

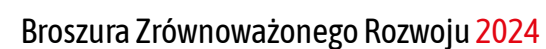


**BROSZURA
ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU
LAJKONIK SNACKS SP. Z O.O.
2024**



**W TROSCE
O LUDZI
I PLANETĘ**





2	List Prezesa	19	7 obszarów działania
3	Lajkonik to my	20	W trosce o ludzi i planetę
3	Lajkonik to my	20	Zdrowie i odżywianie
4	Misja	23	Opakowania
5	Lajkonik na świecie	25	Odpowiedzialne zaopatrzenie
6	Kamienie milowe	27	Klimat i zasoby
9	Produkty marki Lajkonik	29	Rolnictwo regeneratywne
		30	Nasi pracownicy
		34	Zaangażowanie społeczne
Lajkonik to my		7 obszarów działania	
11	Nasza Strategia	36	Lajkonik w liczbach
		39	O Raporcie
12	Nasza strategia obejmuje siedem obszarów działania		
13	Nasz Kodeks postępowania. Wybrane treści		
14	Nasze cele i ambicje w Grupie Lorenz		
16	Zrównoważony Rozwój w Lajkoniku		
17	Partnerstwa Lajkonik i Lorenz		



List Prezesa

GRI 2-2 2

WTROSCE O LUDZI I PLANETĘ – TE SŁOWA
TOWARZYSZĄ NAM KAŻDEGO DNIA,
INSPIRUJĄC DO DZIAŁANIA.

Z przyjemnością oddaję w Państwa ręce trzecią edycję naszej broszury zrównoważonego rozwoju. Rok 2024 był dla nas czasem ważnych inicjatyw, które pokazują, jak w Lajkoniku łączymy troskę o ludzi i planetę z codzienną pasją tworzenia naszych legendarnych przekąsek.

W 2024 roku udało nam się niemal całkowicie zrealizować cel obniżenia zawartości soli w produktach o 15% w porównaniu z 2019 rokiem. Uchylę rąbka tajemnicy i powiem, że w 2025 roku ten cel został już osiągnięty, co jest dla nas powodem do dumy.

Nasz pilotażowy projekt rolnictwa regeneratywnego dla pszenicy w Polsce to krok milowy w budowaniu bardziej zrównoważonego łańcucha dostaw Lajkonika. Współpracując z lokalnymi młynami, wspieramy rolników w odbudowie zdrowia gleby, zwiększaniu bioróżnorodności i poprawie retencji wody. To nie tylko konkretne działania – to inwestycja w przyszłość polskiego rolnictwa i fundament dla naszej jakości.

W dziedzinie innowacji i ekologii stawiamy na konkretne działania. Nasz samochód ciężarowy Volvo pokonał trasę Skawina-Olszowa-Skawina, redukując emisję CO₂ o 178 ton przy realizacji ponad 240 dostaw. Testy Mercedesa eActros udowodniły, że transport ciężki może być wydajny i przyjazny środowisku także na długich dystansach.

Dla mnie najważniejsi są ludzie, którzy tworzą Lajkonika każdego dnia. To ich doświadczenie, zaangażowanie i pasja sprawiają, że nasze produkty są wyjątkowe. Badanie satysfakcji pokazało, że aż 78% pracowników wysoko ocenia naszą firmę jako miejsce pracy, co znacznie przewyższa średnią ogólnopolską. To właśnie dzięki nim możemy realizować nasze cele w zakresie zrównoważonego rozwoju i wprowadzać realne zmiany w całym łańcuchu działań firmy.

2024 rok jest dowodem na to, że misja Lajkonika: **dostarczanie ludziom przyjemności, przy jednoczesnym braniu odpowiedzialności działań w praktyce.**

To nie tylko zapisane w strategii słowa, ale codzienna praca całego zespołu i konkretne inicjatywy, które pokazują, że odpowiedzialny biznes może tworzyć trwałą wartość dla ludzi i planety.

Z wyrazami szacunku,

Marek Sala

**Prezes Zarządu
Lajkonik Snacks Sp. z o.o.**





LAIKONIK



TO



MY



GRI 2-1, 2-6

JESTEŚMY ...

- ... EKSPERTEM W KATEGORII PRZEKĄSEK Z PONAD 50-LETNIM DOŚWIADCZENIEM,
- ... LIDEREM NA POLSKIM RYNKU SŁONYCH WYPIEKÓW (*więcej na stronie 9*),
- ... FIRMĄ OFERUJĄCĄ NAJSZERSZY ASORTYMENT SŁONYCH WYPIEKÓW NA RYNKU,
- ... ZAANGAŻOWANYM PRACODAWCĄ, ZATRUDNIAJĄCYM OKOŁO 600 WYJĄTKOWYCH WSPÓŁPRACOWNIKÓW W SKAWINIE.

WARTOŚCI

ŁĄCZYMY RADOŚĆ ŻYCIA I ODPOWIEDZIALNOŚĆ

W Lajkoniku wierzymy, że biznes to coś więcej niż liczby i wyniki. Jako część rodzinnej Grupy Lorenz patrzymy daleko w przyszłość – nasze decyzje podejmujemy z myślą o kolejnych pokoleniach. Odpowiedzialność za ludzi i planetę traktujemy tak samo poważnie, jak troskę o najwyższą jakość produktów. Każdego dnia staramy się udowodnić, że radość z jedzenia naszych przekąsek może iść w parze z odpowiedzialnym podejściem do świata, w którym wszyscy żyjemy.



Dążymy do tego,
aby stawać się coraz
lepszymi w zakresie
środowiskowych
i społecznych skutków
naszych działań.



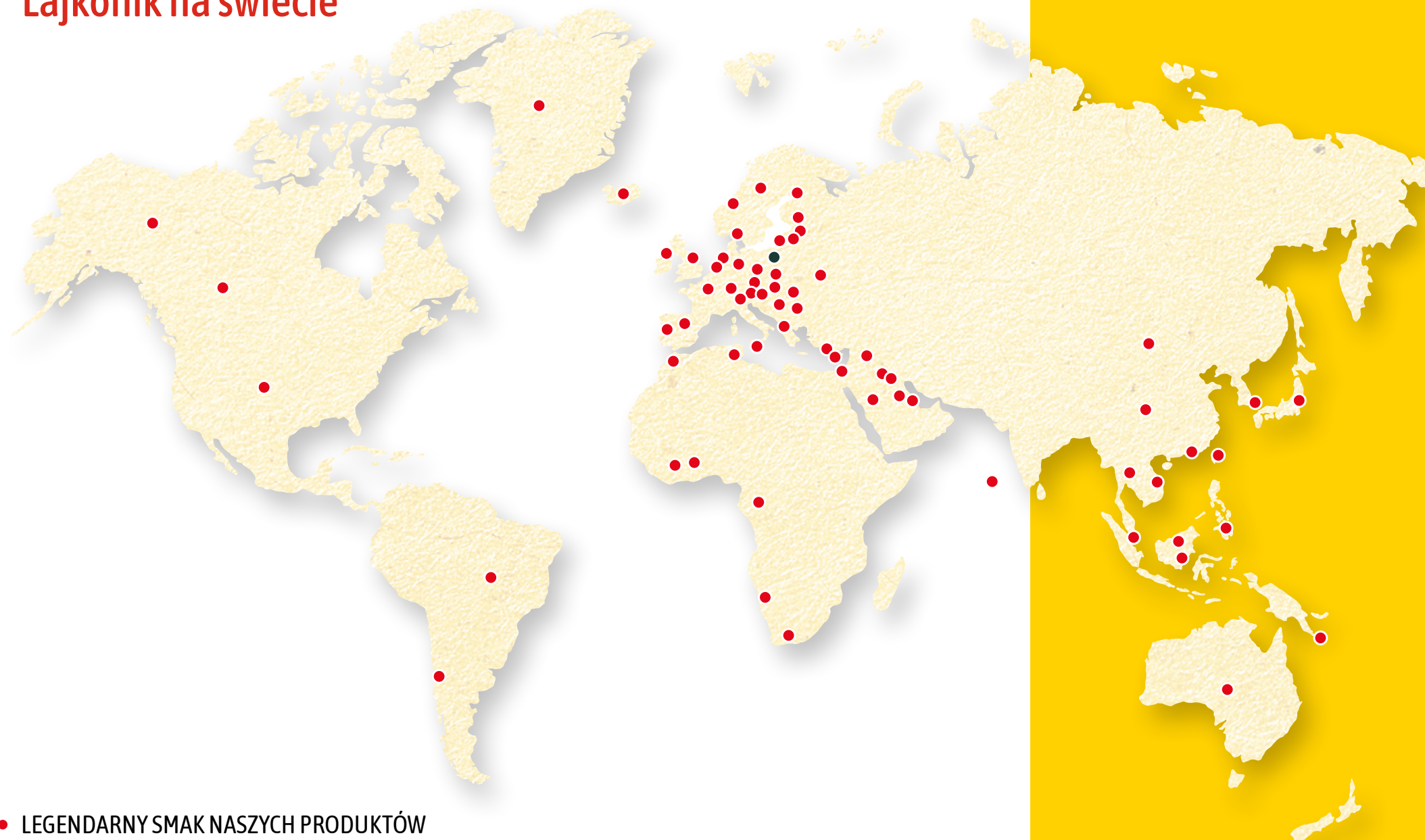
**DOSTARCZANIE
LUDZIOM PRZYJEMNOŚCI
DZIĘKI NASZYM PRZEKĄSKOM,
PRZY JEDNOCZESNYM BRANIU
ODPOWIEDZIALNOŚCI –
TO NASZA MISJA.**

MISJA

**W 2024 ROKU W NASZEJ FIRMIE PRACOWAŁO
PONAD 600 PRACOWNIKÓW (304 KOBIETY
I 307 MĘŻCZYZN).**

To właśnie oni troszczą się o to, by nasze produkty cechowały się najwyższą jakością i legendarnym smakiem.

Lajkonik na świecie



• LEGENDARNY SMAK NASZYCH PRODUKTÓW
OD DAWNA ZNANY JEST TEŻ POZA GRANICAMI NASZEGO KRAJU

• NASZ ZAKŁAD W SKAWINIE

Każdego dnia
produkujemy około

115 mln
paluszków

35 mln
precelków

19 mln
krakersów

1 mln bajgli i paluchów
z zakwasem



NASZA DROGA DO ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Przedstawione kamienie milowe ukazują tę ewolucję: od tradycji i rozwoju biznesu po świadome działania na rzecz lepszej przyszłości.

KAMIENIE MIŁOWE

Historia Lajkonika zaczęła się w 1910 roku w pierwszej fabryce w Skawinie. Z biegiem lat zmieniały się nie tylko nasze produkty i rynki, na których działamy, ale też nasze spojrzenie na biznes. Od ponad 50 lat skupiamy się na tworzeniu przekąsek wypiekanych, które towarzyszą Polakom aż do dziś.

Bardzo ważnym momentem na naszej drodze była integracja z Grupą Lorenz w 1993 roku, która otworzyła nas na nowoczesne standardy produkcji i szersze myślenie w kategoriach odpowiedzialności. Zrozumieliśmy, że sukces marki nie zależy wyłącznie od jakości smaku i doskonałego składu, ale też od tego, jak dbamy o ludzi, środowisko i przyszłe pokolenia. Od kilku lat konsekwentnie rozwijamy podejście do zrównoważonego rozwoju – od pierwszych inicjatyw po kompleksową strategię.

ROZPOCZĘLIŚMY PRODUKCJĘ SŁONYCH PALUSZKÓW, KTÓRA STAŁA SIĘ NASZĄ SPECJALNOŚCIĄ.

1970



ZAKŁAD W SKAWINIE ŚWIĘTOWAŁ SWOJE 100-LECIE.

2010

JAKO GRUPA LORENZ, W GRUDNIU 2020 ROKU DOŁĄCZYLIŚMY DO UN GLOBAL COMPACT – NAJWIĘKSZEJ GLOBALNEJ INICJATYWY NA RZECZ ZRÓWNOWAŻONEGO BIZNESU.

Ten rok był dla nas bardzo istotny, rozpoczęliśmy procesy ograniczania plastiku w produkcji oraz odsalania receptur.

2020



1910

HENRYK FRANCK ZAŁOŻYŁ ZAKŁAD W SKAWINIE POD NAZWĄ FABRYKA SUROGATÓW KAWOWYCH.

1993



STALIŚMY SIĘ CZĘŚCIĄ RODZINY LORENZ.

2017



WSZYSTKIE UŻYWANE PRZEZ NAS PAPIEROWE OPAKOWANIA POSIADAJĄ CERTYFIKAT FSC®.

PRZESZLIŚMY W 100% NA OLEJ RZEPAKOWY.



NASZA LOKALIZACJA PRZESZŁA
PIERWSZY AUDYT WEDŁUG
PROCEDURY SMETA.

2022**2021**

PRZESZLIŚMY NA ZIELONĄ
CERTYFIKOWANĄ ENERGIĘ
ELEKTRYCZNĄ. PRĄD, KTÓRY
ZUŻYWAMY, POCHODZI
WYŁĄCZNIE ZE ŹRÓDEŁ
ODNAWIALNYCH ELEKTROWNI
WIATROWYCH I WODNYCH.

2023

WYDALIŚMY
PIERWSZĄ BROSZURĘ
ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU FIRMY LAJKONIK
„W TROSCE O LUDZI
I PLANETĘ”.

**2024**

PILOTAŻOWY PROJEKT DOTYCZĄCY PONOWNEGO
WYKORZYSTANIA PRODUKTU UBOCZNEGO
POCHODZĄCEGO Z PRZEMIAŁU OPAKOWANIOWEGO
DO PRODUKCJI TACEK NA PALUSZKI SALTLETTS.

OPRACOWALIŚMY DRUGĄ BROSZURĘ
ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU
FIRMY LAJKONIK „W TROSCE O LUDZI
I PLANETĘ”.

**2025**

ZWIEŃCZENIE NASZYCH
WIELOLETNICH STARAŃ – WSZYSTKIE
RECEPTURY PRODUKTÓW LAJKONIKA
ZOSTAŁY ODSOLONE.

