

Strategia ESG Grupy Makarony Polskie



Makarony Polskie

- S P Ó Ł K A A K C Y J N A -

Słowo od Prezesa

Jako Grupa Makarony Polskie **patrzymy w przyszłość z pełną odpowiedzialnością** na nasz wpływ na środowisko, społeczeństwo i otoczenie biznesowe. Nasza strategia ESG jest wyrazem dojrzałego, transparentnego podejścia do zarządzania i stanowi fundament długoterminowego rozwoju firmy. Wyzaczyliśmy ambitne cele i mierzalne wskaźniki, które pozwolą nam konsekwentnie **budować wartość dla klientów, partnerów i inwestorów**. Wdrażając tę strategię, chcemy nie tylko odpowiadać na oczekiwania rynku, ale także aktywnie kształtować pozytywne zmiany i wzmacniać naszą konkurencyjność w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu. **To inwestycja w przyszłość** – stabilną, zrównoważoną i pełną nowych możliwości dla całej naszej organizacji.



Obecne działania wspierające ESG

E

Środowisko



Wytwarzanie energii z odnawialnych źródeł



Przeprowadzanie audytów energetycznych i wdrażanie działań w zakresie podniesienia efektywności energetycznej



Wdrożenie zasad gospodarki obiegu zamkniętego w procesach produkcyjnych

S

Społeczność



Usystematyzowane wsparcie społeczności lokalnych



Zasady BHP i audyty wewnętrzne związane z bezpieczeństwem i higieną pracy



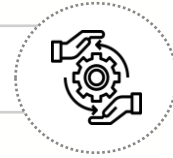
Przyjęta polityka w zakresie prawidłowego oznakowania produktu



Przyjęta polityka ochrony danych i prywatności klientów

G

Ład Zarządczy



Przyjęta procedura whistleblowingowa



Funkcjonowanie kanałów komunikacji dla sygnalistów



Przyjęta procedura antymobiingowa

ESG - Szczegółowe działania

E

Środowisko



Wytwarzanie energii z odnawialnych źródeł

Dążymy do tego, aby energia napędzająca nasze zakłady była coraz bardziej przyjazna środowisku. Dlatego **inwestujemy w farmy fotowoltaiczne** w dwóch lokalizacjach. To konkretne działania, które pozwalają nam ograniczać emisje i jednocześnie zwiększać efektywność energetyczną.



Przeprowadzanie audytów energetycznych i wdrażanie działań w zakresie podniesienia efektywności energetycznej

Przeprowadzamy **regularne audyty energetyczne** i wdrażamy **rekomendowane rozwiązania**, aby stale poprawiać wyniki. Dzięki temu nie tylko spełniamy wymagania prawne, ale przede wszystkim realnie redukujemy zużycie energii i koszty operacyjne.



Wdrożenie zasad gospodarki obiegu zamkniętego w procesach produkcyjnych

W procesach produkcyjnych wdrażamy zasady circular economy. Oznacza to **maksymalne wykorzystanie surowców**, redukcję odpadów i ponowne wykorzystanie materiałów tam, gdzie to możliwe. To podejście wpisane w naszą długoterminową wizję zrównoważonego rozwoju.

ESG - Szczegółowe działania

S

Społeczność



Usystematyzowane wsparcie społeczności lokalnych

Dbamy nie tylko o naszych pracowników, ale też o społeczność, w których działamy. Dlatego też **współpracujemy z uniwersytetami i wspieramy działalność charytatywną**. To wyraz naszej odpowiedzialności i wrażliwości społecznej.



Przyjęta polityka w zakresie prawidłowego oznakowania produktu

Dbamy o jakość i transparentność produktów, stosując politykę prawidłowego oznakowania, **aby każdy klient miał pełną świadomość, co wybiera**.



Przyjęta polityka ochrony danych i prywatności klientów

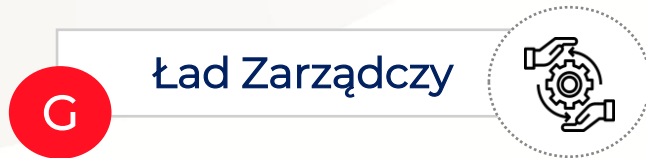
Naszym celem jest **pełna transparentność i odpowiedzialność w zarządzaniu danymi**, tak aby każdy klient miał pewność, że jego prywatność jest chroniona. Dlatego wdrożyliśmy politykę ochrony danych i prywatności, gwarantującą najwyższe standardy bezpieczeństwa informacji.



