiegania marnowaniu żywności w gospodarstwach domowych. Od początku 2021 roku na wielu naszych produktach umieszczamy **etykieta „Często dobre dłużej”, będącą częścią kampanii edukacyjnej „Too Good To Go”.** Zachęca to konsumentów do przyjrzenia się produktowi oraz użycia zmysłu węchu i smaku do samodzielnego podjęcia decyzji, czy produkt nadal nadaje się do zjedzenia.



MNIEJ PLASTIKU WIĘCEJ RECYKLINGU I CERTYFIKOWANE MATERIAŁY OPAKOWANIOWE

Lorenz

OPAKOWANIA W CENTRUM UWAGI

Przydatność do spożycia, ochrona podczas transportu, bezpieczeństwo produktu i zachowanie smaku

Nasze opakowania muszą spełnić wiele wymagań, aby zapewnić smak i przyjemność naszych przekąsek. W naszym szerokim asortymencie produktów wykorzystujemy wiele różnych rodzajów opakowań z najróżniejszych materiałów. Oszczędność i optymalizacja w tym zakresie są dobrym krokiem na drodze do bardziej zrównoważonego rozwoju.

Wchodzimy w to.



REDUKCJA, RECYKLING, ZMIANA

Redukowanie plastikowych odpadów i mikroplastiku jest jednym z najpilniejszych wyzwań dotyczących ochrony środowiska. Oznacza to, że w obszarze opakowań możemy wnieść bezpośredni, znaczący wkład w ochronę środowiska i oszczędne obchodzenie się z zasobami. Nasza zasada brzmi „redukcja, recykling, zmiana”: Postawiliśmy sobie za cel ograniczenie plastiku do niezbędnego minimum, zwiększenie przydatności do recyklingu oraz wszędzie tam, gdzie będzie to możliwe, stosowanie bardziej zrównoważonych i przyjaznych dla środowiska materiałów.



WSZYSTKIE OPAKOWANIA POD LUPĄ

Najlepsza ochrona produktu dla zachowania wysokiej jakości przy możliwie najmniejszym opakowaniu. Już teraz puste opakowanie chipsów waży zaledwie kilka gramów. Mimo to szukamy sposobów, aby jeszcze bardziej ograniczyć zużycie plastiku w celu ochrony zasobów. Przy tym interesują nas nawet najdrobniejsze szczegóły. Nasz międzynarodowy zespół ds. opakowań analizuje każdą z naszych marek, aby ustalić, w jaki sposób możemy jeszcze bardziej zredukować ilość plastiku. Nie jest to łatwym zadaniem, ponieważ opakowania w dalszym ciągu muszą spełniać wszystkie wymagania w zakresie bezpieczeństwa żywności, ochrony i jakości produktu. W szczególności sprawdziliśmy, gdzie możemy z jednej strony zmniejszyć grubość stosowanych przez nas folii, a z drugiej strony skrócić istniejące opakowania foliowe. **Równolegle poszukujemy nowych, innowacyjnych rozwiązań, które pomogą nam zrealizować nasz cel: do końca 2025 roku chcemy zmniejszyć zużycie tworzyw sztucznych w naszych opakowaniach jednostkowych o 15% w porównaniu z rokiem 2019.**

„Dzięki ograniczaniu zużycia plastiku i zrównoważonej optymalizacji opakowań wnosimy istotny wkład w ochronę środowiska i zasobów.”



Ly Vu jest odpowiedzialna w Lorenz za Zarządzanie Opakowaniami.



CEL LORENZ

ZMNIEJSZENIE ZUŻYCIA PLASTIKU

-15%

PLASTIK

DO ROKU 2025

Do końca roku 2025 chcemy zmniejszyć zużycie plastiku w naszych opakowaniach jednostkowych o 15% w porównaniu z rokiem 2019.



GOSPODARKA O OBIEGU ZAMKNIĘTYM

Stosujemy materiały nadające się do recyklingu, które mogą być segregowane i poddawane recyklingowi zgodnie z funkcjonującymi systemami utylizacji odpadów.

nadaje się do recyklingu. O recyklingu myślimy także w kontekście kartonów zbiorczych, w których dostarczamy nasze produkty do klientów: kartony z certyfikatem FSC® zadrukowujemy tylko jednym kolorem, ponieważ zwiększa to ich przydatność do recyklingu. I chcemy stać się jeszcze lepsi: **Do końca 2022 roku do recyklingu będzie nadawało się 90% naszych opakowań jednostkowych, a do końca 2025 roku zmienimy pozostałe 10%.** Ta konsekwentna zmiana w przyszłości umożliwi lepszą segregację materiałów oraz ich ponowne przetwarzanie jako surowca z recyklingu na nowe produkty z tworzyw sztucznych.



ZAPROJEKTOWANE DO RECYKLINGU

Orzeszki w słoiku, chipsy w papierowej torebce?

Badamy wiele różnych materiałów, aby sprawdzić, czy mogą stanowić odpowiednią, bardziej zrównoważoną alternatywę dla folii z tworzyw sztucznych. Obecnie jesteśmy jednak nadal zdani na jej stosowanie, między innymi dlatego, że zależy nam na tym, aby konsekwentnie utrzymać nasze wysokie standardy w zakresie bezpieczeństwa produktów i jakości naszych przekąsek, a także możliwie długiej przydatności do spożycia. Tam, gdzie nie możemy zrezygnować z plastiku, dążymy do recyklingu. **Dlatego oprócz unikania odpadów robimy wszystko, co w naszej mocy, aby jeszcze bardziej zwiększyć przydatność do recyklingu naszych opakowań z tworzyw sztucznych w obiegu zamkniętym, czyli możliwość ich ponownego wykorzystywania.** Już teraz w przypadku większości naszych marek chipsów, chrupek ErdnußLocken oraz wszystkich innych produktów ekstrudowanych, a także produktów marki Saltlets używamy opakowań z monomateriałów. Każde z tych opakowań już dzisiaj

CEL LORENZ
Do końca 2022 roku **90%** naszych opakowań podstawowych będzie nadawało się do recyklingu.

WIĘCEJ PRZYDATNOŚCI DO RECYKLINGU

KARTON I PAPIER Z ODPOWIEDZIALNYCH ŹRÓDEŁ

Najlepsze odpady opakowaniowe to te, które wogóle nie powstają. Tam, gdzie są nieuniknione – podczas transportu i w celu ochrony naszych produktów – dbamy o to, aby nasze opakowania pochodziły z odpowiedzialnych źródeł. Dlatego przy stosowaniu materiałów opakowaniowych na bazie drewna opieramy się na certyfikacji Forest Stewardship Council® (FSC® - C133957). FSC® określa międzynarodowe standardy ekologiczne i społeczne dla zrównoważonej gospodarki leśnej. Regularne audyty i szkolenia dla pracowników gwarantują, że wszystkie nasze opakowania opatrzone etykietą FSC® faktycznie zostały wyprodukowane z odpowiednich surowców. Wszystkie materiały z certyfikatem FSC® są identyfikowalne na każdym etapie naszego łańcucha procesów. Dlatego we wszystkich naszych zakładach produkcyjnych i centralach spełniamy wymagania

standardu FSC® dla wzorowej gospodarki leśnej. 100% używanych przez nas kartonów posiada certyfikat FSC® Mix i składa się w przeważającej części z materiałów pochodzących z recyklingu. Oprócz tego już teraz dużą część pozostałych materiałów z włókien drzewnych pozyskujemy z certyfikatem FSC® Mix.