POJAWIŁA SIĘ TRZECIA BROSZURA
ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU
FIRMY LAJKONIK „W TROSCE O LUDZI
I PLANETĘ”.

**DZIŚ**



Nasze zobowiązania w organizacjach

PPPŻ

Jako członek Polskiej Federacji Producentów Żywności (PPPŻ), wspieramy inicjatywy mające na celu rozwój odpowiedzialnego biznesu w sektorze spożywczym oraz kształtowanie polityki żywnościowej w Polsce.

[Więcej informacji](#)



POLSKIE STOWARZYSZENIE ZRÓWNOWAŻONEGO ROLNICTWA I ŻYWNOSCI

Jesteśmy członkiem Polskiego Stowarzyszenia Zrównoważonego Rolnictwa i Żywności, które działa na rzecz promocji zrównoważonych praktyk w rolnictwie i produkcji żywności w Polsce. [Więcej informacji](#)



UN GLOBAL COMPACT (UNGC)

Jako uczestnicy największej globalnej inicjatywy na rzecz odpowiedzialnego biznesu, aktywnie wdrażamy dziesięć uniwersalnych zasad UN Global Compact. [Więcej informacji](#)



SCIENCE BASED TARGETS INITIATIVE (SBTI)

Jako członek SBTi realizujemy nasze naukowo uzasadnione cele klimatyczne, wspierając tym samym globalne działania na rzecz ochrony klimatu zgodnie z celem ograniczenia wzrostu temperatury do 1,5°C określonym w porozumieniu paryskim. [Więcej informacji](#)



RADA DS. ODPOWIEDZIALNEJ GOSPODARKI LEŚNEJ (FOREST STEWARDSHIP COUNCIL® – FSC®)

Jesteśmy zaangażowani w inicjatywę Forest Stewardship Council (FSC®), która promuje odpowiedzialne zarządzanie zasobami leśnymi na świecie, wspierając zrównoważone praktyki w gospodarce leśnej. Numer certyfikatu (FSC-C133957). [Więcej informacji](#)



POLBISCO

Do końca 2024 roku należeliśmy do Polskiego Związku Producentów Wyrobów Cukierniczych i Czekoladowych (POLBISCO), organizacji reprezentującej branżę cukierniczą, dbającej o wysokie standardy jakości oraz promującej rozwój rynku. Obecnie należymy do PPPŻ (Polskiej Federacji Producentów Żywności) [Więcej informacji](#)



SUPPLIER ETHICAL DATA EXCHANGE (SEDEX)

Członkostwo w Sedex daje nam konkretne narzędzie do monitorowania warunków pracy i standardów etycznych w całym łańcuchu dostaw. Dzięki temu możemy lepiej zarządzać ryzykiem, a jednocześnie spełniać wymagania dużych sieci handlowych i partnerów biznesowych, dla których przejrzystość i odpowiedzialność są kluczowe. [Więcej informacji](#)



POLSKI PAKT PLASTIKOWY

Wspólnie z innymi firmami jesteśmy zaangażowani w Polski Pakt Plastikowy, którego celem jest wprowadzenie w Polsce zamkniętego obiegu dla opakowań z tworzyw sztucznych. [Więcej informacji](#)



EU PLEDGE

Jako sygnatariusze dobrowolnej inicjatywy skupiającej czołowych producentów żywności i napojów, zobowiązujemy się, że nasze reklamy nie będą kierowane do dzieci poniżej 14. roku życia. [Więcej informacji](#)



Produkty marki Lajkonik

GRI 2-6

WYPIEKANE W SKAWIŃSKIM ZAKŁADZIE POD KRAKOWEM
PRZEKĄSKI LAJKONIKA OD LAT GOSZCZĄ NA STOŁACH
POLSKICH RODZIN. ICH CHARAKTERYSTYCZNA CHRUPKOŚĆ
I PRZEJRZYSTY SKŁAD TWORZĄ SMAK, KTÓRY STAŁ SIĘ
IKONĄ I CIESZY SIĘ SYMPATIAŁ KONSUMENTÓW W KRAJU
I NA ŚWIECIE.

Potwierdzają to wyniki badań niezależnych instytutów:

- **W pierwszej połowie 2025 roku ponad 48% (6,7 mln) gospodarstw domowych kupiło produkty marki Lajkonik, z czego 69% (4,7 mln) kupiło je minimum dwa razy.**

Źródło: Lorenz P.S.A. za YouGov CP Poland, Panel Gospodarstw Domowych, kategoria: TOTAL CAUSTIC&CRACKERS, grupa populacyjna: wszystkie gospodarstwa domowe: rynek: cała Polska, wskaźniki: penetracja %: liczba gospodarstw domowych, która kupiła produkt chociaż raz w analizowanym okresie, repeat rate %: % gospodarstw domowych, który powtórzył zakup (dwa lub więcej razy), Produkt: LAJKONIK ALL BRANDS, Okres: H1'2025

- **Lider w sprzedaży wartościowej – 49,7% to udziały w sprzedaży słonych wypieków.**

Źródło: Lorenz za Nielsen – Marka Lajkonik osiągnęła udział wartościowy sprzedaży równy 49,7% w kategorii słonych wypieków w rynku, Panel Handlu Detalicznego, rynek: cała Polska (jako suma rynków: hipermarkety, supermarkety, dyskonty, duże sklepy spożywcze z sieciami chemicznymi, średnie sklepy spożywcze i małe sklepy spożywcze, sklepy winno-cukiernicze, stacje benzynowe), sprzedaż w wartościowa, okres styczeń 2025 – sierpień 2025.

- **62% konsumentów słonych przekąsek spontanicznie wymienia markę Lajkonik, zaś aż 37% wskazuje ją jako pierwszą, która przychodzi im na myśl, gdy są pytani o słone przekąski**

Źródło: Kantar, Brand Equity study, CAWI, Polska, maj-lipiec 2025



PALUSZKI

Klasyka gatunku i smaku, który od lat pozostaje dla wielu synonimem paluszków w Polsce. W portfolio Lajkonika znajdują się Paluszki Klasyczne, z Szeszmem, o Smaku Cebulki oraz Extra Cienkie – każdy wariant ma swoich wiernych fanów.



JUNIOR

Linia przekąsek zaprojektowana z myślą o rodzinie z dziećmi. Łagodny smak i fantazyjne kształty sprawiają, że Junior to gwarancja dobrej zabawy. Oprócz Paluszków Junior dostępne są również Talarki Safari w kształtach zwierząt, a także krakersy Wesole Literki i Junior w Podróż – wspierające kreatywność najmłodszych.



PRECELKI

Lekkie i chrupiące, w tradycyjnej formie oprószonej solą. Doskonałe jako szybka przekąska w domu, sprawdzają się także podczas spotkań ze znajomymi czy w podróży.



TALARKI

Złociste, cienkie krążki z charakterystycznym wizerunkiem lajkonika. Ich subtelna chrupkość sprawia, że świetnie sprawdzają się na spotkaniach towarzyskich.



KRAKERSY SUPER

Delikatne i wyjątkowo kruche. Oferowane w wersji solonej lub o smaku cebulki, świetnie sprawdzają się nie tylko jako samodzielna przekąska, lecz także jako baza do tworzenia zarówno wytrawnych, jak i słodkich kompozycji kulinarnych.



KRAKERSY MINI

Dzięki poręcznemu rozmiarowi Krakersy Mini są idealne na imprezę i w podróży – łatwe do zabrania czy podzielenia się ze znajomymi. To przekąska idealna dla fanów mocnych smaków – bekonu, soli czy sera i cebulki. W 2024 roku rozpoczęliśmy sprzedaż drugiej edycji limitowanej – Chakalaka (smak afrykański) oraz Smakorini (smak śródziemnomorski), a w 2025 trzeciej edycji – Śmietanowe i Cebulowe. Krakersy o smaku Chakalaki zdobyły uznanie konsumentów i zostały wprowadzone do stałej oferty.



REWERSY

Nietypowa propozycja – chrupią na dwa sposoby. Z jednej strony delikatne i kruche, z drugiej bardziej wypieczone i intensywnie chrupiące. Występują w wariantach z nutą soli lub z dodatkiem ziół prowansalskich.



CHRUPIĄCY MIX

Połączenie najpopularniejszych przekąsek Lajkonika w jednym opakowaniu. Talarki, Precelki, Krakersy i Paluszki tworzą zestaw, który sprawdza się w każdej sytuacji.



PALUCHY EXTRA GRUBE

Grube i wyjątkowo kruche – dla tych, którzy cenią pełnię smaku w każdym kęsie.



DOBRY CHRUP KRAKERSY

są pyszne i pożywne, wypiekane w piecu z mąki pełnoziarnistej, obficie posypane ziarnami sezamu, lnu i chia. Ta niezwykła kompozycja ziaren i mąki z pełnego przemiału tworzy przekąskę o niepowtarzalnym smaku i przyjemnej chrupkości, stanowiącą źródło błonnika.



DOBRY CHRUP BAJGLE I PALUCHY Z ZAKWASEM

są wypiekane na bazie innowacyjnej receptury, w której ciasto dojrzewa powoli przed pieczeniem. Bogato posypane ziarnami lub ziołami, dostępne są w dwóch odstonach smakowych: oryginalnej oraz z ziołami prowansalskimi.



MINI PALUCHY DOBRY CHRUP

są wypiekane z mąki pełnoziarnistej i posypane ziarnami lnu dzięki czemu stanowią źródło błonnika. Występują w trzech wyrazistych i wciągających smakach: musztarda z miodem, rozmaryn i papryka.



DOBRY CHRUP





Nasza strategia



Ludzie Planeta

- ZDROWIE I ODŻYWIANIE
- NASI PRACOWNICY
- ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE
- ODPOWIEDZIALNE ZAOPATRZENIE
- OPAKOWANIA
- KLIMAT I ZASOBY
- ROLNICTWO REGENERATYWNE



W SERCU NASZEJ STRATEGII
ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU LEŻY
PRZEKONANIE, ŻE KLUCZEM DO PRAWDZIWEJ
RADOŚCI ŻYCIA JEST CZŁOWIEK W HARMONII Z
NATURĄ.

Naszym celem jest dostarczanie ludziom radości poprzez
nasze przekąski, jednocześnie biorąc odpowiedzialność za
nasze działania.

Jako producent żywności jesteśmy świadomi naszego
wpływu i związanych z tym zobowiązań. Tworząc przekąski,
myślimy zarówno o smaku, jak i o przyszłości. Ulepszamy
nasze receptury tak, by zmniejszać ilość soli, zmieniamy
opakowania z myślą o zwiększeniu przydatności do
recyklingu oraz wspieramy rolnictwo regeneratywne, które
dba o zasoby naturalne.

Każdy z tych kroków to element naszej odpowiedzialności
wobec ludzi i środowiska.

- Pod hasłem „Ludzie i Planeta” wyznaczyliśmy
7 kluczowych obszarów, w których koncentrujemy nasze
wysiłki.
- W tych obszarach zdefiniowaliśmy **26 celów strategicznych**
obejmujących perspektywę krótko-, średnio-
i długoterminową. To właśnie one nadają kierunek
naszym działaniom i pozwalają łączyć ambicje biznesowe
z odpowiedzialnością społeczną i środowiskową.
- Połączyliśmy różne działania w nasz kompleksowy
Program Zrównoważonego Rozwoju Lorenz.

Nasza strategia obejmuje siedem obszarów działania

01
Zdrowie i odżywianie

02
Nasi pracownicy

03
Zaangażowanie społeczne

04
Odpowiedzialne zaopatrzenie

05
Opakowania

06
Klimat i zasoby

07
Rolnictwo regeneratywne



LUDZIE

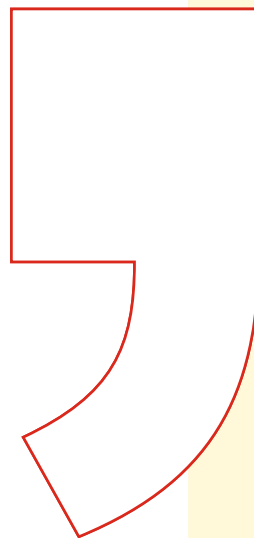


PLANETA



Nasz Kodeks postępowania. Wybrane treści:

- Zdecydowanie sprzeciwiamy się korupcji
- Ujawniamy i rozwiązujemy konflikty interesów
- Dążymy do uczciwej konkurencji
- Bierzemy odpowiedzialność za środowisko
- Dbamy o zdrowie i bezpieczeństwo w miejscu pracy



O strategii jako fundamencie

Nasza Strategia to dla mnie nie dokument, ale fundament długofalowego rozwoju, który wyrósł z pierwszych certyfikatów zdobywanych już w 2010 roku i dziś obejmuje wszystkie obszary działalności. Chcemy, aby nasze smaki dawały radość, ale jednocześnie były zdrowe i powstawały w sposób odpowiedzialny – z troską o ludzi i środowisko.

W 2024 roku wprowadziliśmy wewnętrzny Nutritional Lorenz Profile i postawiliśmy sobie ambitny cel, aby 75% produktów spełniało standardy na poziomie „dobry”, a 25% – nawet „perfekcyjny”. Te zobowiązania wyznaczają nam kierunek codziennych działań: pozwalają łączyć tradycję z nowoczesnością, a rozwój biznesu z pozytywnym wpływem, który buduje nie tylko zaufanie klientów, ale i poczucie sensu w pracy całej organizacji.

Ludzie w centrum – pracownicy, konsumenci i społeczności

W centrum naszej strategii zawsze są ludzie – pracownicy, konsumenci i lokalne społeczności. To realne wybory: od uważnego słuchania pracowników każdego szczebla i wdrażania ich pomysłów, przez redukcję soli w produktach, aż po inicjatywy społeczne, takie jak współpraca z WOŚP przy akcjach Policz się z cukrzycą czy program Ratownicy czytelnictwa, który wspiera dzieci i angażuje pracowników. Te działania pokazują, że biznes może budować więzi wykraczające daleko poza rynek, a odpowiedzialność to codzienne decyzje.