Zasady BHP i audyty wewnętrzne związane z bezpieczeństwem i higieną pracy

Wierzymy, że bezpieczne środowisko pracy to podstawa stabilnego rozwoju i zaangażowania całego zespołu. Dlatego **konsekwentnie rozwijamy zasady BHP i prowadzimy regularne audyty wewnętrzne**, które pozwalają utrzymywać najwyższe standardy ochrony zdrowia i bezpieczeństwa w miejscu pracy.

ESG - Szczegółowe działania



Przyjęta procedura antymobbingowa

W centrum naszej odpowiedzialności stoją ludzie. Dlatego wprowadziliśmy jasną i skuteczną **procedurę antymobbingową**, która **chroni pracowników i wzmacnia kulturę wzajemnego szacunku**. Chcemy, aby każdy w naszej organizacji czuł się bezpiecznie, miał przestrzeń do rozwoju i wiedział, że jego głos jest słyszany.



Przyjęta procedura whistleblowingowa

Budujemy kulturę **otwartości i odpowiedzialności**, w której **każdy głos ma znaczenie**. Dlatego wprowadziliśmy **procedurę whistleblowingową**, która zapewni pracownikom **bezpieczne i poufne kanały zgłaszania nieprawidłowości**. To ważny krok w kierunku większej transparentności i wzmacniania zaufania w naszej organizacji.



Funkcjonowanie kanałów komunikacji dla sygnalistów

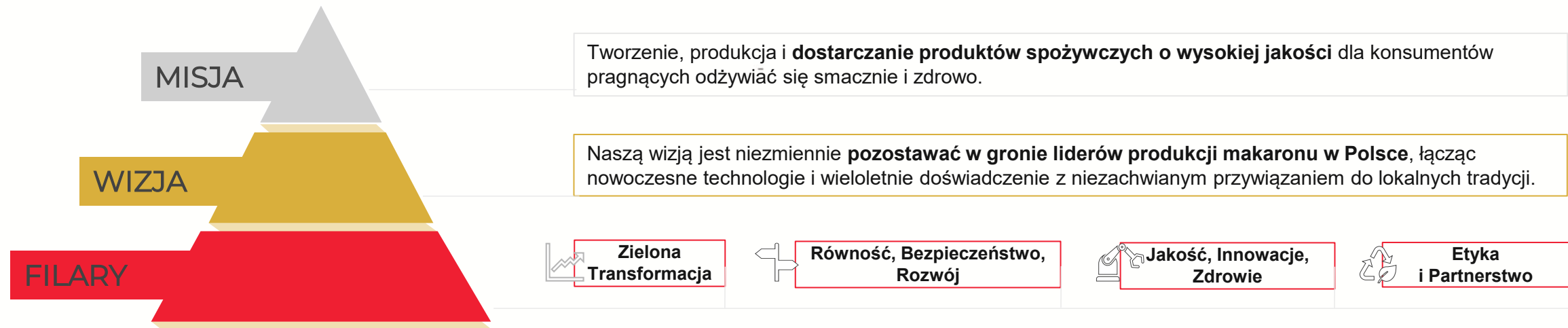
Zapewnienie pracownikom bezpiecznej przestrzeni do dzielenia się uwagami i obawami jest dla nas kluczowe. Dlatego ustanowiliśmy przejrzyste i poufne kanały komunikacji dla sygnalistów, które **gwarantują ochronę zgłaszających oraz szybkie reagowanie na sygnały o nieprawidłowościach**. To rozwiązanie wzmacnia kulturę transparentności i odpowiedzialności w całej organizacji.



