

# MÓWIMY JAK JEST: 100% NATURALNEGO SMAKU

---

## RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU 2016

---



**FROSTA**

# PRZEDMOWA

Drodzy Czytelnicy,

miło nam, że zainteresowaliście się naszą firmą oraz jej dążeniami, aby być organizacją odpowiedzialną społecznie i rozwijającą się w sposób zrównoważony. Niniejsza publikacja jest pierwszym Raportem Zrównoważonego Rozwoju w historii FRoSTY. Podsumowaliśmy w niej nasze dotychczasowe inicjatywy.

W latach sześćdziesiątych, FRoSTA rozpoczęła sprzedaż ryb filetowanych i mrożonych na pokładach kutrów rybackich, bezpośrednio na morzu. W ówczesnych czasach pojęcie „zrównoważonego rozwoju” nie było zbyt popularne. Niemniej jednak, nawet wtedy mieliśmy świadomość, że zarówno przyszłość naszej firmy, jak i kolejnych pokoleń będzie zależała od ochrony populacji zasobów rybnych. Zagadnienie zrównoważonego rybołówstwa po dziś dzień wpływa na nasz sposób działania.

W 2010 roku nadszedł moment, kiedy FRoSTA posiadała w swojej ofercie szeroką gamę dań gotowych. Z jednej strony musiała konkurować z wielkimi markami z branży spożywczej, z drugiej – walczyć z tzw. markami prywatnymi. Sytuacja była niełatwa, gdyż receptury i smaki naszych produktów były takie same jak u konkurencji.

Właśnie wtedy podjęliśmy decyzję o wprowadzeniu radykalnych zmian w naszych produktach oraz o całkowitej rezygnacji ze stosowania dodatków do żywności.

W zamian za to wybraliśmy najlepsze składniki ze sprawdzonych źródeł, chcąc zapewnić naszym konsumentom pełną przejrzystość etykiety. W 2012 roku, po dwóch latach prac, nowe produkty FRoSTY trafiły na rynek. Tym samym zrównoważony rozwój stał się fundamentem naszej marki.

Usprawniliśmy komunikację i uzyskaliśmy pewność że nasi konsumenci doświadczą wysokiej jakości, za każdym razem, gdy sięgną po nasze produkty.

Decyzja o usunięciu z produktów FRoSTY wszelkich dodatków do żywności oznaczała, że najważniejsza stała się jakość składników. Muszą one nie tylko wyróżniać się znakomitą smakiem, ale także same w sobie być wolne od jakichkolwiek dodatków. Jest



to możliwe dzięki intensywnej współpracy z naszymi dostawcami. Kwestie jakości rozszerzyliśmy również na szczegóły dotyczące tego, w jaki sposób nasze produkty są wytwarzane, przetwarzane oraz transportowane.

W 2008 roku rozpoczęliśmy monitorowanie emisji gazów cieplarnianych wydzielanych podczas produkcji oraz badanie tego, jaki wpływ na środowisko naturalne mają działania naszej firmy. Uzyskaliśmy wiedzę pozwalającą nam zidentyfikować obszary, które można usprawnić i tym samym wyznaczyć cele na przyszłość. Projekt ten zapoczątkował tworzenie formalnej struktury do zarządzania zrównoważonym rozwojem.

W ostatnich latach aktywnie pracowaliśmy także nad usprawnieniem naszego podejścia do odpowiedzialności społecznej. Uruchomiliśmy projekty zarówno dla osób, które wytwarzają i przetwarzają nasze składniki, jak i dla lokalnych społeczności.

Dlaczego Raport Zrównoważonego Rozwoju publikujemy teraz?

Zainteresowanie opinii publicznej tym tematem w ostatnich latach znacznie wzrosło. Niniejszy raport to szansa na dokonanie syntezy naszych działań i opublikowanie ich w ciekawej formie. Jednocześnie, chcemy przedstawić nasze plany na przyszłość.