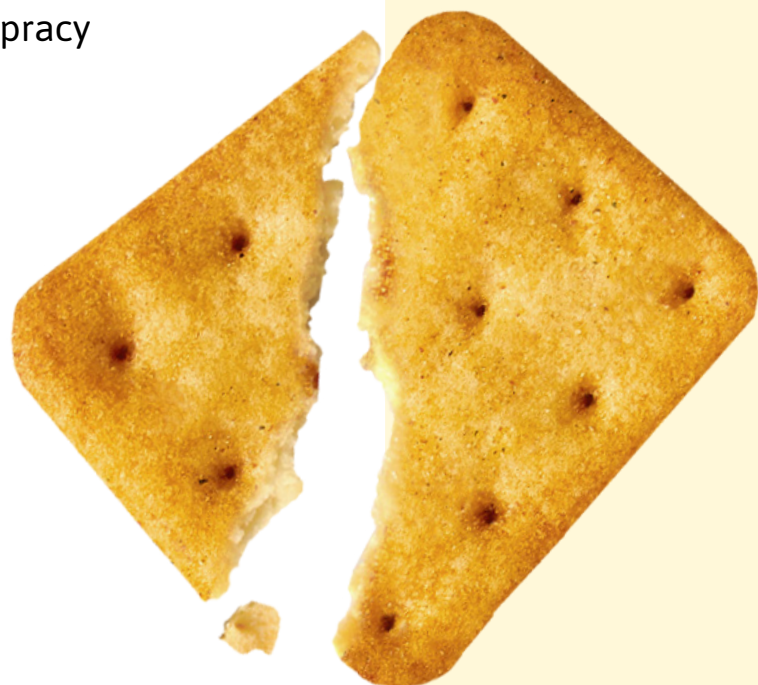
Środowisko i GOZ

Działania prośrodowiskowe i gospodarka o obiegu zamkniętym to kluczowe filary strategii Lajkonika, łączące odpowiedzialność z realnymi korzyściami biznesowymi.

W 2024 roku udało nam się znacząco zmniejszyć emisję CO₂, wprowadzamy krok po kroku zasady rolnictwa regeneratywnego, stworzyliśmy unikalny system odzysku materiałów opakowaniowych.

Te przedsięwzięcia dają nam stabilność i przewagę technologiczną, a jednocześnie ograniczają zużycie surowców i chronią środowisko. Wierzę, że właśnie w takich projektach tkwi przyszłość – w rozwiązaniach, które są korzystne zarówno dla planety, jak i dla rozwoju firmy. To dowód, że eko-innowacje mogą wzmacniać konkurencyjność, a biznes i ekologia nie muszą się wykluczać, lecz wzajemnie wspierać.

Kierownik CSR/CSR Manager
Bartosz Sikorski





Nasze cele i ambicje w Grupie Lorenz



			Cel	Wartość docelowa	Do	2022	2023	2024
	01	ZDROWIE I ODŻYWIANIE	Do końca 2025 roku zmniejszymy o 15% zawartość soli w całym asortymencie naszych markowych produktów (w porównaniu z rokiem bazowym 2019).	-15%	2025	-1,50% ¹	8,80% ¹	-14,90%
			Do 2025 roku wszystkie nasze nowe produkty będą zawierały średnio co najmniej 15% mniej soli niż produkty danej marki (w porównaniu z rokiem bazowym 2019).	100%	2025	42,10% ¹	66,70% ¹	73,10%
			Do 2027 roku 75% asortymentu naszych markowych produktów osiągnie poziom 1 w profilu wartości odżywczych Lorenz.	75%	2027	b.d.	29,80%	43,60%
			Do 2027 roku 25% asortymentu naszych markowych produktów osiągnie poziom 2 lub 3 w profilu wartości odżywczych Lorenz.	25%	2027	b.d.	12,20%	21,80%
	02	NASI PRACOWNICY	Nieustannie zmniejszamy liczbę wypadków przy pracy, dążąc do poziomu zero.	0 rocznie	b.d.	b.d.	b.d.	b.d. ⁷
			Do 2025 roku wszystkie zakłady przygotowania surowców oraz zakłady produkcyjne Lorenz zostaną poddane ponownemu audytowi według procedury SMETA.	7	2025	b.d.	b.d.	0
			Do 2025 roku 100% naszych pracowników otrzyma możliwość udziału w regularnej ankiecie dotyczącej zaangażowania.	100%	2025	b.d.	b.d.	b.d. ⁷
	03	ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE	Będziemy przekazywać darowizny na rzecz lokalnych inicjatyw społecznych w Niemczech, Polsce i Austrii.	liczba rocznie		38	36	47
	04	ODPOWIEDZIALNE ZAOPATRZENIE	Do 2024 roku przeprowadzimy audyt SMETA, nie tylko w naszych zakładach produkcyjnych, lecz także w dwóch zakładach zajmujących się przygotowaniem surowców do produkcji (Indie, RPA).	2	2024	0	1	2
			Do 2025 roku zobowiązujemy się, że proces pozyskiwania naszych surowców nie przyczyni się do wylesiania.	tak	2025	b.d.	nie	nie
			Do 2026 roku ocenimy 90% naszych dostawców surowców i materiałów opakowaniowych pod kątem przestrzegania standardów społecznych, środowiskowych i praw człowieka.	90%	2026	b.d.	b.d.	b.d. ⁷
			Do 2026 roku 100% naszych dostawców klasyfikowanych jako średniego lub wysokiego ryzyka będzie regularnie poddawanych audytom w zakresie przestrzegania standardów społecznych, środowiskowych i praw człowieka (zgodnie z przypisaną kategorią ryzyka).	100%	2026	b.d.	b.d.	b.d. ⁷
			Do 2025 roku 100% naszych pracowników odpowiedzialnych za zaopatrzenie zostanie przeszkolonych w zakresie aspektów społecznych i środowiskowych w łańcuchu dostaw.	100%	2025	b.d.	b.d.	91%



 PLANETA	05	OPAKOWANIA	Do 2025 roku zmniejszymy o 15% zużycie plastiku w opakowaniach jednostkowych w całym asortymencie naszych markowych produktów (w porównaniu z rokiem bazowym 2019).	-15%	2025	19,90%	14,80%	15,10%
			Do 2025 roku wszystkie opakowania jednostkowe w całym asortymencie naszych markowych produktów będą miały co najmniej wysoką przydatność do recyklingu.	100%	2025	46,90%	44,10%	49,30%
			Do 2026 roku wspólnie z naszym partnerem Plastic Bank zbierzemy pięć milionów plastikowych butelek.	5 mln	2026	1 mln	2 mln	2,8 mln
	06	KLIMAT I ZASOBY	Do 2030 roku zmniejszymy o 42% nasze bezwzględne emisje gazów cieplarnianych w zakresie 1 i 2 (w porównaniu z rokiem bazowym 2020). ²	-42%	2030	-18,90%	-21,40%	-23,30%
			Do 2030 roku zmniejszymy o 30.3% nasze bezwzględne emisje gazów cieplarnianych w zakresie 3 FLAG (w porównaniu z rokiem bazowym 2020). ³	-30,30%	2030	0,70%	2,60%	-7,90%
			Do 2030 roku zmniejszymy o 25% nasze bezwzględne emisje gazów cieplarnianych w zakresie 3 non-FLAG (w porównaniu z rokiem bazowym 2020). ⁴	-25%	2030	-6,40%	-6,60%	-9,70%
			Do 2050 roku osiągniemy zerową emisję gazów cieplarnianych netto w całym łańcuchu wartości.	-100%	2050	-1,50%	-0,20%	-4,0%
			Do 2050 roku zmniejszymy o 90% nasze bezwzględne emisje gazów cieplarnianych w zakresie 1 i 2 (w porównaniu z rokiem bazowym 2020). ²	-90%	2050	-18,90%	-21,40%	-23,30%
			Do 2050 roku zmniejszymy o 72% nasze bezwzględne emisje gazów cieplarnianych w zakresie 3 FLAG (w porównaniu z rokiem bazowym 2020). ⁵	-72%	2050	4%	4,60%	-6%
			Do 2050 roku zmniejszymy o 90% nasze bezwzględne emisje gazów cieplarnianych w zakresie 3 non-FLAG (w porównaniu z rokiem bazowym 2020). ⁶	-90%	2050	-3,90%	-2,00%	-4,60%
			Do 2026 roku 25% zużycia energii elektrycznej w naszych niemieckich i polskich zakładach będziemy pokrywać samodzielnie wytworzoną energią elektryczną ze źródeł odnawialnych.	25%	2026	3,50%	5,60%	5,30%
	07	ROLNICTWO REGENERATYWNE	Do 2024 roku 50 naszych rolników kontraktowych będzie aktywnie stosowało metody rolnictwa regeneratywnego w uprawie ziemniaka.	50	2025	b.d.	12	26
			Do 2030 roku wspólnie z naszymi rolnikami stosującymi metody rolnictwa regeneratywnego ograniczymy o 100000 t emisję gazów cieplarnianych w uprawie ziemniaka.	-100000 t CO ₂ e	2030	b.d.	-2079 t CO ₂ e	-6363 t CO ₂ e

1. Wartość ta po ponownym przeliczeniu została skorygowana wstecz. Więcej szczegółów można znaleźć w rozdziale Informacje o raporcie.
2. Cel obejmuje krajowe emisje i pochłanianie z surowców bioenergetycznych. Zakres celu: bez zakresu 1 w lokalizacji Kirishi.
3. Cel obejmuje kategorię 3.1 Nabywane towary i usługi. Emisje FLAG odnoszą się w szczególności do sektorów leśnictwo, użytkowanie gruntów i rolnictwo (Forest, Land and Agriculture), intensywnie wykorzystujących grunty. Cel obejmuje emisje i pochłanianie FLAG. Zakres celu: 68,2%.
4. Cel obejmuje kategorie 3.1 Nabywane towary i usługi, 3.3 Działalność związana z energią i paliwami oraz 3.4 Transport i dystrybucja na niższych szczeblach łańcucha wartości. Zakres celu: 68,2%.
5. Cel obejmuje emisje i pochłanianie FLAG. Zakres celu: 91,9%.
6. Zakres celu: 91,2%.
7. Są to nowe dane, dlatego informacje podlegające raportowaniu nie są jeszcze dostępne.



Zrównoważony rozwój w Lajkoniku

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Jako Grupa Lorenz, jesteśmy sygnatariuszem UN Global Compact, dołączenie do inicjatywy w grudniu 2020 roku było dla nas naturalnym krokiem, momentem, w którym nasza dotychczasowa droga w stronę odpowiedzialnego biznesu spotkała się z globalną inicjatywą.

Aktywnie wspieramy realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju (Sustainable Development Goals – SDGs)

wyznaczonych przez Organizację Narodów Zjednoczonych w Agendzie 2030. UN Global Compact stworzył największą na świecie sieć firm działających na rzecz zrównoważonego rozwoju. Dla nas jest to przestrzeń wymiany doświadczeń, czerpania inspiracji i dobrych praktyk dotyczących praw człowieka, pracy, środowiska i przeciwdziałania korupcji. Jako część działającej globalnie firmy Lorenz uważamy, że naszym obowiązkiem jest włączenie się w realizację tych priorytetów i przełożenie ich na naszą praktykę biznesową.

W rezultacie zobowiązaliśmy się do realizacji pięciu Celów Zrównoważonego Rozwoju, które w kolejnych częściach broszury przedstawiamy wraz z konkretnymi inicjatywami.

W oparciu o przeprowadzoną Analizę Podwójnej Istotności zidentyfikowaliśmy obszary, w których możemy wnieść największy wkład. Skupiamy się na działaniach przynoszących realne korzyści społeczne i środowiskowe, traktując je jako integralny element naszej strategii.

DOBRE ZDROWIE I JAKOŚĆ ŻYCIA

Do realizacji tego celu przyczyniają się nasze działania w obszarze Zdrowie i odżywianie (**zobacz stronę 20**)

**SDG 3**

LUDZIE



WZROST GOSPODARCZY I GODNA PRACA

Ten cel realizujemy poprzez działania w rozdziale Nasi Pracownicy (**zobacz stronę 30**) i Odpowiedzialne zaopatrzenie (**zobacz stronę 25**)

**SDG 8**

PARTNERSTWA NA RZECZ CELÓW

Partnerstwa mają i będą miały znaczenie we wszystkich naszych obszarach działania – ponieważ razem możemy osiągnąć więcej. Przykłady naszych działań można znaleźć w obszarach Odpowiedzialne zaopatrzenie (**zobacz stronę 25**) oraz Partnerstwa Lajkonik i Lorenz

**SDG 17****SDG 12**

ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA I PRODUKCJA

Pracujemy nad tym celem w ramach obszarów Zdrowie i odżywianie (**zobacz stronę 20**) oraz w obszarze Opakowania (**zobacz stronę 23**)



PLANETA

SDG 13

DZIAŁANIA W DZIEDZINIE KLIMATU

Do realizacji tego celu przyczyniają się nasze działania w obszarze Klimat i zasoby (**zobacz stronę 27**) i Rolnictwo regeneratywne (**zobacz stronę 29**).



PARTNERSTWA LAJKONIK I LORENZ

GRI 2-6

PARTNERSTWA DLA
ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Skuteczne działania wymagają współpracy.

W Lajkoniku, podobnie jak w całej Grupie Lorenz, budujemy partnerstwa lokalne i globalne, które wzmacniają nasze inicjatywy w obszarze klimatu, odpowiedzialnej produkcji żywności. Udział w organizacjach i stowarzyszeniach branżowych pozwala nam nie tylko wymieniać doświadczenia, ale także wspólnie wypracowywać rozwiązania.