Strategia ESG na lata 2026 - 2031

Strategia ESG Grupy Makarony Polskie

W Grupie Makarony Polskie wierzymy, że prawdziwa **wartość strategii ESG** ujawnia się wtedy, gdy staje się częścią codziennego działania całej organizacji. Nasza wizja i misja wyznaczają biznesowy kierunek, a filary ESG nadają im konkretne ramy, które przekładają się na decyzje biznesowe, innowacje i relacje z interesariuszami. To właśnie poprzez **jasne cele, mierzalne wskaźniki i wspólne zaangażowanie** budujemy **przewagę konkurencyjną** oraz tworzymy trwałą wartość dla naszych klientów, partnerów i pracowników.



Założenia Strategii ESG

Nasza strategia ESG opiera się na jasnych założeniach, które łączą ambicje biznesowe z odpowiedzialnością społeczną i środowiskową. Wyznaczamy kierunki działań w oparciu o wartości firmy, potrzeby interesariuszy oraz wymogi regulacyjne, tworząc fundament do długoterminowego i zrównoważonego rozwoju.

CELE STRATEGII ESG



Zielona Transformacja

- ✓ Zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych.
- ✓ Wzrost wykorzystania energii odnawialnej w miksie energetycznym.
- ✓ Poprawa efektywności energetycznej.
- ✓ Wdrożenie opakowań nadających się do recyklingu.



Równość, Bezpieczeństwo, Rozwój

- ✓ Zapewnienie satysfakcjonujących i bezpiecznych warunków pracy.
- ✓ Tworzenie równego i różnorodnego środowiska pracy.
- ✓ Rozwój umiejętności i kompetencji pracowników.



Jakość, Innowacje, Zdrowie

- ✓ Rozwój segmentu produktów o wysokiej wartości odżywczej.
- ✓ Zapewnienie najwyższych standardów jakości i bezpieczeństwa żywności.
- ✓ Utrzymanie najwyższych standardów w zakresie etycznych i odpowiedzialnych praktyk marketingowych.



Etyka i Partnerstwo

- ✓ Osiągnięcie najwyższych standardów kultury korporacyjnej.
- ✓ Uwzględnienie kryteriów środowiskowych i społecznych przy wyborze i współpracy z dostawcami.
- ✓ Zwiększenie świadomości i odporności organizacji na zagrożenia cybernetyczne.



Cele i Wskaźniki efektywności Strategii ESG na lata 2026 - 2031

CEL 1: Zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych

CEL 2: Wzrost wykorzystania energii odnawialnej w miksie energetycznym

Wyzwania, na które odpowiadamy:

- Łagodzenie i adaptacja do zmian klimatu
- Ochrona środowiska i zasobów naturalnych



AKTYWNOŚCI

Redukcja emisji CO₂

Zakup energii z gwarancjami pochodzenia OZE

MIARY SUKCESU

Redukcja emisji CO₂ o 35% do 2030 roku to nasz kluczowy cel klimatyczny i wyraźny sygnał dla rynku, że traktujemy zrównoważony rozwój jako strategiczny priorytet. Wyzwanie jest ambitne, ale osiągalne dzięki konsekwentnym inwestycjom w modernizację zakładów, efektywność energetyczną i zmianę źródeł energii. To zobowiązanie pokazuje naszym klientom, partnerom i pracownikom, że budujemy przyszłość firmy w sposób odpowiedzialny, transparentny i zgodny z europejskimi celami klimatycznymi.

Dążymy do tego aby do 2030 roku połowa energii zużywanej przez Grupę Makarony Polskie będzie pochodzić z odnawialnych źródeł. To ambitny cel, który wyznaczaliśmy, aby realnie ograniczyć nasz ślad węglowy i zwiększyć odporność biznesu na zmiany rynkowe i regulacyjne. Inwestycje w energię odnawialną to nie tylko odpowiedź na oczekiwania klientów i partnerów, ale także jasny sygnał, że chcemy być liderem zrównoważonej transformacji w naszej branży.

CEL 3: Poprawa efektywności energetycznej

CEL 4: Wdrożenie opakowań nadających się do recyklingu

Wyzwania, na które odpowiadamy:

- Łagodzenie i adaptacja do zmian klimatu
- Ochrona środowiska i zasobów naturalnych



AKTYWNOŚCI

Efektywność energetyczna

Opakowania do recyklingu

MIARY SUKCESU

Do 2027 roku **wszystkie nasze zakłady produkcyjne zostaną w pełni opomiarowane pod kątem zużycia energii**. To pozwoli nam szczegółowo analizować dane, identyfikować obszary do poprawy i jeszcze skuteczniej realizować cele redukcji emisji. Transparentne podejście do zarządzania energią jest dowodem naszej odpowiedzialności i świadomego dążenia do efektywności na każdym etapie produkcji.