Nasz pierwszy Raport Zrównoważonego Rozwoju stanowi idealną okazję do wyjaśnienia kolejności

i powodów naszego zaangażowania w kwestie zrównoważonego rozwoju, od momentu powstania naszej firmy. W postaci komiksów przedstawimy sześć historii, które stały się siłą napędową naszych projektów i inicjatyw. Reprezentują one zespół FROSTY, w skład którego wchodzi osoby odpowiedzialne za to, co do tej pory udało się nam osiągnąć. Korzystając z okazji, chciałbym wyrazić moje wyrazy uznania dla wszystkich naszych pracowników za ich nadzwyczajne zaangażowanie na rzecz zrównoważonego rozwoju FROSTY.

Podsumowując, chciałbym odnieść się także do struktury niniejszego raportu: aby poprawić jego przejrzystość, wszystkie informacje techniczne oraz kalkulacje zamieściliśmy w pierwszej części niniejszego raportu ([str. 4-17](#)), a naszą historię przedstawiliśmy w formie komiksów ([str. 20-31](#)). Mamy nadzieję, że z raportu skorzystają nie tylko

eksperti ds. zrównoważonego rozwoju, ale także wszyscy zainteresowani działaniami FROSTY.

Porozmawiajmy! Z przyjemnością poznamy Wasze opinie, które możecie wyrazić na naszym fanpage'u na Facebooku bądź wysyłając je na adres [info@frosta.pl](mailto:info@frosta.pl). Na wszystkie odpowiemy osobiście!

Felix Ahlers



CEO FROSTY AG

# SPIS TREŚCI

|                                          |    |                                    |    |
|------------------------------------------|----|------------------------------------|----|
| KILKA SŁÓW O FROŚCIE .....               | 4  | OCHRONA ŚRODOWISKA .....           | 24 |
| ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM ..... | 6  | POCHODZENIE SKŁADNIKÓW .....       | 26 |
| NASI PRACOWNICY .....                    | 11 | NASI DOSTAWCY .....                | 28 |
| CO OSIĄGNIĘLIŚMY? .....                  | 14 | ZAANGAŻOWANIE SPOŁECZNE .....      | 30 |
| NASZE CELE NA PRZYSZŁOŚĆ .....           | 16 | BOHATEROWIE NASZYCH KOMIKSÓW ..... | 32 |
| NASZE PRODUKTY .....                     | 18 | O RAPORCIE .....                   | 34 |
| JAK TO SIĘ ZACZĘŁO? .....                | 20 | SKRÓTY .....                       | 34 |
| 100% NATURALNEGO SMAKU .....             | 22 | SŁOWNICZEK .....                   | 35 |

# FABRYKI FROSTY AG

## PRODUKCJA



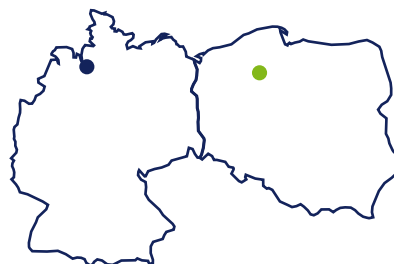
WARZYWA



OWOCE



ZIOŁA



RYBY

DANIA  
GOTOWE

WARZYWA, OWOCE ORAZ ZIOŁA POCHODZĄCE Z UPRAW  
WŁASNYCH I PARTNERÓW

- Bobenheim-Roxheim, Niemcy
- Lommatszsch, Niemcy

RYBY I DANIA GOTOWE

- Bremerhaven, Niemcy
- Bydgoszcz, Polska

## OBSZAR DZIAŁALNOŚCI

### MARKI FIRMOWE



Marka FROSTA ze 100%  
naturalnego smaku



Marka Tiko – ryby i dania gotowe



Marka Elbtal – warzywa

### MARKI PRYWATNE

**FROSTA AG****copack®**

### MARKA FOODSERVICE



FROSTA Foodservice



# KILKA SŁÓW O FRoŚCIE

FRoSTA zatrudnia ponad 1 600 pracowników w ośmiu krajach. Nasze produkty wytwarzamy w fabryce w Polsce oraz trzech fabrykach zlokalizowanych na terenie Niemiec.