NASZE
ZAANGAŻOWANIE:



POLBISCO

Sedex

FSC®, POLBISCO, Supplier Ethical Data
Exchange (Sedex)

Lorenz



POLSKI
PAKT
PLASTIKOWY



Polski Pakt Plastikowy, EU Pledge, Global Compact, Science Based
Targets Initiative (SBTi), Polskie Stowarzyszenie Zrównoważonego
Rolnictwa i Żywności, Polska Federacja Producentów Żywności (PFPŻ)

Zrównoważony rozwój w Lajkoniku opiera się na dobrze przemyślanych działaniach. Strategia powstała dzięki zespołowi ekspertów, którzy połączyli wiedzę, doświadczenie i zaangażowanie, tworząc jasny plan rozwoju naszej firmy.

To dzięki ich pracy możemy krok po kroku wprowadzać w życie nasze ambicje związane ze zrównoważonym rozwojem, mając na uwadze dobro ludzi i środowiska.

**Dziękujemy każdemu,
kto miał swój udział
w tym procesie – razem
możemy osiągnąć
zamierzone cele.**



CERTYFIKATY, SYSTEMY ZARZĄDZANIA, POLITYKI ZARZĄDZANIA

Certyfikaty i systemy zarządzania

Dbając o jakość i bezpieczeństwo, nasza lokalizacja w Skawinie pracuje zgodnie z certyfikowanym systemem ISO 9001. Dodatkowo zakład produkcyjny spełnia rygorystyczne standardy IFS Food i BRC Global Standard for Food Safety, a nasze praktyki zostały potwierdzone zgodnością ze SMETA.

Wszystkie certyfikaty:

ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ według ISO 9001

STANDARD BEZPIECZEŃSTWA ŻYWNOSTCI według IFS Food

STANDARD BEZPIECZEŃSTWA ŻYWNOSTCI według BRC

Global Standard for Food Safety

STANDARD ETYCZNY, SPOŁECZNY I ŚRODOWISKOWY według SMETA (Sedex Member Ethical Trade Audit)
Rozpoczęliśmy wdrożenie systemu, który ma na celu certyfikację ISO 14001 w 2026 roku.



Polityki:

- Polityka Środowiskowa i Energetyczna Grupy Lorenz
- Polityka dotycząca praw człowieka Lorenz Group
- Lorenz Responsible Sourcing Guideline
- Polityka Korporacyjna Lorenz





W TROSCE O LUDZI I PLANETĘ



7

Obszarów działania



LUDZIE

LUDZIE: W CENTRUM NASZYCH DZIAŁAŃ

Od lat nasze przekąski towarzyszą spotkaniom rodzin i przyjaciół, budując wspólne chwile i łącząc pokolenia. Zdajemy sobie jednak sprawę, że odpowiedzialność wobec konsumentów to nie tylko smak i tradycja, ale także troska o zdrowie i dobre nawyki żywieniowe.

Dlatego stopniowo redukujemy zawartość soli w naszych produktach, zachowując ich niepowtarzalny charakter. Równie ważne jest dla nas zapewnienie wysokich standardów pracy oraz budowanie etycznych relacji z naszymi dostawcami. Jako firma od lat związana ze Skawiną, czujemy się odpowiedzialni za lokalną społeczność i aktywnie uczestniczymy w jej rozwoju, wspierając inicjatywy edukacyjne, sportowe i społeczne.

W trosce o Ludzi i Planetę

CZYLI O ODPOWIEDZIALNOŚCI W GRUPIE LORENZ

Odpowiedzialność społeczna od zawsze była wpisana w to, jak rozumiemy prowadzenie biznesu. Nie traktujemy jej jako dodatku, ale jako coś, co nadaje sens naszej pracy. W Lajkoniku wierzymy, że nasza działalność powinna przynosić radość konsumentom, a jednocześnie mieć pozytywny wpływ na ludzi i środowisko wokół nas.

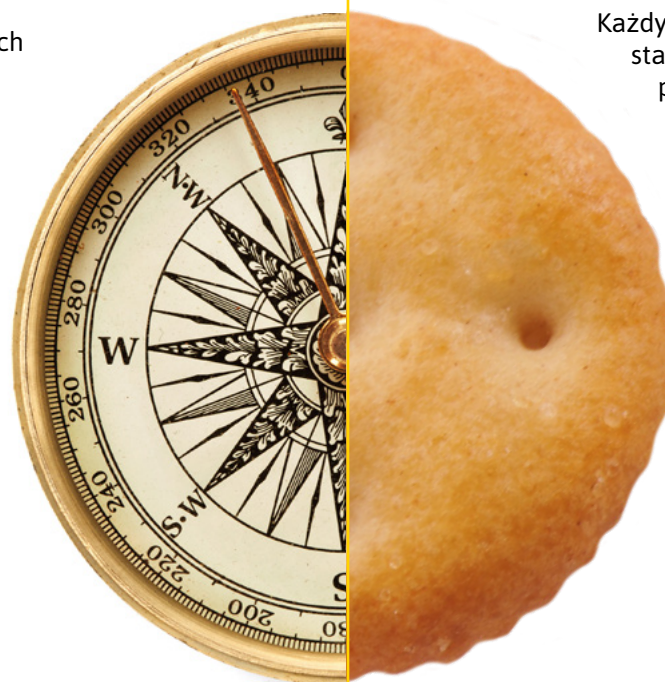
Dlatego powstała nasza strategia, to kompas, który prowadzi nas przy podejmowaniu decyzji i pomaga łączyć cele biznesowe z wartościami, w które wierzymy.

Jako firma związana od lat ze Skawiną i Krakowem, w pełni zdajemy sobie sprawę ze swojej roli w życiu lokalnych społeczności. Odpowiedzialność dla nas to również etyka we współpracy z partnerami biznesowymi oraz troska o warunki pracy naszych pracowników. Dokładamy starań, by nasi pracownicy czuli dumę, że są częścią Lajkonika.

Zdrowie i odżywianie

Odżywianie i jakość CZYLI O TYM, JAK NAJLEPSZE MOŻE BYĆ JESZCZE LEPSZE

Każdy składnik naszych produktów jest starannie dobrany. Dbamy, aby nasze przekąski nie tylko smakowały doskonale, ale także stanowiły uzupełnienie codziennej diety.



PLANETA

PLANETA: NASZA WSPÓLNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ CELÓW

Ochrona środowiska stanowi jeden z głównych filarów naszej strategii. Pracujemy nad ograniczeniem plastiku w opakowaniach i rozwijamy rozwiązania, które pozwalają zwiększyć ich przydatność do recyklingu. Równolegle zmniejszamy nasz ślad węglowy i rozwijamy praktyki wspierające neutralność klimatyczną. Współpracujemy z rolnikami i partnerami, aby promować rolnictwo regeneratywne. W codziennej pracy korzystamy zarówno z doświadczeń Grupy Lorenz, jak i z wiedzy zgromadzonej w Lajkoniku, które pozwalają nam działać w polskich realiach w sposób odpowiedzialny.

Wierzymy, że te działania krok po kroku prowadzą nas w stronę bardziej zrównoważonej przyszłości – dla nas, naszych konsumentów i przyszłych pokoleń.

Skład naszych produktów

Mąka pszenna

Mąka jest podstawą naszych wyrobów, dlatego stawiamy na jej najwyższą jakość. Znamy naszych dostawców, współpracujemy ze sprawdzonymi młynami, do których mamy zaufanie.

W 2024 roku zużyliśmy tyle mąki, ile zmieściłoby się w 19 basenach olimpijskich!

Wyobraź sobie Kraków. Teraz podziel go na trzy części. Dokładnie tyle pól potrzeba, by uprawiać zboża potrzebne do produkcji naszych przekąsek.

Olej rzepakowy

Już od 2017 roku nasze przekąski nie zawierają oleju palmowego. W jego miejsce stosujemy olej rzepakowy. Zawiera on mniej nasyconych kwasów tłuszczowych, co czyni go lepszym wyborem.

Redukcja soli

-15% SOLI

W Lajkoniku łączymy tradycyjny smak z troską o zdrowie naszych konsumentów. Od lat pracujemy nad tym, by nasze receptury były smaczne, a jednocześnie zdrowsze – bez kompromisów w kwestii Legendarnego Smaku.

Lorenz Nutrition Profile

Lorenz Nutrition Profile to nasz wewnętrzny profil składników odżywczych dla przekąsek. Dzięki niemu stworzyliśmy system oceny, który pozwala nam mierzyć, analizować i porównywać nasze przekąski pod kątem składu surowcowego i wartości odżywczych. W oparciu o te informacje jesteśmy w stanie świadomie oferować konsumentom produkty o korzystniejszym profilu wartości odżywczych.



Rok 2024 przyniósł nam duży powód do dumy. Nasz cel grupowy, zakładający obniżenie zawartości soli o 15% w porównaniu z 2019 rokiem, został niemal w pełni zrealizowany – osiągnęliśmy wynik -14,9%. W pierwszej połowie 2025 roku osiągnęliśmy go, obecnie wszystkie receptury są odsolone.

Nasze **Junior Safari** to przykład, że można łączyć świetny smak z troską o zawartość soli. Dzięki temu, że zawierają **aż o 25% mniej soli niż tradycyjne produkty ługowane**, są ciekawą propozycją przekąski, ciągle tak samo pyszną.

25%

mniej soli

Rozwój kultury bezpieczeństwa żywności

- Dookonalimy ocenę sensoryczną produktów
- Porządkujemy i upraszczamy dokumentację jakościową
- Celebруем Światowy Dzień Bezpiecznej Żywności – 7 czerwca

Oznaczenia na opakowaniach – jasne informacje dla każdego

W Lajkoniku wierzymy, że świadomy wybór zaczyna się od przejrzystej informacji. Dlatego na naszych opakowaniach klienci znajdują wszystko, co potrzebne, aby z pełnym spokojem sięgnąć po przekąskę.

PRZEZNACZENIE PRODUKTU:

Nasze przekąski są gotowe do bezpośredniego spożycia i przeznaczone dla osób w różnym wieku. Wyjątek stanowią osoby z alergiami lub nietolerancjami pokarmowymi – w ich przypadku warto dokładnie sprawdzić listę składników i oznaczenia alergenów, aby móc cieszyć się produktem w pełni bezpiecznie.

**Produkt wegański**

Nasze produkty wegańskie nie zawierają składników pochodzenia zwierzęcego. W trakcie produkcji nie używamy takich surowców. Zgodnie z dobrymi praktykami produkcyjnymi wprowadziliśmy dodatkowe środki ostrożności, aby wykluczyć niezamierzoną obecność składników zwierzęcych w produktach oznaczonych jako odpowiednie dla wegan.

**Produkt wegetariański**

Produkty oznaczone jako wegetariańskie są przeznaczone dla osób, które nie spożywają mięsa.

**Z olejem rzepakowym**

Do wypieku naszych przekąsek stosujemy wyłącznie olej rzepakowy.

**Bez dodatku konserwantów**

Nie stosujemy dodatku substancji konserwujących. W produkcji nie wykorzystujemy również surowców zawierających substancje konserwujące.

BEZ DODATKU**Bez dodatku wzmacniaczy smaku**

Nie dodajemy wzmacniaczy smaku.

**Bez barwników**

W procesie produkcyjnym nie stosujemy barwników.

**Kierunki rozwoju na przyszłość:**

Nieustannie pracujemy nad dalszą poprawą profilu odżywczego naszych przekąsek. W przyszłości chcemy jeszcze bardziej zwiększać zawartość błonnika i białka, wykorzystując naturalne składniki – mieszanki mąk pełnoziarnistych oraz dodatki ziaren, takich jak siemię lniane czy sezam – tak, aby podnieść wartość odżywczą przy zachowaniu charakterystycznego smaku, chrupkości i przyjemności jedzenia.

Naszym celem jest tworzenie przekąsek, które przynoszą radość, a jednocześnie są zdrowsze – w duchu strategii Functional Snacks and Joyful Snacks. Choć nie wszystko możemy komunikować bezpośrednio na opakowaniach, transparentnie informujemy konsumentów w mediach społecznościowych i publikacjach, pokazując korzyści i nasze dążenia do poprawy jakości odżywiania. Naszą odpowiedzialność rozumiemy jednak szerzej niż samo odżywianie – to także wspieranie lokalnych dostawców, budowanie więzi ze społecznością i tworzenie miejsca pracy, w którym kolejne pokolenia mogą rozwijać się i czuć bezpiecznie.

Redukcja soli – droga do sukcesu

Redukcja soli o 15% w naszych paluszkach była niemałym technologicznym wyzwaniem. Receptury Lajkonika pod kątem soli były stałe, zmiana zawartości soli wpływała nie tylko na smak, ale i na strukturę ciasta, powodując nadmierny rozrost paluszków w trakcie wypieku.

Dzięki determinacji w poszukiwaniu rozwiązań, jak na przykład stosowanie soli o różnej granulacji, udało nam się zachować jednocześnie charakterystyczny smak, chrupkość i kształt produktu. I osiągnąć cel redukcji soli o 15%! Żałuję tylko, że z powodu ograniczeń regulacyjnych dotyczących oświadczeń żywieniowych, nie możemy wprost, na opakowaniu, powiedzieć o tym konsumentom, wielu z nich jest świadomych żywieniowo i informacja o takiej zmianie z pewnością by ich ucieszyła.

”

Kierownik ds. Rozwoju
Biznesu i Technologii
Łukasz Grzonka



Opakowania

REDUKUJEMY PLASTIK, CZYLI O TYM, **ŻE NIERAZ MNIEJ ZNACZY LEPIEJ**

Redukcja plastiku – nasze wysiłki i wyzwania

W Lajkoniku od lat pracujemy nad tym, by nasze opakowania były bardziej przyjazne dla środowiska. Jednym z naszych celów jest zmniejszenie zużycia plastiku w opakowaniach jednostkowych o 15% w porównaniu z 2019 rokiem. W 2022 roku osiągnęliśmy ważny kamień milowy – 90% naszych opakowań nadawało się do recyklingu. Redukcja plastiku stanowi wyzwanie dla całej grupy. W Lajkoniku wprowadzamy nowe rozwiązania i modyfikacje, dzięki którym oszczędności tego surowca są w naszej firmie najwyższe w ramach grupy Lorenz. Dążymy przy tym do celu, jakim jest osiągnięcie 100% przydatności do recyklingu w 2025 roku.