Dążymy do tego aby **do 2027 roku aż 70% naszych opakowań było w pełni zdalnych do recyklingu**. To ambitny cel, który realizujemy, aby ograniczyć wpływ na środowisko i odpowiadać na rosnące oczekiwania klientów oraz partnerów. Nasze działania w tym obszarze to inwestycja w gospodarkę obiegu zamkniętego i ważny krok w stronę bardziej odpowiedzialnej przyszłości całej grupy.

CEL 1: Osiągnięcie najwyższych standardów kultury korporacyjnej

CEL 2: Uwzględnienie kryteriów środowiskowych i społecznych przy wyborze i współpracy z dostawcami

CEL 3: Zwiększenie świadomości i odporności organizacji na zagrożenia cybernetyczne

Wyzwania, na które odpowiadamy:

- Wzrastające zagrożenia cybernetyczne
- Transparentność łańcuchów dostaw
- Rosnąca świadomość wagi czynników ESG



AKTYWNOŚCI

Standardy kultury korporacyjnej

Zagrożenia cybernetyczne

MIARY SUKCESU

Przystępujemy do oceny ratingowej EcoVadis, aby w sposób niezależny i przejrzysty **potwierdzić dojrzałość naszej strategii ESG**. To dla nas ważny krok, który pokazuje klientom, partnerom i inwestorom, że jesteśmy gotowi mierzyć się z najlepszymi standardami rynkowymi. Wynik oceny będzie nie tylko potwierdzeniem naszych działań, ale także impulsem do dalszego doskonalenia i budowania przewagi konkurencyjnej.

Regularnie przeprowadzamy audyty cyberbezpieczeństwa, aby **zapewnić najwyższy poziom ochrony naszych danych, systemów i procesów**. To potwierdza, że bezpieczeństwo informacji traktujemy jako strategiczny priorytet i fundament zaufania wobec naszych klientów, partnerów i pracowników. Audyty pozwalają nam nie tylko weryfikować skuteczność wdrożonych rozwiązań, ale także stale podnosić standardy w obliczu dynamicznie rosnących zagrożeń cyfrowych.

FILAR STRATEGICZNY

Równość, bezpieczeństwo, rozwój

CEL 1: Zapewnienie satysfakcjonujących i bezpiecznych warunków pracy

CEL 2: Rozwój umiejętności i kompetencji pracowników

CEL 3: Tworzenie równego i różnorodnego środowiska pracy

Wyzwania, na które odpowiadamy:

- Strukturalne zmiany na rynku pracy
- Zmiana pokoleniowa i różnorodność
- Rosnąca świadomość wagi czynników ESG



AKTYWNOŚCI

Równe i różnorodne środowisko pracy

Rozwój umiejętności i kompetencji

MIARY SUKCESU

Różnorodność i równość szans to fundament naszej kultury organizacyjnej. Dlatego dążymy do tego, **aby udział płci niedoreprezentowanej w naszej firmie – zarówno ogółem, jak i na stanowiskach kierowniczych – mieścił się w przedziale 40–60%**. To ambitny, ale realistyczny cel, który podkreśla nasze zaangażowanie w budowanie zrównoważonego i sprawiedliwego środowiska pracy, w którym każdy ma takie same możliwości rozwoju.

Rozwój naszych pracowników traktujemy jako strategiczną inwestycję. Dlatego każdy członek zespołu Grupy Makarony Polskie ma zapewnione minimum 6 godzin szkoleń rocznie. To **realne wsparcie w podnoszeniu kompetencji, które przekłada się zarówno na indywidualny rozwój, jak i długoterminowy sukces całej organizacji**.