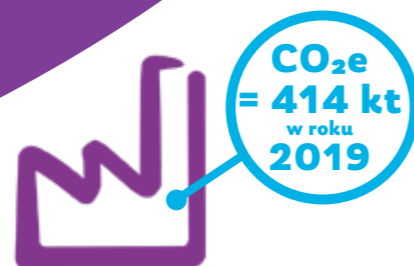
Znak odpowiedzialnej gospodarki leśnej.

CEL LORENZ
100% CERTYFIKACJI FSC®
Do końca 2021 roku chcemy zaopatrywać się w opakowania kartonowe, tuby, materiały POS oraz etykiety papierowe wyłącznie z certyfikatem FSC®.



OSZCZĘDNOŚĆ ZASOBÓW, ZMNIJSZENIE EMISJI GAZÓW CIEPLARNIANYCH

Lorenz

EKWIWALENT CO₂ FIRMY
LORENZ W 2019 ROKU

ZMIANY KLIMATU ...

... to jeden z najbardziej palących problemów naszych czasów – i wszyscy wiemy, czego się od nas oczekuje:

- ochrony zasobów
- oszczędności energii
- ograniczenia emisji CO₂ i innych gazów cieplarnianych

Zmniejszamy zużycie zasobów oraz wynikające z tego emisje w naszym łańcuchu wartości. Większość naszego zapotrzebowania na energię pokrywamy gazem ziemnym. Nie możemy go jeszcze niczym zastąpić, ale przynajmniej możemy ograniczać zużycie. Tam, gdzie korzystamy z energii elektrycznej, stawiamy na energię ze źródeł odnawialnych i część naszego zapotrzebowania na energię elektryczną wytwarzamy we własnym zakresie. Chcemy zrobić to, co leży w zakresie naszych możliwości, aby ograniczyć globalne ocieplenie do 1,5°C: do 2045 roku chcemy osiągnąć zerową emisję netto.

MIERZYMY I POPRAWIAMY WYNIKI

Zrównoważone gospodarowanie energią oraz efektywne wykorzystywanie zasobów jest dla nas ważne od wielu lat. Już w 2012 roku we wszystkich naszych niemieckich lokalizacjach korzystaliśmy z energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych. **Teraz po raz pierwszy wyliczyliśmy nasz ślad węglowy za rok 2019 zgodnie z oficjalnym standardem Protokołu Gazów Ciepłarnianych (Greenhouse Gas Protocol – GHG Protocol) i wiemy dokładnie, w jakim miejscu się znajdujemy, jeśli chodzi o emisję CO₂ i gazów cieplarnianych.**

W ramach analizy naszego śladu węglowego analizowaliśmy trzy odrębnie zdefiniowane zakresy pod kątem emisji gazów cieplarnianych:

1. **Emisje generowane bezpośrednio przez urządzenia pracujące w naszym przedsiębiorstwie i naszą flotę pojazdów.**
2. **Emisje generowane przez zakupioną przez nas energię.**
3. **Wszystkie emisje powstające wzdłuż naszego łańcucha wartości.**

NASZ STATUS QUO

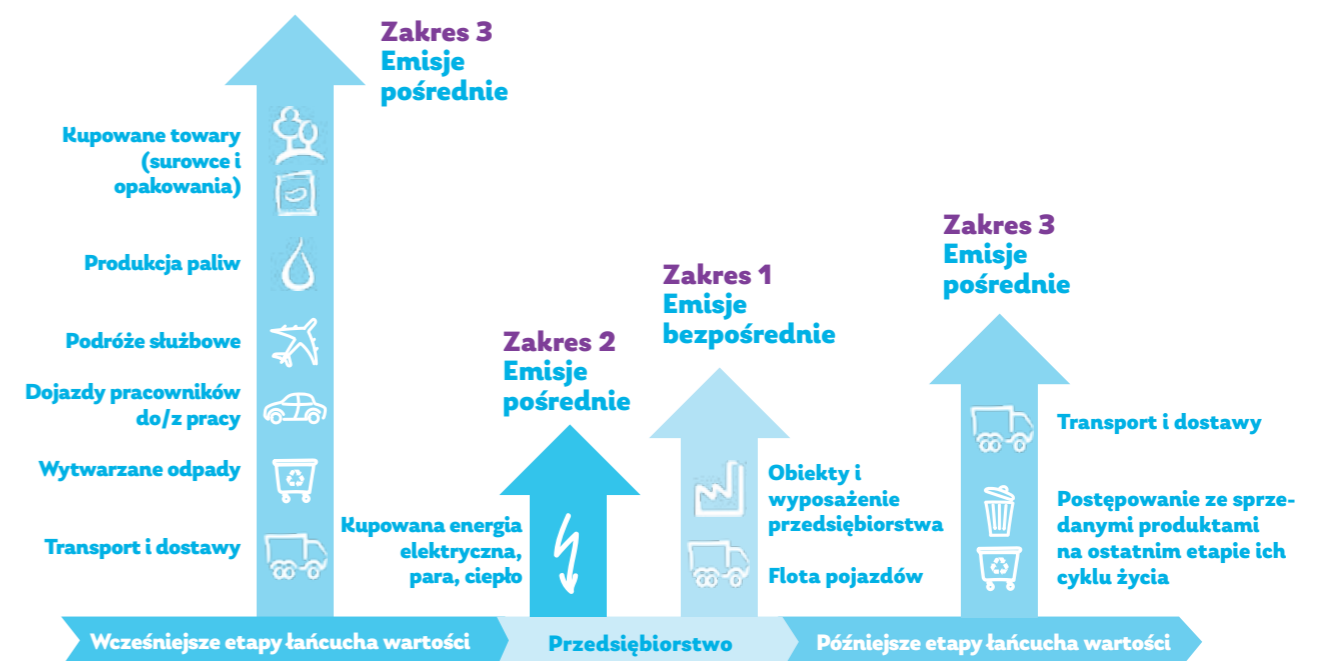
ŚLAD WĘGLOWY GRUPY LORENZ

Ślad węglowy dla Grupy Lorenz za rok 2019 to ekwiwalent CO₂ (CO₂ e) na poziomie 414 kt. Jest to wartość, do której będziemy odnosić pomiary w kolejnych latach. Z analizy wynika, że na prawie jedną czwartą emisji możemy wpływać bezpośrednio w naszych lokalizacjach. Największa ilość CO₂ (77%) emitowana jest przed i po produkcji – na przykład podczas uprawy i produkcji wykorzystywanych przez nas surowców lub podczas transportu naszych produktów do sprzedawców detalicznych. W szczególności, w ścisłej współpracy z naszymi dostawcami i usługodawcami, chcemy osiągnąć poprawę w zakresie 3. **Podsumowując, wyznaczaliśmy cele klimatyczne dla całego przedsiębiorstwa i rozpoczęliśmy ich realizację.**

NASZE TRZY GŁÓWNE ŹRÓDŁA EMISJI W ROKU 2019



NASZ ŚLAD WĘGLOWY ANALIZA ŁAŃCUCHA WARTOŚCI



3 ZAKRESY NASZEGO ŚLADU WĘGLOWEGO:

ZAKRES 1: Bezpośrednie emisje z naszych zakładów produkcyjnych, lokalizacji biurowych i handlowych oraz floty pojazdów.