W pierwszym półroczu 2025 roku wprowadziliśmy cieńsze folie w asortymencie Dobry Chrup, Mini Krakusy, Rewersy, Junior w podróży oraz Junior Wesołe Literki. Przyniosło to znaczące oszczędności plastiku, wynoszące 53 tony.

-15% PLASTIKU



W 2024 roku 92% opakowań Grupy Lorenz miało co najmniej dobrą przydatność do recyklingu, a 49,3% – co najmniej wysoką. **W samym Lajkoniku 100% folii nadaje się do recyklingu PP i 100% ma wysoką przydatność do recyklingu.**

AKCJA



Na opakowaniach naszych przekąsek umieściliśmy jasne informacje, które pomagają konsumentom w prawidłowej segregacji odpadów:

WYRZUĆ NASZE opakowanie do ŻÓŁTEGO kosza. Naszym celem jest, aby opakowania były jak najbardziej przyjazne recyklingowi, w oparciu o dostępne technologie i możliwości.

SEGREGACJA

DOCENILI NAS

Działania na rzecz obiegu zamkniętego

Nasze starania w kierunku gospodarki obiegu zamkniętego zostały ponownie docenione – zostaliśmy wyróżnieni podczas 14. Konferencji Bezpieczne Opakowanie. W listopadzie 2024 roku otrzymaliśmy **Wyróżnienie „Packaging Circular Economy Certificate”** od **ML Polyolefins**, skierowane do przedsiębiorców z branży opakowań miękkich.

Naszym osiągnięciem jest efektywne przekazywanie odpadów poliolefinowych z opakowań giętkich do produkcji eko-produktów marki Stella Green®. Dzięki temu zapewniamy 100% odzysk i przetworzenie materiałów w nowe produkty gotowe do użytku. Ten proces nie prowadzi do zwiększenia ilości nowych tworzyw sztucznych w obiegu gospodarczym i środowisku naturalnym, wpisując się w zasady zamkniętej gospodarki opakowaniowej.





PLASTIK

Projekt ponownego wykorzystania odpadów z produkcji tacek do paluszków Saltletts.

W 2023 roku w naszym zakładzie w Skawinie ruszyła nowa linia pakująca, na której w procesie termoformowania powstaje dwukomorowa taca na paluszki Saltletts. Po wycięciu wytłoczek z folii PP pozostaje ażurowa wstęga, którą zamiast traktować jako odpad, postanowiliśmy wykorzystać ponownie. Zanim jednak linia została uruchomiona, w Lajkoniku powołaliśmy zespół, który opracował najlepsze rozwiązanie: odsprzedaż materiału do dostawcy. Uzyskanie niezbędnych zezwoleń i przygotowanie dokumentacji zajęło ponad pół roku, a pozytywna kontrola środowiskowa otworzyła drogę do wdrożenia tego systemu. Dzięki temu nie tylko zamknęliśmy obieg produkcyjny, ale także wprowadziliśmy bardziej zrównoważone podejście do zarządzania odpadami.

Materiał uboczny

Lajkonik otrzymał od Wojewódzkiego Inspektoratu Ochrony Środowiska zgodę na zmianę statusu odpadu na materiał uboczny. Co to oznacza w praktyce? Dzięki tej zmianie możemy odsprzedać czysty polipropylen (PP) powstający w trakcie produkcji z powrotem do naszego dostawcy, zamykając obieg tego materiału i ograniczając negatywny wpływ na środowisko.

Testy rynkowe cieńszych opakowań

W 2024 roku przeprowadziliśmy testy rynkowe cieńszych opakowań – zawierających o 10% mniej folii. Test zakończył się sukcesem, dlatego w 2025 roku rozwiązanie to wprowadziliśmy do stałej produkcji. Stało się ono standardem w produktach takich jak Mini Krakery i Dobry Chrup.

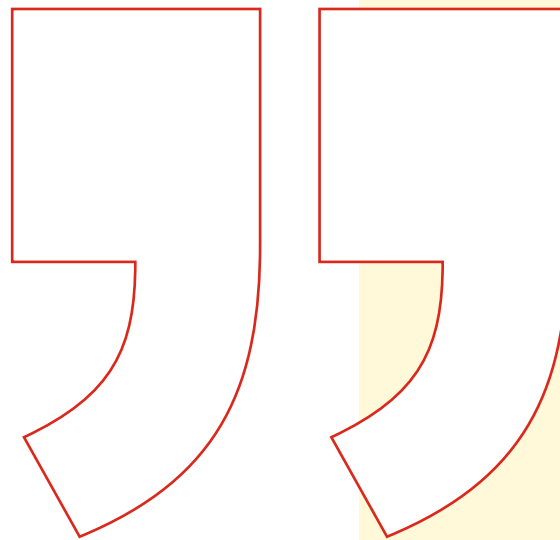
Kartony jednoelementowe

Uzyskaliśmy dwie funkcjonalności, zwiększenie przydatności kartonów do recyklingu poprzez redukcję foliowej taśmy zaklejającej oraz poprawę stabilności procesu produkcyjnego pod kątem automatyzacji.



Certyfikat FSC®

Od 2022 roku używamy wyłącznie materiałów opakowaniowych z certyfikatem FSC® (FSC-C133957).



Nagrodzony projekt GOZ – odzysk folii

Projekt był zakrojony na szeroką skalę: wymagał współpracy 9 działów i 4 ekspertów zewnętrznych, podpisania umowy z dostawcą dotyczącej gospodarki cyrkularnej oraz zdobycia pozwolenia obowiązującego przez 10 lat.

W 2024 roku otrzymaliśmy kolejne wyróżnienie Packaging Circular Economy Certificate i jest ono dla mnie szczególnie ważne. To nagroda za nasz projekt oparty o zasady gospodarki obiegu zamkniętego, w ramach którego znaleźliśmy sposób na odzysk folii poprodukcyjnej. Dotychczasowi odbiorcy nie byli w stanie jej przetwarzać, dlatego zadaliśmy sobie pytanie: kto może to zrobić lepiej? Przeprowadziliśmy szczegółową analizę rynku, sprawdziliśmy dostępne technologie i w końcu znaleźliśmy partnerów, którzy odbierają od nas odpady i przekształcają je w wartościowe produkty. Jestem dumny, bo to rozwiązanie jest naprawdę innowacyjne i buduje nasz wizerunek odpowiedzialnego producenta.

Redukcja folii w opakowaniach:

Opakowanie to ważny element produktu – jego kluczową rolą jest ochrona na każdym etapie: od pakowania na linii, przez transport, aż po półkę sklepową, przy zachowaniu standardów wydajności, jakości i bezpieczeństwa.

Dlatego redukcja grubości folii to złożony proces. Byliśmy przygotowani na wyzwania technologiczne, jak odporność na rozrywanie, trwałość produktu czy wygląd na półce, ale pojawiły się też niespodzianki – cieńsze folie nie są standardem, więc musieliśmy zamawiać dużo większe partie, a czasem też skracać okres przydatności produktu do spożycia. Mimo to robimy postępy i krok po kroku przesuwamy granice, bo każdy procent oszczędności ma znaczenie.

**Główny Technolog ds. Opakowań
Tomasz Bis**





Odpowiedzialne zaopatrzenie

GRI 2-23, 2-26

W LAJKONIKU NIE MA KOMPROMISÓW W KWESTII JAKOŚCI

W Lajkoniku doskonale wiemy, że wyjątkowy smak i jakość naszych produktów zaczynają się od surowców, z których powstają. Dlatego wybór partnerów traktujemy bardzo poważnie – kompromisy nie wchodzą w grę. Zanim rozpoczniemy współpracę, dostawcy przechodzą dokładny proces kwalifikacji jakościowej. Analizujemy ich ofertę, sprawdzamy skład i parametry surowców, a także upewniamy się, że wysokie standardy będą utrzymane przez cały czas współpracy.

Stawiamy na transparentność – każda dostawa jest skrupulatnie kontrolowana, tak aby każdy produkt opuszczający naszą fabrykę spełniał nasze wymagania i gwarantował konsumentom niezapomniany smak.

KODEKSY POSTĘPOWANIA

Kodeks postępowania dla dostawców

Od 2020 roku każdy dostawca współpracujący z Lajkonikiem zobowiązany jest do przestrzegania Kodeksu Postępowania Grupy Lorenz lub własnych kodeksów o spójnych założeniach. Traktujemy Kodeks jako drogowskaz – respektowanie jego zasad jest podstawą długotrwałej współpracy, a ich złamanie może oznaczać zakończenie relacji biznesowych.

Wdrażamy Kodeks nie tylko w naszej firmie, ale także w łańcuchu dostaw. W 2024 roku nasi dostawcy surowców i materiałów opakowaniowych wypełnili kwestionariusz Sedex. Stawiamy na najwyższe standardy w zakresie zatrudnienia, BHP, polityki środowiskowej i etyki biznesowej – w ramach audytów SMETA nieustannie podnosimy poprzeczkę, aby nasze działania były zgodne z najlepszymi praktykami **SDG 8 i 17**



ŁAŃCUCH WARTOŚCI FIRMY LAJKONIK



Z myślą o przyszłości
– projektujemy produkty i opakowania tak, by były przyjazne środowisku i wspierały odpowiedzialną konsumpcję.



Zaczynamy od źródła
– starannie wybieramy surowce najwyższej jakości, które w bezpieczny sposób trafiają do naszego zakładu w Skawinie.



Tu dzieje się magia
– w nowoczesnych zakładach produkcyjnych powstają wyjątkowe przekąski, tworzone zgodnie z najwyższymi standardami jakości.



Świeżość pod kontrolą
– każdy produkt pakujemy z dbałością, aby zachował swój smak i aromat aż do momentu otwarcia.



Chwila przyjemności
– największą satysfakcję daje nam to, że nasi klienci mogą cieszyć się wyjątkowym smakiem naszych przekąsek.



Blisko klientów
– szeroka sieć sprzedaży sprawia, że produkty Lajkonik można łatwo znaleźć niemal w każdym zakątku świata.



Sprawną logistyką
– dzięki efektywnym procesom nasze przekąski szybko i bezpiecznie docierają na sklepowe półki.



LORENZ RESPONSIBLE SOURCING GUIDELINE

W Lajkoniku i Grupie Lorenz dokładamy wszelkich starań, aby surowce, z których korzystamy, pochodziły z odpowiedzialnych źródeł. Współpracując z dostawcami, regularnie oceniamy ryzyka prawne, społeczne i środowiskowe. Tam, gdzie dostrzegamy obszary do poprawy, wspieramy partnerów podnoszeniu standardów – zamiast rezygnować ze współpracy z tymi, którzy napotykają trudności.

Kodeks Postępowania Lorenz, szkolenia dla pracowników, audyty SMETA, portal "Tell us!", praktyki zakupowe i kodeks postępowania dla partnerów biznesowych.



PRAWA CZŁOWIEKA

- ZASADA 1: Poszanowanie międzynarodowych praw człowieka
- ZASADA 2: Brak współudziału w naruszaniu praw człowieka



PRACA

- ZASADA 3: Poszanowanie wolności zrzeszania się i negocjacji zbiorowych
- ZASADA 4: Eliminacja pracy przymusowej
- ZASADA 5: Zniesienie pracy dzieci
- ZASADA 6: Eliminacja dyskryminacji



Kodeks Postępowania Lorenz, szkolenia dla pracowników, audyty SMETA, portal „Tell us!”, praktyki zakupowe i kodeks postępowania dla partnerów biznesowych, zdrowie i bezpieczeństwo, zarządzanie zdrowiem pracowników, elastyczne formy pracy, rozwój zawodowy i szkolenia.



Prawa człowieka w łańcuchu wartości

ŚRODOWISKO

- ZASADA 7: Wspieranie ostrożnościowego podejścia do wyzwań środowiskowych
- ZASADA 8: Promowanie większej odpowiedzialności za środowisko
- ZASADA 9: Zachęcanie do rozpowszechniania technologii przyjaznych środowisku



PRZECIWDZIAŁANIE KORUPCJI

- ZASADA 10: Przeciwdziałanie korupcji



Redukcja plastiku i recykling opakowań, ślad węglowy firmy i strategia klimatyczna, energia z odnawialnych źródeł, ponowne wykorzystanie zasobów, projekty dotyczące bioróżnorodności, certyfikaty FSC®



Kodeks Postępowania Lorenz, szkolenia dla pracowników, audyty SMETA, portal „Tell us!”, praktyki zakupowe i kodeks postępowania dla partnerów biznesowych, procedura antykorupcyjna.





Klimat i zasoby

GRI 305-1, 305-2

NASZE PODEJŚCIE DO KLIMATU I ZASOBÓW

DBAMY O KLIMAT,

BO WSZYSZY ŻYJEMY NA JEDNEJ PLANECIE.

W Lajkoniku wierzymy, że produkcja naszych wyrobów może iść w parze z troską o środowisko. Dążymy do neutralności klimatycznej, wyznaczając konkretne cele redukcji emisji zgodnie z założeniami Porozumienia Paryskiego. Nasza fabryka jest stale modernizowana, a poprawa efektywności energetycznej pozostaje jednym z naszych kluczowych priorytetów.

Już 100% energii elektrycznej w Skawinie pochodzi ze źródeł odnawialnych.

Regularnie monitorujemy zużycie energii, przeprowadzamy audyty i wprowadzamy nowe technologie, które nie tylko usprawniają produkcję, ale też ograniczają wpływ naszej działalności na przyrodę. Dzięki obliczeniom emisji w oparciu o GHG Protocol mamy jasny obraz naszego śladu węglowego.

ŁAGODZENIE I ADAPTACJA DO ZMIAN KLIMATU

Świadomi wyzwań związanych ze zmianami klimatu, mierzymy nasz wpływ i konsekwentnie redukujemy emisję, kierując się celami klimatycznymi. Chcemy budować bardziej zrównoważony łańcuch dostaw żywności i aktywnie przyczyniać się do realizacji globalnych zobowiązań, takich jak Zielony Ład UE czy Porozumienie Paryskie.