FILAR STRATEGICZNY

Jakość, innowacje, zdrowie

CEL 1: Rozwój segmentu produktów o wysokiej wartości odżywczej

CEL 2: Zapewnienie najwyższych standardów jakości i bezpieczeństwa żywności

CEL 3: Utrzymanie najwyższych standardów w zakresie etycznych i odpowiedzialnych praktyk marketingowych

Wyzwania, na które odpowiadamy:

- Rosnąca świadomość konsumencka
- Rosnąca świadomość wagi czynników ESG



AKTYWNOŚCI

Produkty o wysokiej wartości odżywczej

Standardy etyczne w zakresie praktyk marketingowych

MIARY SUKCESU

Chcemy, aby nasze produkty wspierały zdrowy styl życia konsumentów. Dlatego **każdego roku wprowadzamy co najmniej dwa nowe produkty wzbogacone o białko lub błonnik**. To konkretne działania, które odpowiadają na rosnące potrzeby rynku i pokazują, że rozwój oferty Grupy Makarony Polskie idzie w parze z troską o zdrowie i dobre samopoczucie naszych klientów.

Chcemy aktywnie wspierać świadome wybory żywieniowe. Dlatego **każdego roku realizujemy kampanie edukacyjne promujące zdrową dietę i odpowiedzialne podejście do odżywiania**. To nasz sposób, aby dzielić się wiedzą, inspirować konsumentów i wzmacniać pozytywną rolę, jaką nasze produkty mogą odgrywać w codziennym życiu.



Appendix

FILAR STRATEGICZNY
Zielona Transformacja

CEL 1: Zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych

CEL 2: Wzrost wykorzystania energii odnawialnej w miksie energetycznym

Wyzwania, na które odpowiadamy:

- Łagodzenie i adaptacja do zmian klimatu
- Ochrona środowiska i zasobów naturalnych



Aktywności	Miary Sukcesu
Redukcja emisji CO ₂	1. Redukcja emisji CO₂ do 35% w roku 2030 w stosunku do roku bazowego 2024 2. Termomodernizacja zakładu w Korpelach 3. Wymiana oświetlenia na energooszczędne LED w zakładzie w Korpelach 4. Zmiana energii cieplnej ze źródła wytwarzania opartego o węgiel kamienny na źródło na bazie gazu w zakładach w Rzeszowie i Stoczku Łukowskim
Zakup energii z gwarancjami pochodzenia OZE	1. Podwyższenie udziału zakupionego OZE w całkowitym zużyciu energii do 50% w roku 2030 w stosunku do roku bazowego 2. Podwyższenie udziału własnego OZE w całkowitym zużyciu energii do 8% w roku 2030 w stosunku do roku bazowego 3. Rozbudowa instalacji fotowoltaicznej w zakładach w Rzeszowie i Korpelach

CEL 3: Poprawa efektywności energetycznej

CEL 4: Wdrożenie opakowań nadających się do recyklingu

Wyzwania, na które odpowiadamy:

- Łagodzenie i adaptacja do zmian klimatu
- Ochrona środowiska i zasobów naturalnych



Aktywności	Miary Sukcesu
Efektywność energetyczna	- Przeprowadzenie analizy kosztów i korzyści dla inwestycji w magazyny energii w zakładach produkujących makaron (2027 – 100% wykonanie analizy dla każdego zakładu produkcyjnego) - Opomiarowania zużycia energii w rozbiciu na główne linie produkcyjne i gniazda produkcyjne (100% zakładów produkcyjnych do 2027)
Opakowania do recyklingu	70% opakowań zdolnych do recyklingu do 2027 roku w całej grupie - Przeprowadzenie 3 prób zastosowania alternatywnych surowców opakowaniowych w produktach - Zwiększenie o 10% palet wynajmowanych w obrocie w 2030 roku w całej grupie względem roku bazowego 2024



CEL 1: Osiągnięcie najwyższych standardów kultury korporacyjnej

CEL 2: Uwzględnienie kryteriów środowiskowych i społecznych przy wyborze i współpracy z dostawcami

CEL 3: Zwiększenie świadomości i odporności organizacji na zagrożenia cybernetyczne

Wyzwania, na które odpowiadamy:

- Wzrastające zagrożenia cybernetyczne
- Transparentność łańcuchów dostaw
- Rosnąca świadomość wagi czynników ESG