ZAKRES 2: Emisje pośrednie wynikające z energii dostarczanej z zewnątrz, np. energii elektrycznej, ciepła, pary i in.

ZAKRES 3: Emisje pośrednie występujące wzdłuż całego łańcucha wartości, np. podczas produkcji surowców, transportu i usuwania odpadów.

KROK PO KROKU TAK POPRAWIAMY NASZ ŚLAD WĘGLOWY



1

WYKORZYSTUJEMY ENERGIĘ ELEKTRYCZNĄ Z ODNAWIALNYCH ŹRÓDEŁ. Sześć naszych fabryk i większość biur korzysta już z zielonej energii elektrycznej wytwarzanej w elektrowniach wiatrowych i wodnych. Do 2023 roku zapotrzebowanie na energię elektryczną we wszystkich lokalizacjach będzie pokrywane przez energię z odnawialnych źródeł. Do produkcji naszych przekąsek używamy jednak przede wszystkim gazu ziemnego, a więc kopalnego surowca energetycznego. Jest to jedno z naszych największych wyzwań, ponieważ jak dotąd nie ma praktycznie żadnych zrównoważonych alternatyw, którymi moglibyśmy pokryć zapotrzebowanie na tę energię niezbędną do procesów pieczenia i smażenia w sposób bardziej oszczędzający zasoby. Dlatego wciąż pracujemy nad zmniejszeniem ilości zużywanego przez nas gazu ziemnego, jednocześnie poszukując nowych rozwiązań.

2

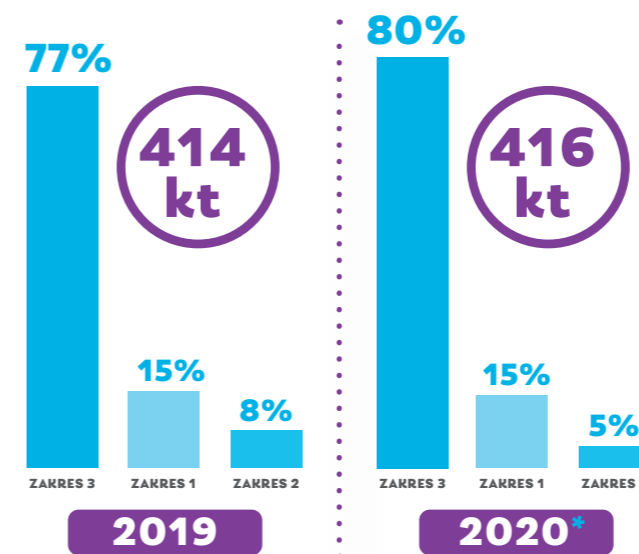
SAMI WYTWARZAMY CZĘŚĆ POTRZEBNEJ NAM ENERGII. Tam, gdzie jest to możliwe i uzasadnione, wytwarzamy własną energię elektryczną. Na przykład w zakładzie produkcyjnym w Hankensbüttel montowana jest obecnie instalacja fotowoltaiczna o mocy 830 kWp, która od 2022 roku pokryje ok. 9% zapotrzebowania na energię elektryczną w tej lokalizacji. Planowane są już kolejne instalacje w innych naszych lokalizacjach. W zakładach w Neunburgu i Krebbe posiadamy własne elektrociepłownie blokowe. Większość wytwarzanej przez nie energii elektrycznej i ciepła wykorzystujemy na własne potrzeby. Na przykład fabryka w Neunburgu 17% swojego zapotrzebowania na energię pokrywa z instalacji przyzakładowej. W Neunburgu i Stanowicach posiadamy również własne instalacje biogazu, w których do wytwarzania energii wykorzystywane są odpady produkcyjne.

3

OSZCZĘDZAMY ENERGIĘ I OPTIMALIZUJEMY NASZE PROCESY. Wszystkie nasze niemieckie lokalizacje posiadają certyfikowany system zarządzania energią zgodny z normą ISO 50001. Oznacza to, że odpowiednio dokumentujemy i analizujemy zużycie energii w naszych lokalizacjach. Na tej podstawie stale optymalizujemy nasze procesy i zwiększamy naszą efektywność energetyczną. Przechodzimy na oświetlenie LED, stosujemy systemy odzyskiwania ciepła i wykorzystujemy nowoczesne maszyny energooszczędne. W latach 2014-2019 zmniejszyliśmy emisję gazów cieplarnianych w obszarze logistyki o 24%. W marcu 2020 roku otrzymaliśmy za to wyróżnienie „Lean & Green 1st Star” przyznawane przez inicjatywę non-profit GS1 Germany.



CAŁKOWITY ŚLAD WĘGLOWY (CO₂e, wartość oparta na rynku)



* Dane logistyczne dla Niemiec pochodzą z roku 2019 i zostaną zaktualizowane, jak tylko dostępne będą aktualne dane za rok 2020.

4

OSZCZĘDZAMY ZASOBY. Aby utrzymać zużycie zasobów w naszych fabrykach na jak najniższym poziomie, stawiamy na odzysk. Z wody, której używamy do płukania plastrów ziemniaków, ekstrahujemy skrobię. Znajduje ona zastosowanie w naszej produkcji. Także obierki ziemniaków wykorzystywane są jako surowiec naturalny do wytwarzania energii w naszych własnych lub zewnętrznych instalacjach biogazu. Przefiltrowaną i uzdatnioną wodę wykorzystujemy do wstępnego mycia ziemniaków, zmniejszając w ten sposób jej zużycie. Posiadamy również własne oczyszczalnie ścieków w zakładach w Neunburgu i Stanowicach.

WYZWANIE

DLACZEGO EMISJE POŚREDNIE STANOWIĄ WYZWANIE W ŁAŃCUCHU WARTOŚCI...