POLITYKA ŚRODOWISKOWA

W Lajkoniku i Grupie Lorenz prowadzimy działania zgodne z naszą Polityką Środowiskową, obejmującą pomiar zużycia wody i energii, emisji gazów cieplarnianych oraz generowania odpadów. Monitorujemy zmiany regulacyjne i innowacje technologiczne, a także prowadzimy aktywny dialog z dostawcami, pracownikami, klientami i innymi interesariuszami na temat wyzwań ekologicznych. Jesteśmy członkami inicjatyw zrównoważonego rozwoju, takich jak UN Global Compact, Science Based Targets czy Sustainable Agriculture Initiative Platform, ustalamy cele na poziomie całej firmy w obszarach emisji, energii i plastiku, opracowujemy środki naprawcze i regularnie monitorujemy postępy. Woda i odpady są zarządzane lokalnie w naszych zakładach, a całość procesu poddawana jest corocznym przeglądom i aktualizacjom.

Zmniejszamy ślad węglowy

**Od 2019 roku
zmniejszyliśmy ślad
węglowy o:**



ZEROWA EMISJA NETTO

POMIAR EMISJI

Ocenę naszych emisji gazów cieplarnianych przeprowadzamy w oparciu o Protokół GHG, uznany na całym świecie standard, który określa zasady mierzenia i raportowania emisji gazów cieplarnianych w podziale na trzy zakresy (Scope 1, 2 i 3).

REDUKCJA EMISJI

Podejmujemy działania mające na celu minimalizowanie wpływu zarówno naszej działalności, jak i działań naszych partnerów biznesowych na zmiany klimatyczne. Obejmuje to emisje związane ze zmianami użytkowania gruntów, ich zarządzaniem, zużyciem energii w produkcji i transporcie oraz inne emisje na poziomie przedsiębiorstwa. Największą część naszych emisji pochodzi z obszaru zakupionych towarów, dlatego wspólnie z dostawcami i rolnikami intensywnie pracujemy nad ich redukcją.

REDUKCJA ŚŁADU WĘGLOWEGO

W 2024 roku zmniejszyliśmy emisję CO₂ na tonę produkowanych wyrobów o 0,002 tony w porównaniu z 2023 rokiem. Grupie Lorenz zobowiązaliśmy się, że do 2030 roku ograniczymy emisje gazów cieplarnianych w zakresach 1 i 2 aż o połowę w porównaniu z rokiem 2019. To nie tylko liczba w tabeli, ale realne wyzwanie, które już dziś przekuwamy w konkretne działania. Stworzyliśmy kompleksową strategię dekarbonizacji, która stanie się naszym kompasem na drodze do celu. Największymi wyzwaniami pozostają gaz ziemny, niezbędny w procesie pieczenia oraz energia elektryczna. Dlatego intensywnie pracujemy nad ograniczaniem ich zużycia. Widać już pierwsze efekty, w 2024 roku zużycie energii wyniosło 0,29 MWh na tonę produktów.

- **Największe wyzwania:** Gaz ziemny i energia elektryczna.
- **Nasza odpowiedź:** Strategia dekarbonizacji i coraz lepsza efektywność energetyczna
- **Efekt:** W 2024 roku zużycie energii spadło do 0,29 MWh na tonę produktów.

PRZEJRZYSTA KOMUNIKACJA

Transparentnie komunikujemy emisje oraz postępy w realizacji celów.



ELEKTRYCZNA REWOLUCJA W TRANSPORCIE

W dobie rosnącej świadomości ekologicznej i dążenia do ograniczenia emisji CO₂ Stawiamy na nowe rozwiązania i elektromobilność i już dziś udowadniamy, że transport ciężki może być bardziej przyjazny środowisku.

- **232 tys. km** na prądzie – nasz samochód ciężarowy Volvo pokonał trasę Skawina-Olszowa-Skawina, redukując emisję o **178 ton CO₂** i realizując przy okazji ponad **240 dostaw**.
- **Testy eActrosa 600** – Mercedes z zasięgiem **682 km** bez ładowania pokazuje, że elektryki radzą sobie również na długich dystansach, testowaliśmy go na trasie Skawina-Stanowice-Skawina.
- **Ekologia zyskuje na wyglądzie** – naczepa z ekologicznej floty zyskała unikalny nowy wygląd, okleiliśmy ją specjalnym layoutem Lorenz podkreślającym rodzaj napędu.



232 tys. km
NA PRĄDZIE

100 %

zapotrzebowania na energię elektryczną
pochodzi z odnawialnych źródeł

NASZE EMISJE GAZÓW CIEPLARNIANYCH W LAJKONIKU (t CO₂e)

				Porównanie	Porównanie
	2020 (rok bazowy)	2023	2024	2024 vs. 2023	2024 vs. 2020
RAZEM	31 357	18 813	17 930	-4,69%	-42,82%
ZAKRES 1	15 633	16 403	15 641	-4,65%	0,05%
ZAKRES 2	15 724	2 410	2 289	-5,01%	-85,44%

CEL



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

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

OPTIMALIZACJA ENERGII I ODNAWIALNE ENERGIE

W naszym zakładzie w Skawinie oraz w biurach korzystamy wyłącznie z energii elektrycznej pochodzącej ze źródeł odnawialnych. Ale sama zielona energia to tylko część naszych działań. Nieustannie szukamy sposobów, by zużywać ją mądrzej, wdrażamy nowe technologie, które pozwolą nam precyzyjnie monitorować zużycie energii na poszczególnych liniach produkcyjnych. Dzięki temu możemy jeszcze lepiej optymalizować procesy i oszczędzać zasoby.

Zwiększamy efektywność energetyczną i redukujemy zużycie energii, koncentrując się na kilku kluczowych obszarach:

- dokładnym monitorowaniu zużycia energii,
- wdrażaniu działań mających na celu jego ograniczenie,
- wzmacnianiu niezależności energetycznej oraz korzystaniu wyłącznie z energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych.

ZAKRES 3

Obecnie koncentrujemy się na przygotowaniach do raportowania emisji w ramach Scope 3, obejmujących cały łańcuch dostaw Grupy. To kolejny krok w rozwijaniu naszego systemu monitorowania śladu węglowego. Dzięki tym działaniom stopniowo budujemy pełniejszy obraz naszego wpływu na środowisko i wzmacniamy fundamenty dla realizacji celów klimatycznych.



Gospodarka odpadami i zasobami

ODPADY

Dążymy do **minimalizowania odpadów i promowania gospodarki o obiegu zamkniętym**, koncentrując się na kilku kluczowych działaniach. Sortujemy i właściwie usuwamy odpady, ograniczamy ilość odpadów żywnościowych, ponownie wykorzystujemy zasoby, zmniejszamy ilość odpadów opakowaniowych oraz zwiększamy możliwości recyklingu naszych opakowań, dbając jednocześnie o ich jakość i ochronę produktu.

WODA

Dbamy o wodę i odpowiedzialne zarządzanie zasobami wodnymi, koncentrując się na monitorowaniu i optymalizacji jej zużycia, redukcji zużycia wody oraz odpowiedzialnym gospodarowaniu ściekami. Nasze działania obejmują nie tylko zakłady produkcyjne, ale także cały łańcuch dostaw – tam, gdzie mamy wpływ na uprawę surowców, wspieramy metody i analizy mające na celu ograniczenie zużycia wody. Odpowiedzialne zarządzanie wodą jest również integralną częścią naszego Kodeksu Postępowania dla partnerów biznesowych.

ZASOBY

Wspólnie z naszymi partnerami logistycznymi i klientami pracujemy nad zwiększeniem efektywności **transportu i dystrybucji**, aby ograniczyć wpływ naszych działań na środowisko. Skupiamy się na ciągłej optymalizacji tras i wykorzystania ciężarówek, wprowadzaniu zrównoważonych rozwiązań transportowych oraz oszczędnym gospodarowaniu zasobami, dążąc do stworzenia bardziej ekologicznego i wydajnego systemu logistycznego.

BIORÓŻNORODNOŚĆ

Działamy na rzecz **ochrony bioróżnorodności**, wspierając zdrowie gleby i promując zrównoważone praktyki rolnicze. Współpracujemy z dostawcami i partnerami, koncentrując się na budowaniu odporności ekosystemów, aby nasza działalność miała jak najmniejszy wpływ na środowisko naturalne.

ZAPOBIEGANIE

Wprowadzamy działania zapobiegawcze na każdym etapie: od regularnej konserwacji sprzętu, przez szkolenia pracowników, po wykorzystanie nowoczesnych technologii, aby minimalizować ryzyko przypadkowych incydentów zanieczyszczenia wody, powietrza i gleby. Stosujemy też rygorystyczne procedury dotyczące obsługi, przechowywania i usuwania substancji niebezpiecznych, dzięki czemu **ograniczamy możliwość ich przedostania się do środowiska**.

ZIARNO NASZEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI

Rolnictwo regeneratywne

GRI 308-1, 308-2, 304-2

Bez wysokiej jakości zbóż nie byłoby Lajkonika. To właśnie pszenica i inne surowce roślinne stanowią serce naszych wypieków i nadają im niepowtarzalny smak. Wiemy jednak, że sposób, w jaki są one uprawiane, ma ogromne znaczenie dla środowiska i przyszłości rolnictwa. Tradycyjne metody, takie jak intensywna uprawa gleby, monokultury czy nadmierne stosowanie nawozów, mogą prowadzić do jej wyjaławiania, ograniczenia bioróżnorodności oraz zwiększania emisji CO₂.



URUCHOMIENIE W POLSCE PILOTAŻOWEGO PROJEKTU DLA PSZENICY Z MŁYNAMI.

W 2024 roku wystartował pilotażowy projekt obejmujący młyny, mający na celu zbadanie, w jaki sposób rolnictwo regeneratywne może przyczynić się do ograniczenia emisji CO₂e. Więcej na ten temat w wywiadzie z Katarzyną Adamczyk.



Uruchomienie w Polsce pilotażowego projektu dla pszenicy z trzema młynami.

Analiza emisji dwutlenku węgla w naszych zakładach jasno pokazała, że największym wyzwaniem są emisje w ramach zakresu 3 (emisje w łańcuchu dostaw), szczególnie te związane z pozyskiwaniem surowców. Dla firmy takiej jak nasza, która bazuje na mące, oznacza to konieczność dekarbonizacji łańcucha dostaw pszenicy. Dlatego musieliśmy znaleźć systemowe rozwiązanie, które z jednej strony pomoże nam obniżyć emisje, a z drugiej wesprze producentów rolnych, bo to oni są kluczowym ogniwem w całym łańcuchu produkcji żywności. Wydaje się, że rolnictwo regeneratywne jest obecnie postrzegane jako klucz do transformacji systemów żywnościowych w kierunku zwiększania bioróżnorodności, żyzności gleby, poprawy retencji wody oraz łagodzenia zmian klimatu. Właśnie dlatego jako Grupa uruchomiliśmy pilotażowy projekt dla pszenicy, we współpracy z naszymi dostawcami. Polska była dla nas naturalnym wyborem – Lajkonik od zawsze zaopatruje swoją fabrykę w mąkę z lokalnych młynów, a to pokazuje nasze przywiązanie i zaufanie do krajowego łańcucha dostaw.



Lider ds. Zakupu Mąki i Surowców
Katarzyna Adamczyk



Nasi pracownicy

GRI 2-7, 2-8, 2-19, 2-20, 2-21, 2-30

W Lajkoniku wierzymy, że nasi pracownicy to **nasz największy kapitał**. Każda z 611 osób zatrudnionych w 2024 roku – 304 kobiety i 307 mężczyzn – to powód do dumy i wdzięczności. To dzięki ich zaangażowaniu i codziennej pracy nasza firma rośnie w siłę, a produkcja każdego roku zyskuje na dynamice i innowacyjności. Dodatkowo **zatrudnialiśmy około 100 pracowników tymczasowych**, którzy wspierają nas w działaniu firmy, to 52 kobiety i 24 mężczyzn, którzy z równym zaangażowaniem przyczyniają się do naszego wspólnego sukcesu.

Siła Lajkonika tkwi w ludziach – to ich pomysły napędzają innowacje, a wspólne wartości budują relacje oparte na wzajemnym szacunku. Ponad połowa naszych pracowników jest z nami od co najmniej dekady, a najdłużej związani z firmą pozostają w niej już ponad 40 lat. To pokazuje, jak głęboko zakorzeniona jest w nas kultura zaufania i lojalności.

Cieszy nas również niski, **zaledwie 7,24% wskaźnik rotacji pracowników**, co przekłada się na stabilność i wysoką jakość naszych produktów. Pracownicy dobrze znają procesy i dbają o każdy szczegół – dzięki nim Lajkonik jest miejscem, w którym tradycja łączy się z nowoczesnością.

BADANIE SATYSFAKCJI

Zależy nam na zadowoleniu z pracy naszych pracowników, dlatego co dwa lata organizujemy **badanie satysfakcji** obejmujące wszystkich pracowników, łącznie z pracownikami tymczasowymi.

W badaniu wzięła udział **ponad połowa naszej załogi**. Po raz kolejny wczytujemy się dokładnie w raporty, aby przygotować i wdrożyć działania, które poprawią zadowolenie z pracy naszych pracowników.

Dzięki otrzymanym wynikom w 2024 roku zostały wdrożone działania, których celem jest poprawa zadowolenia z pracy naszej załogi.

- Podniesienie kompetencji zarządczych liderów (UR, Produkcja, Magazyn)
- Projekt szkoleniowy w zakresie zarządzania stresem i radzenia sobie z trudnymi emocjami
- Stworzenie i wdrożenie Strategii Employer Brandingowej
- Przegląd pakietu benefitów

Badanie satysfakcji potwierdziło, że nasi pracownicy mają pozytywne opinie o firmie. **Aż 78% pracowników dobrze ocenia Lajkonika jako pracodawcę**. Nasz wynik satysfakcji jest znacznie wyższy niż średnia ogólnopolska.