Aktywności	Miary Sukcesu
Standardy kultury korporacyjnej	1. Rocznie 100% pracowników przeszkolonych z Kodeksu Etyki i Postępowania 2. Min 5 inicjatyw promujących wartości korporacyjne Grupy – działania PR wewn. i zewn., konferencje firmowe 3. Przystąpienie do oceny ratingowej Ecovadis 4. Rocznie 100% pracowników przeszkolonych z zakresu ESG
Praca z dostawcami	1. Wprowadzenie kwestionariusza dla dostawców uwzględniającego kwestie środowiskowe 2. Przedstawienie Kodeksu Etyki i Postępowania do wszystkich dostawców do 2027 roku
Zagrożenia cybernetyczne	1. Kwartalne szkolenia i akcje phishingowe 2. Szkolenie pracowników z rozpoznawania zagrożeń cybernetycznych 3. Testowanie planów ciągłości działania infrastruktury IT w organizacji 4. Przeprowadzone audyty cyberbezpieczeństwa

CEL 1: Zapewnienie satysfakcjonujących i bezpiecznych warunków pracy

CEL 2: Rozwój umiejętności i kompetencji pracowników

CEL 3: Tworzenie równego i różnorodnego środowiska pracy

Wyzwania, na które odpowiadamy:

- Strukturalne zmiany na rynku pracy
- Zmiana pokoleniowa i różnorodność
- Rosnąca świadomość wagi czynników ESG



Aktywności	Miary Sukcesu
Bezpieczne warunki pracy	1. Zmniejszenie ilości LTI o 50% w 2027 roku vs rok bazowy 2024 2. 12 godz szkoleń BHP na pracownika w obszarze zakładów produkcyjnych
Rozwój umiejętności i kompetencji	1. Rocznie minimum 6 godzin szkoleniowych na pracownika 2. 100% uczestników programów onboardingowych wśród wszystkich nowozatrudnionych pracowników
Równe i różnorodne środowisko pracy	1. Roczna fluktuacja pracowników na poziomie poniżej 15% 2. Minimum dwa roczne badania dotyczące satysfakcji pracowników 3. Wskaznik luki płacowej poniżej 5% 4. Udział procentowy płci niedoreprezentowanej w organizacji (w tym na stanowiskach kierowniczych) - Odchylenie nie większe niż 10% tj. pomiędzy 40-60%

FILAR STRATEGICZNY
Jakość, innowacje, zdrowie

CEL 1: Rozwój segmentu produktów o wysokiej wartości odżywczej

CEL 2: Zapewnienie najwyższych standardów jakości i bezpieczeństwa żywności

CEL 3: Utrzymanie najwyższych standardów w zakresie etycznych i odpowiedzialnych praktyk marketingowych

Wyzwania, na które odpowiadamy:

- Rosnąca świadomość konsumencka
- Rosnąca świadomość wagi czynników ESG



Aktywności	Miary Sukcesu
Produkty o wysokiej wartości odżywczej	- Minimum dwa nowe SKU wzbogacone o białko lub błonnik wprowadzone w danym roku dla całej Grupy - Minimum dwa rocznie nowe SKU, których receptury zawierają co najmniej 10% mniej sodu (soli) lub nasyconych kwasów tłuszczowych w sugerowanej porcji dla całej grupy - Minimum dwa rocznie nowe SKU oznaczone jako produkt wegetariański lub z obniżonym indeksem glikemicznym
Standardy jakości i bezpieczeństwa żywności	- Utrzymanie wskaźnika reklamacji jakościowych I kategorii na poziomie <0.5% – procentowo w stosunku do wielkości sprzedaży za dany kwartał - Utrzymanie wskaźnika realizacji planu szkoleń wewnętrznych związanych z bezpieczeństwem żywności na poziomie 100% - Liczba niezgodności audytów utrzymana na poziomie średniej z lat 2022-2025
Standardy etyczne w zakresie praktyk marketingowych	- Minimum jedna rocznie kampania edukacyjna związana z produktami Grupy, które promują zdrową dietę - Wprowadzenie wytycznych dotyczących etycznych reklam oraz przeszkolenie wszystkich pracowników marketingu i partnerów marketingowych w zakresie tych zasad do końca 2027 roku.



Makarony Polskie

- SPÓŁKA AKCYJNA -