... I W JAKI SPOSÓB CHCEMY OSIĄGNĄĆ POPRAWĘ. Znacznie ograniczyliśmy emisję CO₂ w obszarach, na które mamy bezpośredni wpływ. **Osiągnęliśmy poprawę, ponieważ wykorzystujemy więcej zielonej energii, oszczędzamy energię i zasoby – ponownie wykorzystując je tam, gdzie to możliwe – i unikamy odpadów.** Intensywność emisji, czyli nasza emisja na tonę gotowego produktu, spadła w roku 2020 o 1,8%. Jednak nasz całkowity ślad węglowy wzrósł o 2,2 t CO₂e. Wynika to między innymi z faktu, że zakupiliśmy więcej surowców niż w 2019 roku. Ich uprawa, produkcja, dalsze przetwarzanie i transport generują emisje, a właśnie kupowane towary mają największy udział w naszej emisji CO₂. Dlatego w przyszłości wspólnie z naszymi dostawcami będziemy poszukiwali rozwiązań, które umożliwią produkcję bardziej przyjazną dla klimatu oraz odpowiednią uprawę naszych półproduktów. Głównym celem tych działań będzie ograniczenie emisji poprzez zrównoważoną uprawę gleby, wysiew, nawożenie, nawadnianie i wiele innych. **W 2022 roku wyznaczmy sobie konkretne cele w zakresie redukcji na wcześniejszych i późniejszych etapach łańcucha wartości oraz wspólnie z naszymi dostawcami opracujemy odpowiednie działania dla osiągnięcia naszych celów klimatycznych.**

CEL LORENZ

NASZA DROGA DO ZEROWEJ EMISJI NETTO

OSIĄGNIEMY ZEROWĄ EMISJĘ NETTO WZDŁUŻ CAŁEGO ŁAŃCUCHA WARTOŚCI DO ROKU 2045

OBNIŻYMY ZAKRESY 1 I 2 W PORÓWNANIU Z ROKIEM 2019

50% DO ROKU 2030

W ZAKRESACH 1 I 2 OSIĄGNIEMY NEUTRALNOŚĆ KLIMATYCZNĄ DO ROKU 2030

ZACHOWANIE RÓŻNORODNOŚCI BIOLOGICZNEJ, WSPIERANIE ROLNICTWA PRZYJAZNEGO DLA ŚRODOWISKA

Lorenz



OBZARY KWITNIENIA ROŚLIN DLA WIĘSZEJ BIORÓŻNORODNOŚCI

Zachowanie i wspieranie różnorodności biologicznej ma dla nas kluczowe znaczenie, ponieważ w dłuższej perspektywie czasu zapewnia zarówno bogactwo zbiorów, jak i ich jakość. Szczególną rolę odgrywają tutaj dzikie pszczoły i inne owady, które zapylają dzikie rośliny i nie-które rośliny uprawne. Dlatego też wspieramy w Niemczech i w Polsce różne inicjatywy, mające na celu ochronę pszczół i utrzymanie bioróżnorodności. W naszym polskim zakładzie produkcyjnym w Stanowicach już w 2016 roku wdrożyliśmy program ochrony pszczół „Pszczoły, nasi mali bohaterowie”. W ramach tego programu współpracujemy z naszymi rolnikami i pszczelarzami z regionu i dostarczamy im nasiona do obsadzania obszarów kwitnienia. W 2020 roku na łącznie **500 000 m² gruntów uprawnych zostały zasiane rośliny przyjazne pszczolom**. W okolicy naszego niemieckiego zakładu produkcyjnego w Hanksbüttel wspieramy projekt „Vielfalter” rodziny von der Ohe (należącej do grona naszych rolników kontraktowych). W tym miejscu, przy naszym wsparciu, w 2020 roku utworzonych zostało łącznie 6 000 m² tak zwanych „obszarów kwitnienia” gdzie na powierzchniach wykorzystywanych pod uprawę ekologiczną zastosowano specjalną domieszkę nasion kwiatów. W przyszłości zamierzamy kontynuować i zwiększać nasze zaangażowanie w tym zakresie.

ODPOWIEDZIALNE DZIAŁANIE NA RZECZ ŚRODOWISKA I PRZYRODY...

... nie rozpoczyna się dla nas dopiero od bram naszych fabryk. Na długo zanim przekąski trafią na półki sklepowe, skupiamy uwagę na procesach realizowanych na wcześniejszych etapach łańcucha wartości, aby zachować nienaruszone środowisko dla przyszłych pokoleń. Podstawą naszych przekąsek są w końcu najwyższej jakości produkty rolne. Aby także w przyszłości móc zaopatrywać się w wysokiej jakości ziemniaki do naszych chipsów, wspólnie z naszymi rolnikami kontraktowymi promujemy uprawę oszczędzającą zasoby i środowisko. Pracujemy nad zachowaniem bioróżnorodności w obszarach uprawy naszych surowców, a także nad ochroną gleb i lasów.

KONTROLOWANE UPRAWY KONTRAKTOWE DLA ZDROWYCH GLEB

Z wieloma spośród z naszych rolników współpracujemy ramię w ramię już od dawna. Na przykład w zakresie uprawy ziemniaków utrzymujemy **partnerstwa z ponad 380 rolnikami, w tym z niektórymi od ponad 50 lat**. Udokumentowane dane dotyczące nawożenia, nawadniania i warunków glebowych, jak również ukierunkowane kontrole od sadzenia aż do zbiorów, dostarczają nam informacji istotnych dla skutecznej uprawy, możliwie przyjaznej dla gleby i środowiska. W ramach projektów pilotażowych, opierając się na naszym know-how, chcemy zwiększyć transparentność w łańcuchu dostaw oraz nadal wspierać prowadzenie zrównoważonej gospodarki rolnej.



STARANNY DOBÓR OLEJÓW ROŚLINNYCH

Do smażenia i pieczenia naszych przekąsek używamy wyłącznie oleju rzepakowego i słonecznikowego. W 2021 roku przeszliśmy na olej słonecznikowy w ostatniej z naszych lokalizacji – w Kirishi w Rosji. Olej palmowy znajduje u nas zastosowanie tylko pośrednio, na przykład jako składnik przypraw. Jeżeli w składzie znajduje się olej palmowy, kładziemy nacisk na to, by pochodził on ze zrównoważonych źródeł. Jesteśmy członkiem **Stowarzyszenia na rzecz Zrównoważonego Przetwórstwa Oleju Palmowego (Roundtable on Sustainable Palm Oil – RSPO)**, które zostało założone przez Światowy Fundusz na rzecz Przyrody (WWF) i promuje zrównoważone metody uprawy oleju palmowego. Obecnie aż 98% oleju palmowego, który wykorzystujemy wyłącznie jako składnik półproduktów, posiada certyfikat RSPO zgodnie z modelem łańcucha dostaw „Mass Balance”. Naszym celem jest zwiększenie tego udziału do 100% i stosowanie wyłącznie zrównoważonego oleju palmowego.