SIŁA LAJKONIKA TKWI W LUDZIACH



SATYSFAKCJA PRACOWNIKÓW

Utrzymamy dotychczasowy wskaźnik satysfakcji pracowników, który wynosi średnio 0,8* i jest znacznie wyższy niż średnia ogólnopolska (0,3) oraz średnia dla firm produkcyjnych (0,3). *Zakres badania od -2 do 2. SDG 3 i 8

78%

pracowników dobrze ocenia Lajkonika jako pracodawcę*

To wynik 3x lepszy niż średnia krajowa i 2x lepszy niż średni wynik w branży spożywczej.

7,24%

wskaźnik rotacji pracowników

100%

naszych pracowników przeszło szkolenia w zakresie przepisów BHP

13 935

łączna liczba godzin szkoleniowych w 2024 roku

19,76

średnia liczba godzin odbytych szkoleń na pracownika w 2024 roku

WARSZTATY Z 4 FILARÓW ZMIANY KULTUROWEJ W LORENZ DLA PRACOWNIKÓW

1.

PULL ZAMIAST PUSH:

Aktywny wkład wszystkich pracowników jest mile widziany – również wtedy, gdy wykracza poza ich bezpośredni obszar odpowiedzialności.

2.

80 TO NOWE 100:

Działamy iteracyjnie – dzielimy się wynikami już na wczesnym etapie, aby uzyskać informacje zwrotne i na bieżąco doskonalić nasze działania. To pragmatyczne podejście pozwala nam szybciej znajdować lepsze rozwiązania.

3.

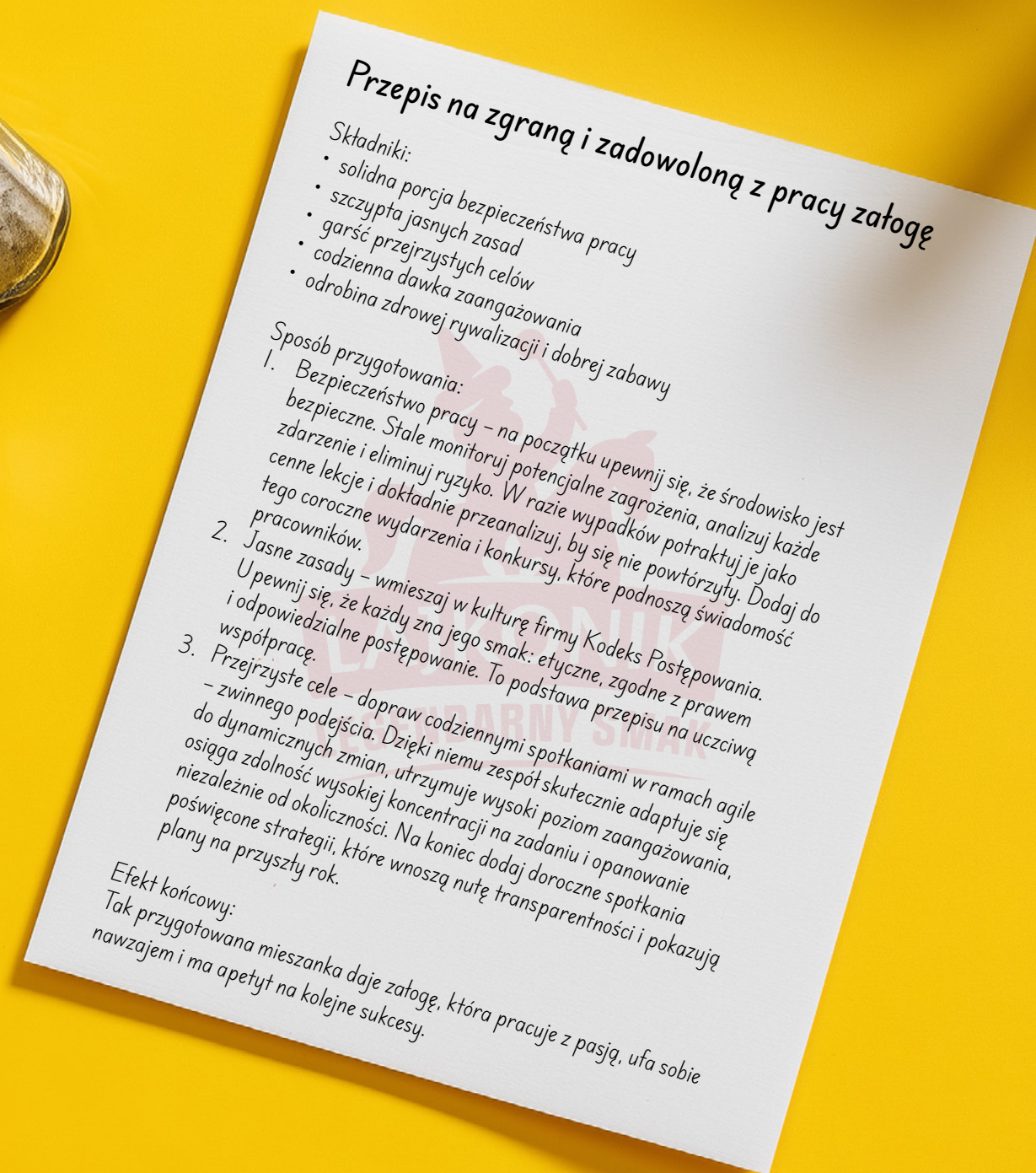
LICZĄ SIĘ KOMPETENCJE, NIE HIERARCHIA:

W codziennej współpracy przyjmujemy różne role, które niekoniecznie wynikają ze stanowiska.

4.

POSTAW NA WSPÓŁPRACĘ:

Nasze wspólne cele osiągamy dzięki współpracy przekraczającej granice działów i krajów – opartej na wzajemnym szacunku. Przejrzystość stanowi podstawową zasadę naszego działania.





BHP

11 LICZBA WYPADKÓW W 2024 ROKU
(10 LAJKONIK + 1 AGENCJE PRACY TYMCZASOWEJ)

PROJEKT KULTURA BEZPIECZEŃSTWA

Na lata 2024-2026 przygotowaliśmy kompleksowy plan działań w obszarze Kultury Bezpieczeństwa, który ma na celu **wspieranie bezpiecznych zachowań wśród wszystkich pracowników**. W 2023 roku projekt ruszył pełną parą. Zaczęliśmy od diagnozy: przeprowadziliśmy ankiety, obserwowaliśmy codzienną pracę i rozmawialiśmy z zespołami oraz ich liderami, by zidentyfikować obszary wymagające poprawy. Na tej podstawie powstał **szczegółowy plan działań**.

W 2024 roku podczas wdrażania projektu skupiliśmy się na inicjatywach angażujących wszystkich pracowników. Obchodziliśmy **Dzień Bezpieczeństwa z konkursem i nagrodami**, usprawniliśmy proces szkoleń okresowych z zakresu BHP, a dla liderów przygotowaliśmy specjalne szkolenia, pokazujące, jak ich przywództwo i komunikacja wpływa na budowanie kultury bezpieczeństwa w zespole. Kampanie edukacyjne i praktyczne warsztaty pomogły nam wprowadzać nowe standardy w codziennej pracy, kładąc fundament pod bezpieczniejsze środowisko pracy w kolejnych latach.

POZYTYWNY WYNIK AUDYTU SMETA

W 2022 roku nasz zakład w Skawinie przeszedł audyt SMETA, który sprawdza warunki pracy, BHP, zarządzanie środowiskiem i etykę biznesową. Wynik potwierdził, że **bezpieczeństwo i higiena pracy są w Lajkoniku na najwyższym poziomie** – nasze szkolenia z BHP, ochrony przeciwpożarowej, obsługi substancji chemicznych i utrzymania czystości spotkały się z uznaniem audytorów. Szczególnie doceniono naszą kompleksową dokumentację wypadków przy pracy, która nie tylko pomaga nam lepiej zarządzać ryzykiem, ale przede wszystkim pozwala wprowadzać skuteczne działania zapobiegawcze, by podobne zdarzenia nie powtarzały się w przyszłości. Kolejny audyt SMETA jest planowany w 2025 roku.

BENEFITY I SZKOLENIA

MOŻLIWOŚCI ROZWOJU

W Lajkoniku każdy pracownik ma szansę rozwijać swoje umiejętności, niezależnie od stanowiska. Organizujemy szkolenia dopasowane do potrzeb menedżerów, specjalistów i osób pracujących w operacjach. Już teraz **myślimy o przyszłości** – planujemy objąć wszystkich pracowników programami dotyczącymi zrównoważonego rozwoju, aby każdy mógł aktywnie uczestniczyć w naszej transformacji w stronę bardziej odpowiedzialnego biznesu.

RÓŻNORODNOŚĆ I RÓWNOŚĆ

Różnorodność i równe traktowanie to dla nas nie slogan, a codzienność. W Lajkoniku oceniamy ludzi wyłącznie przez pryzmat kompetencji, nie tolerując mobbingu, dyskryminacji ani nadużywania pozycji. Nasza komisja antymobbingowa oraz portal „Tell-us!” dają pracownikom bezpieczne i anonimowe miejsce do zgłaszania wszelkich nieprawidłowości. Dzięki tym działaniom **budujemy środowisko pracy oparte na zaufaniu i wspólnych wartościach**, co przekłada się na zaangażowanie, satysfakcję i lojalność naszego zespołu.

Widzimy odzwierciedlenie tych działań w badaniu satysfakcji pracowników (**więcej na stronie 30**)

- TRAKTUJ INNYCH TAK, JAK SAM CHCIAŁBYŚ BYĆ TRAKTOWANY
- DZIAŁAJ JAKBY TO BYŁA TWOJA FIRMA
- ROZWIJAJ SIEBIE I INNYCH

NASZE WARTOŚCI:

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

- WSPÓŁPRACUJ
- ANGAŻUJ I WŁĄCZAJ INNYCH
- PRACUJ Z PASJĄ





SZKOLENIA

W 2024 roku kontynuowaliśmy edukację naszych pracowników z zakresu **społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR)**, prowadząc szkolenia, w których wzięło udział 33 pracowników. Wiedza o zrównoważonym rozwoju to dla nas nie formalność – zależy nam, aby każdy członek zespołu rozumiał, jakie wartości i cele stoją za naszymi działaniami. Od stycznia 2024 roku szkolenia są dostępne dla wszystkich w naszym systemie e-learningowym, co pozwala każdemu w swoim tempie poznawać świat CSR.

Program podzieliliśmy na dwa moduły. Pierwszy, „**CSR@Lorenz**”, wprowadza uczestników w podstawy społecznej odpowiedzialności biznesu – od definicji i praktycznych zastosowań, po korzyści, jakie CSR może przynieść firmie. Omawia również wdrażanie działań CSR w organizacjach, z uwzględnieniem międzynarodowych wytycznych, takich jak Agenda 2030.

Drugi moduł przenosi uczestników do **świata CSR** w naszej firmie. Wyjaśniamy, skąd wzięła się nasza strategia, jak ewoluowała i jakie działania podejmujemy w ramach zrównoważonego rozwoju. Chcemy, aby pracownicy nie tylko znali nasze inicjatywy, ale również aktywnie uczestniczyli w ich realizacji. Szkolenie pomaga zrozumieć, dlaczego CSR jest istotny dla przyszłości firmy i jak nasze działania wpisują się w globalne wyzwania.

Nie zapominamy także o naszych przyszłych pracownikach, dlatego stoisko Lajkonika mogli odwiedzić studenci podczas Targów Pracy na Politechnice Krakowskiej.

ATRAKCYJNE BENEFITY

W Lajkoniku dbamy o to, by nasi pracownicy czuli się dobrze nie tylko w miejscu pracy, ale i po pracy. Dlatego od lat oferujemy szeroki pakiet benefitów: od prywatnej opieki medycznej i karty sportowej, po programy wsparcia i różne formy rozwoju. W 2025 roku do listy benefitów dla naszych pracowników dodaliśmy dofinansowanie do ciepłego posiłku.

LISTA BENEFITÓW:

1. Prywatna opieka medyczna
2. Ubezpieczenie na życie na preferencyjnych warunkach
3. Karta sportowa
4. Karta przedpłacona na Wielkanoc
5. Dofinansowanie wypoczynku
6. Dofinansowanie kolonii i obozów dla dzieci
7. Mikołaj dla dzieci
8. Bilety do kina
9. Kawa, herbata
10. Paczki na święta
11. Dofinansowanie do studiów
12. Dofinansowanie zajęć językowych
13. Bezprocentowe pożyczki remontowo-budowlane
14. Owocowe środy (owoce raz w miesiącu)
15. Orzeźwiające poniedziałki (soki raz w miesiącu)
16. Dofinansowanie ciepłego posiłku
17. Wycieczki pracownicze
18. Dostęp do biblioteki internetowej



Kultura i fundament organizacji

Kulturę naszej organizacji postrzegam jako największą wartość i źródło naszej przewagi konkurencyjnej. Wyróżnia nas to, że wielu pracowników wiąże z firmą swoją przyszłość na lata – często od pokoleń. Nie traktują pracy w Lajkoniku jako tymczasowego etapu, ale jako część swojego życia, którą współtworzą i z którą się utożsamiają. To właśnie dzięki temu budujemy trwałe relacje oparte na szacunku i zaangażowaniu. Taka kultura daje poczucie realnego wpływu i sprawczości na każdym szczeblu, a firma staje się przestrzenią, w której decyzje i przyszłość są kształtowane wspólnie przez całą społeczność pracowników.

Ewolucja potrzeb i dojrzałość kultury

Fascynujące jest obserwować, jak na przestrzeni lat zmieniała się perspektywa pracowników w badaniach satysfakcji. W 2018 roku głównym obszarem potrzeb były kwestie techniczne i organizacyjne – sprzęt czy warunki pracy, z czasem, gdy te podstawowe sprawy są krok po kroku poprawiane, głos pracowników przesunął się na zupełnie inne tematy – bezpieczeństwo, zarządzanie stresem czy wizerunek pracodawcy na rynku. To przesunięcie pokazuje rosnącą dojrzałość kultury organizacyjnej i coraz silniejsze zaangażowanie pracowników w kwestie odpowiedzialności, rozwoju i długoterminowej roli firmy. Jestem z nas szczerze dumna.