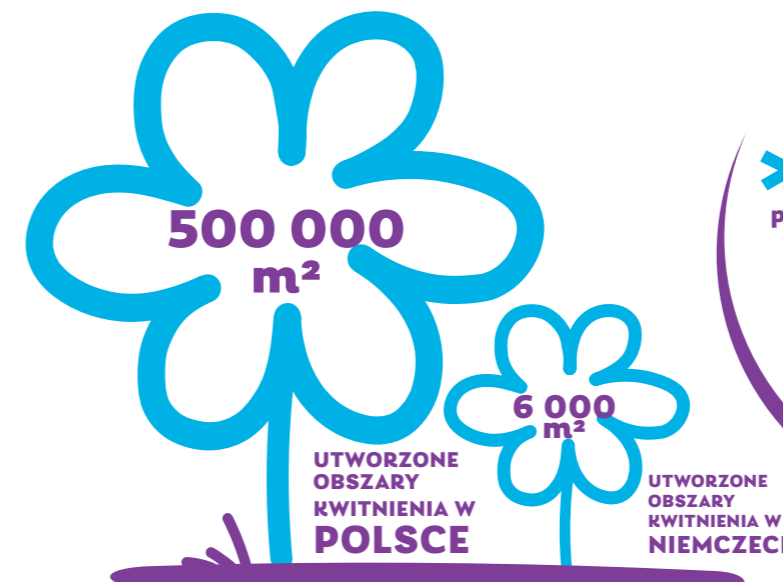
JESTEŚMY ZAANGAŻOWANI W OCHRONĘ LASÓW

Przy pozyskiwaniu surowców takich jak papier czy olej palmowy opieramy się na standardach certyfikacji FSC® i RSPO, których założeniem jest unikanie zmian w sposobie użytkowania gruntów, a tym samym zapobieganie wylesianiu. Ponadto w grudniu 2020 roku wraz z **Inicjatywą na rzecz Zrównoważonych Łańcuchów Dostaw Produktów Rolnych (INA)** oraz 14 innymi przedsiębiorstwami podpisaliśmy wspólną deklarację dotyczącą łańcuchów dostaw wolnych od wylesiania. Nasz postulat wobec UE: wszystkie regulacje prawne muszą ograniczać zarówno nielegalne, jak i legalne wylesianie, a tym samym wspierać zrównoważoną produkcję surowców rolnych.

➤➤ **To wspaniałe uczucie, gdy po wejściu nasion bezpośrednio na miejscu możemy zobaczyć pozytywny efekt naszych działań na rzecz pszczół i innych owadów. Z niecierpliwością oczekujemy kolejnego sezonu.**



Patrycja Skorupska-Furdyko, Koordynator ds. Jakości Lorenz



ZAAANGAŻOWANIE W TRANSPARENTNE I UCZCIWE ŁAŃCUCZY DOSTAW




Czujemy się odpowiedzialni za wszystkich ludzi związanych z firmą Lorenz – za naszych konsumentów, pracowników, partnerów biznesowych i poddostawców, aż po dużych i małych producentów naszych surowców na całym świecie. Dotyczy to także zapewnienia uczciwych i godziwych warunków pracy wzdłuż całego łańcucha wartości. Przy złożoności i globalnym charakterze łańcuchów dostaw jest to dużym wyzwaniem, nad którym stale pracujemy. W osiągnięciu naszych celów pomaga nam aktywny udział w inicjatywach takich jak UN Global Compact, Inicjatywa na rzecz Zrównoważonego Rozwoju Branży Orzechów (Sustainable Nut Initiative – SNI) oraz Inicjatywa na rzecz Zrównoważonych Łańcuchów Dostaw Produktów Rolnych (INA).



DOTRZYMUJEMY SŁOWA

Postępowanie oparte na wartościach, nienaganne pod względem etycznym, prawnym i ekonomicznym, stanowi podstawę naszej działalności. W tym celu narzuciliśmy sobie zasady, które zawarliśmy w Kodeksie Postępowania – naszym **Code of Conduct**. Zawiera on **14 zasad zgodnych z konwencjami ONZ oraz podstawowymi standardami pracy zdefiniowanymi przez Międzynarodową Organizację Pracy (International Labour Organization – ILO)**. Kodeks Postępowania obowiązuje od momentu jego wprowadzenia w roku 2019 w całej Grupie Lorenz. Aby zapewnić stosowanie ustalonych zasad w praktyce, wszyscy nasi pracownicy przechodzą stosowne szkolenie.

ETYKA POD KONTROLĄ

Wszyscy pracownicy powinni znać i podzielać nasze wartości. Dodatkowo nasze lokalizacje sprawdzane są w ramach tak zwanych audytów **SMETA**. Skrót **SMETA** oznacza „**SEDEX Members Ethical Trade Audit**“, czyli Audyt Etyki Handlu dla Członków organizacji SEDEX, i jest jedną z najczęściej stosowanych w biznesie procedur kontrolnych w zakresie zrównoważonego i etycznego postępowania. Fabryki firmy Lorenz w Neunburgu, Hankensbüttel i Stanowicach po raz ostatni były audytowane w latach 2019/2020. Naszym celem jest poddanie audytowi do końca 2022 roku wszystkich naszych zakładów produkcyjnych. Przedmiotem audytu są zarówno warunki i bezpieczeństwo pracy, jak i tematy takie jak zarządzanie środowiskiem i etyka biznesu. Sprawdzane jest, czy nasze procesy w tych obszarach są zgodne z prawem krajowym oraz standardami **Inicjatywy na rzecz Etycznego Handlu (Ethical Trade Initiative – ETI)**.

CEL LORENZ

Naszym celem jest poddanie wszystkich zakładów produkcyjnych audytowi według procedury **SMETA** do końca roku **2022**.

TELL US! CHRONIMY OSOBY ZGŁASZAJĄCE NIEPRAWIDŁOWOŚCI

Od lipca 2020 roku wszyscy pracownicy mają możliwość poufnego zgłaszania naruszeń naszego **Kodeksu Postępowania**, przepisów prawa lub innych regulacji za pośrednictwem naszego wewnętrznego portalu **Tell us!** Jest to portal online, obsługiwany przez niezależnego usługodawcę. Gwarantuje to anonimowość i wspiera otwartą i przejrzystą kulturę korporacyjną. Za pośrednictwem tej platformy wszyscy pracownicy w każdej chwili mogą zwrócić się do nas ze swoimi wątpliwościami, nie obawiając się żadnych konsekwencji. Dzięki temu możemy szybko reagować, eliminować ewentualne naruszenia, rozwiązywać konflikty i zapobiegać szkodom.

D

INICJATYWA LOGISTYCZNA **FAIRTRUCK**

Stosując **znak FairTruck**, zobowiązujemy się do uczciwego traktowania naszych kierowców. Inicjatywa Logistyczna z Hamburga jako inicjator znaku FairTruck angażuje się w poprawę warunków pracy kierowców zawodowych. Dla nas jako firmy rodzinnej FairTruck oznacza szansę szybszego reagowania na potrzeby naszych licznych kierowców i pokazania, że doceniamy ich pracę.




Szkolenie z Kodeksu Postępowania w fabryce w lokalizacji Neunburg



ODPOWIEDZIALNE POZYSKIWANIE SUROWCÓW

Surowce takie jak ziemniaki pozyskujemy bezpośrednio od partnerów kontraktowych zlokalizowanych w pobliżu naszych zakładów produkcyjnych. Inne produkty naturalne, takie jak orzechy ziemne czy nerkowce, pochodzą z krajów takich jak Mozambik czy Indie. W tym przypadku łańcuchy dostaw są o wiele bardziej złożone, ponieważ uczestniczą w nich różne podmioty, takie jak drobni rolnicy, lokalne zakłady przetwórcze, pośrednicy i eksporterzy. Nie zawsze jest możliwy bezpośredni kontakt z producentem. Dlatego wspólnie z naszymi dostawcami i partnerami próbujemy wypracować rozwiązania, które także w tym zakresie umożliwią kontrolę i przejrzystość wzdłuż naszych łańcuchów dostaw. W pierwszej kolejności opracowaliśmy **Kodeks Postępowania** dla partnerów biznesowych, w którym definiujemy kryteria zrównoważonej współpracy. Opierają się one na podstawowych standardach pracy organizacji ILO oraz zasadach inicjatywy **UN Global Compact** i obejmują między innymi przestrzeganie minimalnych standardów społecznych i ekologicznych, poszanowanie podstawowych praw człowieka, takich jak zakaz pracy przymusowej i pracy dzieci, oraz przeciwstawianie się wszelkim formom dyskryminacji, korupcji i łapownictwa.

Przedsiębiorstwa, z którymi już współpracujemy w zakresie dostaw surowców i opakowań, muszą podpisać nasz Kodeks Postępowania do końca 2021 roku. Z kolei zaakceptowanie Kodeksu jest warunkiem nawiązania współpracy z nowymi firmami. Tworzymy także bazę danych, aby w przyszłości łatwiej identyfikować ryzyka występujące w łańcuchu dostaw i definiować odpowiednie działania.



Julien Lavarini, Stephan Hochstein (obaj z firmy Lorenz) z Karstenem Gjeffe (Norges Vel) i Baardem Flatlandem (BRYNILD) w szkółce leśnej w Mozambiku



„Tworzymy transparentne łańcuchy dostaw, aby promować rozwój społeczny i ekologiczny wzdłuż łańcucha wartości ‘od pola aż do stołu’. Tylko przy efektywnej współpracy wszystkich zaangażowanych stron będziemy mogli stworzyć zrównoważone łańcuchy dostaw, sięgające aż do lokalnych producentów. Dobrym tego przykładem jest nasze zaangażowanie w Mozambiku.”

Julien Lavarini, Menedżer ds. Odpowiedzialnego Łańcucha Dostaw, Lorenz



ZAANGAŻOWANIE NA RZECZ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU W MOZAMBIKU

Oprócz wprowadzenia Kodeksów Postępowania równie ważne jest dla nas zaangażowanie lokalnej ludności. Na przykład w Mozambiku od roku 2018 aktywnie uczestniczymy w inicjatywie **Fundusz na rzecz Rozwoju Branży Orzechów Nerkowca (Cashew Development Fund)**. Jego celem jest wspieranie rozwoju społecznego i gospodarczego w najważniejszym na świecie kraju produkującym wysokiej jakości orzechy nerkowca oraz poprawa sytuacji dochodowej drobnych rolników. Naszymi partnerami w tej inicjatywie są m.in. norweska firma rodzinna BRYNILD oraz organizacja pozarządowa Norges Vel. Od roku 2020 funkcjonuje również partnerstwo na rzecz rozwoju z **niemieckim Towarzystwem na rzecz Współpracy Międzynarodowej** (Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit GmbH – GIZ). Działania na miejscu obejmują zakładanie szkółek leśnych w regionach Nampula i Zambezia – **w latach 2018 do 2020 posadzono tam 170 000 drzew** – oraz szkolenie farmerów w zakresie dobrych praktyk rolniczych. Działania podejmowane przez GIZ są częścią projektu ProEcon-PROMOVE Agribiz finansowanego przez niemieckie Federalne Ministerstwo Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (BMZ) oraz Unię Europejską (UE).

Oprócz drobnych rolników, którzy uprawiają nasze nerkowce, wspieramy również zakłady przetwórcze, od których kupujemy te orzechy. Chcemy budować długofalowe, dobre relacje z klientami. Obejmuje to także wsparcie finansowe dla naszych partnerów w trudnym czasie, tak by byli mniej narażeni na wahania wielkości zbiorów. Od 2021 roku partycypujemy w finansowaniu przedszkola w miejscowości, z której pochodzi nasz dostawca, aby wspierać pracowników i przyczynić się do poprawy jakości edukacji dzieci.



WIĘKSZA TRANSPARENTNOŚĆ PRZY ZAKUPIE ORZECHÓW

Od stycznia 2020 roku jesteśmy członkiem **Inicjatywy na rzecz Zrównoważonego Rozwoju Branży Orzechów** (Sustainable Nut Initiative – SNI). Inicjatywa ta zrzesza wiele podmiotów z sektora orzechów i podejmuje działania na rzecz zwiększenia przejrzystości i podwyższenia standardów w łańcuchu dostaw orzechów.




ZRÓWNOWAŻONE ŁAŃCUCHY DOSTAW PRODUKTÓW ROLNYCH

Inicjatywa na rzecz Zrównoważonych Łańcuchów Dostaw Produktów Rolnych (Initiative für nachhaltige Agrarlieferketten – INA) skupia działaczy sektora prywatnego, społeczeństwa obywatelskiego i polityki. My również do niej należymy. Chcemy wspólnie tworzyć zrównoważone globalne łańcuchy dostaw produktów rolnych i poprawiać warunki życia drobnych rolników. W roku 2020 współpracowaliśmy z INA w zakresie badań i rozwoju biosprayu do uprawy nerkowców.



OTWARTA KULTURA KORPORACYJNA, ZWINNE METODY PRACY ORAZ PRZESTRZENŃ DLA ODPOWIEDZIALNOŚCI I ROZWOJU

Lorenz



To nie przekąski są najważniejsze, a LUDZIE.

Lorenz to ponad 3 000 pracowników w wielu międzynarodowych lokalizacjach. Niezależnie od tego, gdzie pracujemy – czy to w fabrykach, w terenie, czy w biurach – jednoczą nas te same wartości. Dzięki naszym markom chcemy sprawiać, aby piękne chwile spędzane z przyjaciółmi i rodziną były jeszcze piękniejsze. Dlatego każdy z nas ma poczucie odpowiedzialności za wysoką jakość naszych produktów, a także za zrównoważony i ekonomiczny rozwój naszej rodzinnej firmy. Myślenie wykraczające poza schematy, próbowanie nowych rzeczy, wyciąganie wniosków z popełnianych błędów, świętowanie sukcesów – tworzymy przestrzeń i możliwości do kształtowania przyszłości naszych przekąsek i naszego przedsiębiorstwa. Razem nieustannie rozwijamy się, uczymy i rośniemy. Przy tym ważna jest dla nas przede wszystkim integracja wokół wspólnych celów, współpraca i wzajemny szacunek.



LICZYMY SIĘ ZE ZDANIEM PRACOWNIKÓW

Z każdym dniem chcemy stawać się coraz lepsi w tym, co robimy. Aby to osiągnąć, potrzebujemy środowiska pracy, w którym każdy będzie mógł rozwijać się i wzrastać. Aby dowiedzieć się, w jakim miejscu się znajdujemy, jesienią 2020 roku przeprowadziliśmy ankietę wśród naszych pracowników. W „Barometrze nastroju Lorenz” chcieliśmy uzyskać odpowiedzi na następujące pytania: Jak się czujecie? W jakich obszarach radzimy sobie dobrze? W jakich obszarach możemy wspólnie stać się lepsi? Cieszymy się, że 86% z nas jest dumnych z tego, że pracuje dla firmy Lorenz. Około 81% uważa, że wartości firmy Lorenz stosowane są w praktyce także w ich dziale. Ankietowani są zdania, że największymi atutami przedsiębiorstwa są marki oraz obowiązujące dla nich wysokie standardy jakościowe. Wielu pracowników jest także zadowolonych z pracy zespołowej i wewnętrznej współpracy. Potencjał poprawy istnieje na przykład w zakresie obciążenia pracą oraz możliwości rozwoju. W przyszłości planujemy regularnie powtarzać „Barometr nastroju Lorenz”, aby kontrolować zmiany i postępy oraz wdrażać odpowiednie działania.