Zmiany oddolne i poczucie wpływu

Najbardziej inspirujące w procesie budowania naszej kultury organizacyjnej jest to, że wiele zmian powstaje oddolnie – w odpowiedzi na głos pracowników. To właśnie ich sygnały z badań satysfakcji zainicjowały konkretne rozwiązania: od rozwoju konkretnych kompetencji potrzebnych w organizacji czy działań poprawiających współpracę pomiędzy działami, po wprowadzenie posiłków współfinansowanych przez firmę oraz zmianę formy dofinansowania wypoczynku. Nie były to decyzje narzucone z góry, lecz wynik wspólnego dialogu. Dzięki temu wzmacniamy poczucie wpływu, które daje stabilność i sprawia, że praca w Lajkoniku ma dla ludzi głębszy sens.

Kierownik ds. Zarządzania
Zasobami Ludzkimi
Agnieszka Stolcman



1 500 drzew



to dla planety:

- **TLEN DLA 1 049 OSÓB PRZEZ ROK**
- **90 770 KG ZWRÓCONEGO PAPIERU**
- **9 390 KG POCHŁONIĘTEGO CO₂ ROCZNIE**

Zaangażowanie społeczne

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE PRZYKŁADY AKCJI CHARYTATYWNYCH I LOKALNYCH

AKCJA SADZENIA DRZEW Z POSADZIMY.PL – PONAD 1500 DRZEW W POLSCE.

W ramach współpracy z **posadzimy.pl** kupiliśmy 1500 drzew, które w listopadzie zostały posadzone w polskich lasach przez profesjonalistów, zgodnie z zaleceniami lokalnych leśników. **Każde drzewo to symbol naszej rosnącej społeczności.** Jedno za każdą osobę pracującą w Grupie Lorenz Polska (i zapas dla przyszłych członków naszej rodziny).

BIEGOWE INICJATYWY DLA PRACOWNIKÓW – LAJKONIK BIEGA NA PALUSZKACH

Wspieramy aktywność fizyczną naszych pracowników. Nasi pracownicy biegają w koszulkach drużyny biegaczy „**Lajkonik Biega na Paluszkach**”. Obecnie drużyna liczy 33 aktywnych biegaczy, którzy w 2024 roku wspólnie przebiegli imponujące 25400 km (co daje 2 540 000 spalonych kalorii), biorąc udział w 10 imprezach biegowych, z czego 4 były charytatywne.

Ogromnym sukcesem naszej drużyny był udział w **Poland Business Run, gdzie zajęliśmy 13. miejsce spośród 1829 drużyn, co dało nam 1. miejsce wśród firm z branży spożywczej.** Dzięki wysiłkom naszych biegaczy udało się pomóc co najmniej 100 osobom z niepełnosprawnościami narządów ruchu i po mastektomii.



LAJKONIK CHARYTATYWNIE

Nie zapominamy też o działalności charytatywnej, wspieramy organizacje edukacyjne, sportowe, charytatywne i religijne, takie jak: szkoły, kluby sportowe, harcerstwo, fundacje, stowarzyszenia, domy dziecka, zgromadzenia religijne, a także lokalne inicjatywy charytatywne i społeczne.

WSPÓŁPRACA Z FUNDACJĄ POWSZECHNEGO CZYTANIA

Od 2024 roku jesteśmy partnerem programu „**Ratownicy czytelnictwa**” – inicjatywy Fundacji Powszechnego Czytania, której misją jest wspieranie nauczycieli, bibliotekarzy i uczniów poprzez promowanie skutecznych metod upowszechniania czytania w szkołach i bibliotekach, a także budowanie społeczności eksperckiej.

Inną akcją, która jest bliska naszemu sercu jest kampania **#TataTeżCzyta**, która narodziła się z prostej obserwacji – chłopcy widzą ojców na boisku, przy biurku czy w aucie, ale niestety rzadziej z książką w ręku. Statystycznie mężczyźni czytają mniej niż kobiety – sobie i dzieciom. A przecież wspólne czytanie to nie tylko słowa, to bliskość, wyobraźnia i mądrość, które zostają na lata. Dzieci, którym się czyta, szybciej się rozwijają i lepiej rozumieją świat. Dlatego kampania zaprasza: ojców, wujków, dziadków, braci do czytania i budowania dobrych czytelniczych wzorców. Więcej w wywiadzie z Moniką Pawłowską.



Maria Deskur, Edyta Plich | ilustracje: Joanna Rusinek



Nasza Strategia od początku była dla mnie czymś więcej niż zestawem celów – to kompas, który nadaje sens naszym codziennym decyzjom. Właśnie dlatego program upowszechniania czytania tak dobrze wpisuje się w DNA Lajkonika. Nasza marka powstała, by dawać radość, ale wierzę, że ta radość musi mieć trwały wymiar – prowadzić do rozwoju,

empatii i budowania więzi społecznych. Czytelnictwo jest jednym z najprostszych i jednocześnie najpotężniejszych narzędzi, które temu służą.

Pomysł współpracy z Fundacją Powszechnego Czytania zainspirowały wyniki badania konsumenckiego pokazujące, że w obszarze CSR marka Lajkonik łączy się harmonijnie z tematem czytelnictwa, wpisując się w nasze wartości: radość życia i odpowiedzialność.

Dlatego naszą współpracę z Fundacją Powszechnego czytania, wybraną ze względu na otwartość i kreatywne, angażujące pomysły, traktujemy jako element naszej długofalowej strategii. To dzięki takim inicjatywom możemy łączyć misję marki z realnym wpływem społecznym i pokazywać, że odpowiedzialny biznes potrafi tworzyć prawdziwą wartość dla obecnych i przyszłych pokoleń.

Brand Manager
Monika Pawłowska





Lajkonik



w liczbach





LAJKONIK W LICZBACH

GRI 2-7, 2-30

ŚRODOWISKO

KLIMAT	jedn.	2020 Lajkonik	2022 Lajkonik	2023 Lajkonik	2024 Lajkonik
Bezwzględne emisje gazów cieplarnianych	t CO ₂ e	31357	18 813	18813	17 930
Bezwzględne emisje gazów cieplarnianych w zakresie 1	t CO ₂ e	15633	16461	16403	15641
Bezwzględne emisje gazów cieplarnianych w zakresie 2 (market-based)	t CO ₂ e	15724	2609	2410	2289
Bezwzględne emisje gazów cieplarnianych w zakresie 2 (location-based)	t CO ₂ e	15807	17490	16913	16762

DALSZE DANE ŚRODOWISKOWE	jedn.	2022 Lajkonik	2023 Lajkonik	2024 Lajkonik
Udział procentowy samodzielnie wytwarzanej energii ze źródeł odnawialnych	%	0	0	0
Udział procentowy energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych w bezwzględnym zużyciu energii elektrycznej	%	100	100	100

PRODUKT

ZDROWIE I ODŻYWIANIE	jedn.	2022 Lajkonik	2023 Lajkonik	2024 Lajkonik
Wartości odżywcze – zawartość soli na markę:				
Saltletts	%	3,27 ¹	3,12	2,92
Lajkonik	%	2,49	2,37	2,2
Udział procentowy produktów wegetariańskich	%	100%	100%	100%

OPAKOWANIA	jedn.	2022 Lajkonik	2023 Lajkonik	2024 Lajkonik
Zużycie tworzyw sztucznych (opakowania jednostkowe)	t	1831	1772	

ZAOPATRZENIE I ZARZĄDZANIE PRZEDSIĘBIORSTWEM

WŁASNE PRZEDSIĘBIORSTWO	2022 Lajkonik	2023 Lajkonik	2024 Lajkonik
Zakład produkcyjny z audytem według procedury SMETA	tak	tak	tak



PRACOWNICY I SPOŁECZEŃSTWO

PRACOWNICY	jedn.	2022 Lajkonik	2023 Lajkonik	2024 Lajkonik
Pracownicy	razem	569	592	611
Kobiety	razem	279	294	304
Mężczyźni	razem	290	298	307
Pracownicy według grup wiekowych:				
<20 lat	razem	0	1	0
20-29 lat	razem	96	100	87
30-39 lat	razem	145	157	176
40-49 lat	razem	154	162	167
50-59 lat	razem	155	148	153
≥ 60 lat	razem	19	24	28
Udział procentowy pracowników według grup wiekowych:				
<20 lat	%	0	0,17%	0
20-29 lat	%	16,87%	16,89%	14,24%
30-39 lat	%	25,48%	26,52%	28,81%
40-49 lat	%	27,07%	27,36%	27,33%
50-59 lat	%	27,24%	25,00%	25,04%
≥ 60 lat	%	3,34%	4,05%	4,58%
Średnia długość zatrudnienia	lata	11,6	10,8	11,31
Kobiety na stanowiskach kierowniczych	razem	15	15	16
Udział procentowy kobiet na stanowiskach kierowniczych	%	25,86%	26,32%	26,23%
Narodowości pracowników	razem	2	3	2
Pracownicy o znacznym stopniu niepełnosprawności	razem	0	0	0
Udział procentowy pracowników o znacznym stopniu niepełnosprawności w ogólnej liczbie pracowników	%	0	0	0

ROZWÓJ I DOSKONALENIE PRACOWNIKÓW	jedn.	2022 Lajkonik	2023 Lajkonik	2024 Lajkonik
Łączna liczba godzin odbytych szkoleń	godziny	16 611	11 706	13 935
Średnia liczba godzin odbytych szkoleń na pracownika	godziny	22,72	16,88	19,76

ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE	jedn.	2022 Lajkonik	2023 Lajkonik	2024 Lajkonik
Darowizny na rzecz organizacji pożytku publicznego	zł	56620	20201	34845
Liczba organizacji będących beneficjentami	razem	24	17	21



0 raporcie

GRI 2-2, 2-3, 2-5, 3-1, 3-2, 2-4, 2-27

Jest to już trzecia broszura poświęcona działaniom Lajkonika w obszarze zrównoważonego rozwoju. Za pośrednictwem tego dobrowolnie przygotowywanego dokumentu regularnie informujemy interesariuszy oraz zainteresowaną opinię publiczną o tym, w jaki sposób uwzględniamy zrównoważony rozwój w strategii naszego przedsiębiorstwa. W tym celu przedstawiamy główne obszary naszego zarządzania zrównoważonym rozwojem, nasze podejście oraz wybrane cele, działania, postępy i dane liczbowe. Broszura dotyczy roku obrotowego 2024 (od 1 stycznia do 31 grudnia 2024 roku) zawiera także elementy z 2025 roku, została opublikowana w grudniu 2025 roku. Prace redakcyjne zakończono 1 listopada 2025 roku, broszura nie była objęta weryfikacją zewnętrzną. Poprzednia broszura zrównoważonego rozwoju Lajkonik Snacks Sp. z o.o. za lata 2020-2022 ukazała się w październiku 2024 roku.

GROMADZENIE DANYCH

Wszystkie dane i informacje zostały zebrane przez odpowiednie działy. O ile nie podano inaczej, dane obejmują następujące obszary naszego zakresu konsolidacji:

Dane w rozdziałach: "LAJKONIK TO MY", "ROLNICTWO REGENERATYWNE", "NASI PRACOWNICY", "LAJKONIK W LICZBACH" odnoszą się do Lajkonik Snacks Sp. z o.o.

Dane w rozdziałach: "NASZA STRATEGIA", "7 OBSZARÓW DZIAŁANIA", "ZDROWIE I ODŻYWIANIE", "OPAKOWANIA", "ODPOWIEDZIALNE ZAOPATRZENIE", "KLIMAT I ZASOBY", "ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE" odnoszą się zarówno do Lajkonik Snacks Sp. z o.o., jak i Grupy Lorenz.

Metodologia obliczania emisji gazów cieplarnianych
Poziom naszych emisji gazów cieplarnianych corocznie mierzymy w formie Śladu Węglowego Przedsiębiorstwa (Corporate Carbon Footprint – CCF) zgodnie z oficjalnym standardem Protokołu Gazów Cieplarnianych (Greenhouse Gas Protocol – GHG Protocol).

Zgodnie z protokołem GHG, nasze emisje w zakresie 1 i 2 mierzymy w pełnym zakresie. Emisje w zakresie 2 obliczamy zarówno przy użyciu podejścia opartego na rynku (market-based), jak i podejścia opartego na lokalizacji (location-based). W raporcie wyszczególnione są emisje w zakresie 2 obliczone według podejścia opartego na rynku. Rok 2020 przyjęliśmy jako rok bazowy, który służy jako punkt odniesienia do porównania wielkości emisji.

Do obliczenia naszych emisji wykorzystujemy dane dotyczące działalności podstawowej. Stosowane współczynniki emisji uzyskujemy albo bezpośrednio od dostawców (np. dostawców energii elektrycznej lub surowców), albo z oficjalnych baz danych. Intensyfikujemy współpracę z naszymi dostawcami w celu stałej poprawy naszego bilansu emisji gazów cieplarnianych z zastosowaniem standardowych współczynników emisji.

Broszura została przygotowana w oparciu o wybrane wskaźniki GRI 2. General Disclosures 2021 (2-27, 2-26, 2-9, 2-, 2-6, 2-1,304-2, 305-1,305-2,308-1, 308-2) jednak nie spełnia w pełni standardów zgodności z GRI. Zostały uwzględnione wybrane aspekty i wskaźniki, które uznaliśmy za najbardziej istotne dla naszej organizacji.





ŻYCZYMY

SMACZNEGO!



Władze spółki:

**LAJKONIK SNACKS SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ**

ul. Piłsudskiego, nr 1, 32-050 SKAWINA, POLSKA

Rodzaje działalności, łańcuch wartości i inne relacje biznesowe:
sektor prywatny, produkcja artykułów spożywczych

Koncepcja, opracowanie graficzne i skład:

ESG Advisors, Agencja Reklamowa ArtGroup Sp. z o.o.

lajkonik.pl