ZDROWIE W MIEJSCU PRACY

We wszystkich naszych działaniach uwzględniamy kwestie bezpieczeństwa pracy i ochrony zdrowia, stwarzając w ten sposób bezpieczne środowisko pracy. Nasi pracownicy przechodzą szkolenia z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy odpowiednie dla danego stanowiska pracy. Także u nas pandemia koronawirusa wyrzuciła wiele rzeczy do góry nogami. Robimy wszystko, co w naszej mocy, aby chronić i wspierać naszych pracowników. Nasze działania w związku z pandemią obejmują opracowanie szczegółowych zaleceń dotyczących higieny i informowanie o bieżącej sytuacji, a także ofertę doradztwa i wsparcia oraz szczepienia w naszych lokalizacjach.

Nasz **zakładowy system zarządzania zdrowiem** dostosowany jest do potrzeb poszczególnych lokalizacji: od dni owocowych lub pomiaru obuwia w celu dobrania odpowiedniego obuwia ochronnego w naszych fabrykach, poprzez zniżki na oferty sportowe i współpracę z klubami fitness, aż po wskazówki i porady dotyczące ochrony zdrowia. Wiele lokalizacji dodatkowo oferuje niektóre usługi medyczne, takie jak szczepienia ochronne przeciwko grypie czy świadczenia profilaktyczne.



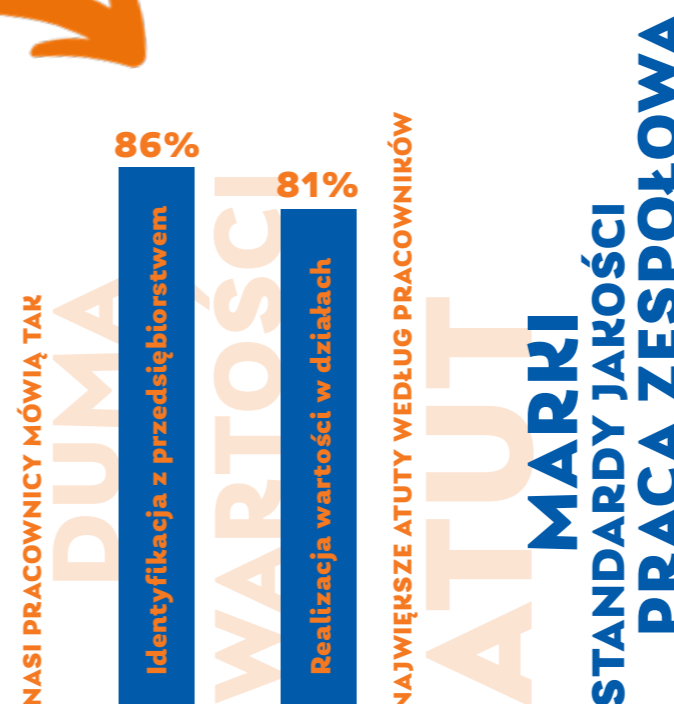
Nasi pracownicy mogą liczyć na nasze wsparcie nie tylko na stanowisku pracy. Na przykład pracownicy w Niemczech mają możliwość skorzystania z szerokiej oferty usług instytucji PME-Familienservice, oferującej wsparcie w opiece nad dziećmi i członkami rodziny zmagającymi się z chorobą oraz w kryzysach osobistych. Oprócz tego od 2020 roku wszyscy nasi pracownicy w Niemczech mogą także korzystać z oferty firmy **JobRad (rowery firmowe)**, oferującej leasing rowerów elektrycznych.

Zwinne metody pracy (agile): Wymagania stawiane nam przez otoczenie, ale także przez nas samych, zmieniają się coraz szybciej. Tylko jako organizacja ucząca się możemy być zawsze o krok do przodu. Dlatego oprócz sprawdzonych metod wprowadzamy w naszym przedsiębiorstwie zwinne metody pracy. Dzięki nim możemy więcej: pomagają nam zarządzać kompleksowością i szybkością oraz redukować stres i obciążenie pracą. Specjalnie w tym celu zdefiniowaliśmy cztery kluczowe zasady współpracy: „Liczą się kompetencje, a nie hierarchia”, „Postaw na współpracę”, „80 to nowe 100” oraz „Pull zamiast Push!”. Ponadto opracowaliśmy odpowiednią ofertę coachingowo-szkoleniową w zakresie zwinnych metod pracy oraz wdrożyliśmy nowe, cyfrowe narzędzia pracy.



ROZWÓJ I DOSKONALENIE PRACOWNIKÓW DZIĘKI „LORENZ CAMPUS”

Aby promować „**rozwój i doskonalenie**”, stworzyliśmy własną wewnętrzną platformę szkoleniową „**Lorenz Campus**”. Naszym pracownikom oferujemy liczne moduły doskonalenia zawodowego w obszarach takich jak wiedza specjalistyczna, rozwój osobisty, wiedza o procesach czy szkolenia z zakresu zarządzania. Przy tym współpracujemy z trenerami zewnętrznymi i rozwijamy kompetencje metodologiczne mentorów wewnętrznych. Ze względu na ograniczenia wynikające z pandemii wiele szkoleń przekształciliśmy obecnie na ofertę cyfrową, czyniąc wielki krok w kierunku ogólnej cyfryzacji szkoleń. W przyszłości chcemy dalej podążać w tym kierunku.



NASZE ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE

Lorenz



W wielu lokalizacjach firmy Lorenz wspieramy instytucje charytatywne oraz inicjatywy społeczne poprzez regularne darowizny oraz lokalne działania pracowników – często bezpośrednio w sąsiedztwie naszych oddziałów. Oto kilka przykładów:

AKCJA ZWIĄZANA Z PANDEMIĄ KORONAWIRUSA „DZIĘKUJEMY, ŻE JESTEŚCIE!”

Celem akcji było okazanie solidarności ze wszystkimi pomagającymi, którzy w trudnych czasach pandemii koronawirusa zapewniali zaopatrzenie i przyczyniali się do podtrzymywania kontaktów społecznych. Dostarczaliśmy pożywienie dla ich nadwyrężonych nerwów i dbaliśmy o to, aby nie zapominali o przerwach na odpoczynek i relaks. W pierwszym roku pandemii, roku 2020, przekazaliśmy około 150 palet naszych produktów do różnych instytucji i organizacji w Niemczech, Austrii i Polsce.



Mówimy „Dziękuję!”. Holger Rothfuchs, prezes zarządu Lorenz Niemcy, rozdaje produkty osobom pomagającym podczas pandemii koronawirusa.

„Akcja ‘Świąteczne drzewko życzeń’ co roku przynosi podwójną radość – dzieciom i nam“.

Sarah Schmitt

ŚWIĄTECZNE DRZEWKO ŻYCZEŃ

Od roku 2018 z okazji świąt Bożego Narodzenia nasi pracownicy spełniają życzenia dzieci z placówki socjalnej działającej w rejonie Frankfurtu. Kartki z życzeniami rozwieszane są na choince stojącej w stołówce w siedzibie firmy Lorenz w Neu-Isenburgu.



I TY MOŻESZ ZOSTAĆ ŚWIĘTYM MIKOŁAJEM

W naszym polskim zakładzie w Stanowicach co roku organizujemy akcję rozdawania prezentów świątecznych dla dzieci z miejscowego domu dziecka. Każdy pracownik może wziąć udział w akcji i sam zostać Świętym Mikołajem.



STOWARZYSZENIE „KÄRNTNER IN NOT“

Już od wielu lat nasz oddział w Austrii w okresie Bożego Narodzenia przekazuje darowiznę na rzecz organizacji „Kärntner in Not“ („Mieszkańcy Karyntii w potrzebie“). Jest to stowarzyszenie użyteczności publicznej, pomagające rodzinom i osobom indywidualnym mieszkającym w austriackim landzie Karyntia, które zostały szczególnie ciężko doświadczone przez los.

FUNDACJA BÄRENHERZ

W roku 2020, podobnie jak w latach poprzednich, przekazaliśmy Fundacji Bärenherz w Wiesbaden darowiznę z okazji Bożego Narodzenia. Fundacja wspiera ciężko chore dzieci i ich bliskich.



NASZA ODPOWIEDZIALNOŚĆ SPOŁECZNA I KORPORACYJNA

Jako firma rodzinna chcemy dać coś od siebie w sferze społecznej, w której się poruszamy, oraz angażować się na rzecz tych, którym nasza pomoc może się przydać.



JESTEŚMY SYGNATARIUSZEM INICJATYWY UN GLOBAL COMPACT

WE SUPPORT



W grudniu 2020 roku podpisaliśmy porozumienie UN Global Compact, a tym samym staliśmy się częścią największej na świecie inicjatywy skupiającej zrównoważony biznes.

UN Global Compact opiera się na dziesięciu uniwersalnych zasadach dotyczących praw człowieka, standardów pracy, ochrony środowiska naturalnego i przeciwdziałania korupcji, oraz zdefiniowanych w oparciu o nie 17 Celach Zrównoważonego Rozwoju (SDGs). Dla nas jako przedsiębiorstwa oznacza to konsekwentne dostosowywanie naszych działań i strategii do tych celów.

Zamieszczone obok zestawienie przedstawia przyporządkowanie dziesięciu zasad UN Global Compact do opisów naszych działań i celów zawartych w niniejszym raporcie o zrównoważonym rozwoju firmy Lorenz.

ZASADA	DZIAŁANIA	SDG (WYBÓR)	STRONA
PRAWA CZŁOWIEKA			
<p>Zasada 1: Przestrzeganie praw człowieka przyjętych przez społeczność międzynarodową</p> <p>Zasada 2: Eliminowanie wszelkich przypadków łamania praw człowieka</p>	Kodeks Postępowania firmy Lorenz, szkolenia pracowników, audyty SMETA, portal Tell us!, praktyki zakupowe i Kodeks Postępowania dla partnerów biznesowych, partnerstwo na rzecz rozwoju w Mozambiku, zaangażowanie w INA i SNI.	SDG 8, SDG 17	30 – 33
STANDARDY PRACY			
<p>Zasada 3: Popieranie wolności zrzeszania się i uznawanie prawa do zbiorowych negocjacji</p> <p>Zasada 4: Eliminacja wszelkich form pracy przymusowej</p> <p>Zasada 5: Zniesienie pracy dzieci</p> <p>Zasada 6: Przeciwdziałanie dyskryminacji</p>	Kodeks postępowania firmy Lorenz, szkolenia pracowników, audyty SMETA, portal Tell us!, praktyki zakupowe i Kodeks Postępowania dla partnerów biznesowych, partnerstwo na rzecz rozwoju w Mozambiku, Barometr nastroju Lorenz, bezpieczeństwo pracy i ochrona zdrowia, zakładowy system zarządzania zdrowiem, zwinne metody pracy, rozwój, doskonalenie i szkolenia	SDG 3, SDG 8	30 – 33 34 – 35
OCHRONA ŚRODOWISKA NATURALNEGO			
<p>Zasada 7: Prewencyjne podejście do problemów środowiska naturalnego</p> <p>Zasada 8: Promowanie postawy odpowiedzialności ekologicznej</p> <p>Zasada 9: Stosowanie technologii przyjaznych dla środowiska</p>	Ograniczanie ilości plastiku oraz przydatność do recyklingu naszych opakowań, cele dotyczące śladu węglowego oraz klimatu, system zarządzania energią, energia elektryczna ze źródeł odnawialnych, produkcja własnej energii, ponowne wykorzystywanie zasobów, projekty w zakresie bioróżnorodności, certyfikacja FSC® i RSPO	SDG 12, SDG 13	20 – 23 24 – 27 28 – 29
PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI			
<p>Zasada 10: Przeciwdziałanie korupcji</p>	Kodeks Postępowania firmy Lorenz, szkolenia pracowników, audyty SMETA	SDG 8	30 – 33

METRYCZKA

Wydawca

Lorenz Snack-World Holding GmbH
Rathenastr. 54
D-63263 Neu-Isenburg
Niemcy

Redakcja

CSR Core Team,
Corporate Communications

Koordynacja projektu

Sarah Schmitt (CSR Core Team)

Koncepcja, opracowanie graficzne i skład

Jeschenko MedienAgentur Köln GmbH
D-50968 Köln
Niemcy

Stan na listopad 2021 r.

Uwaga

Treści zawarte w niniejszej broszurze mogą być wykorzystywane wyłącznie za pisemną zgodą firmy Lorenz.

Wykluczenie odpowiedzialności

Wszystkie informacje zawarte w „Raporcie zrównoważonego rozwoju Lorenz 2020/21” zostały zebrane i opracowane z najwyższą starannością. Mimo to nie można całkowicie wykluczyć błędów. Wszelkie stwierdzenia dotyczące przyszłości zostały sformułowane na podstawie założeń i szacunków aktualnych na moment publikacji.

Źródła zdjęć

Lorenz (str. 02 – 07, str. 09, str. 14 – 23, str. 29 – 35, str. 37); Shutterstock (str. 07, str. 14, str. 22, str. 25 – 27, str. 30, str. 32 – 33, str. 38); UN Global Compact (logo str. 13 i str. 38); United Nations (ikony SDG str. 13); Nathalie Scholl (str. 14 – 15); Too Good To Go (etykieta i zdjęcie „Często dobre dłużej” str. 19); Forest Stewardship Council (logo FSC® str. 23); GS1 Germany (logo Lean & Green str. 26); inicjatywa FairTruck (logo FairTruck str. 31); Sustainable Nut Initiative (logo SNI str. 33); Inicjatywa na rzecz Zrównoważonych Łańcuchów Dostaw Produktów Rolnych (logo INA str. 33); Fundacja Bärenherz (zdjęcie anioła str. 37)



The logo for Lorenz, featuring the word "Lorenz" in a bold, orange, cursive script. A thick orange line starts under the 'L', curves under the 'o', and then under the 'z', ending in a small upward tick.

Lorenz Snack-World Holding GmbH
Rathenastr. 54 | D-63263 Neu-Isenburg
lorenz-snacks.de