Marka FRoSTA jest odnoszącym sukcesy dostawcą mrożonych ryb, warzyw oraz dań gotowych w Polsce, Niemczech, Austrii, Włoszech oraz krajach Europy Wschodniej. 100% naturalnego smaku to nasza obietnica, że nigdy nie dodamy barwników, aromatów, wzmacniaczy smaku, stabilizatorów czy emulgatorów do żadnych z produktów firmowanych naszą marką. Wśród produktów FRoSTY, dostępnych w sklepach, znajdują się warzywa, ryby, a także klasyczne dania gotowe, takie jak Mexican chicken czy Paella. FRoSTA jako pierwsza marka żywności



**1,665 PRACOWNIKÓW Z 8 KRAJÓW**

w Polsce opublikowała w Internecie [kraje, z których pochodzą składniki wszystkich produktów.](#)

FRoSTA AG jest także wyspecjalizowanym partnerem produkcyjnym w zakresie rozwoju i produkcji wysokiej jakości marek prywatnych.

[KLIKNIJ TUTAJ PO WIĘCEJ INFORMACJI.](#)



● Produkcja    ● Sprzedaż

# ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM PROSTO Z POLA NA TALERZ



**Uprawa warzyw:**  
Bioróżnorodność  
Oszczędność wody  
Dostawcy odpowiedzialni społecznie



**Rybołówstwo:**  
Zrównoważone połowy



**Hodowla:**  
Troska o warunki chowu zwierząt



**Własne uprawy warzyw w Niemczech (27% wszystkich surowców):**  
Bioróżnorodność  
Możliwość śledzenia łańcucha od miejsca uprawy  
Oszczędność wody  
Ochrona klimatu oraz oszczędność energii  
Bezpieczeństwo zdrowia i produktu



**Przetwarzanie przez dostawców:**  
Dostawcy odpowiedzialni społecznie i rozwijający się w sposób zrównoważony  
Partnerstwo  
Ochrona klimatu oraz oszczędność energii  
Bezpieczeństwo zdrowia i produktu



**Transport do FRoSTY:**  
Ochrona klimatu  
i oszczędność energii



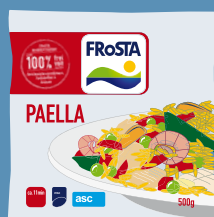
**Transport do FRoSTY:**  
Ochrona klimatu  
i oszczędność energii



**Przetwarzanie naszych warzyw:**  
Ochrona klimatu oraz oszczędność energii  
Bezpieczeństwo zdrowia i produktu  
Gospodarka ściekowa  
Uczciwe zatrudnienie  
Różnorodność oraz równe szanse  
Poszanowanie przepisów prawa



**Miasta/społeczności/społeczeństwo**  
Zaangażowanie społeczne  
Zaangażowanie interesariuszy

**Producenci opakowań:**

Ochrona klimatu oraz oszczędność energii  
 Bezpieczeństwo zdrowia i produktu  
 Dostawcy odpowiedzialni społecznie

**Handel:**

Partnerstwo  
 Dostępność produktów  
 Poszanowanie przepisów prawa

**Fabryki FRoSTY:**

Uczciwe zatrudnienie  
 Różnorodność i równe szanse  
 Ochrona klimatu i oszczędność energii  
 Bezpieczeństwo zdrowia i produktu  
 Kontrola na wszystkich etapach produkcji  
 Innowacje  
 Zrównoważony rozwój  
 Poszanowanie przepisów prawa

**Konsumenci:**

Otwarty dialog z konsumentami  
 Kampanie informacyjne



**Utylizacja odpadów:**  
 Recycling

## ZARZĄDZANIE ZRÓWNOWAŻONYM ROZWOJEM

Od momentu wprowadzenia polityki 100% naturalnego smaku w roku 2012, zrównoważony rozwój stanowi dla FRoSTY kluczową wartość.

Od tego czasu nasze działy zakupów i rozwoju produktu odgrywają ważną rolę w zarządzaniu zrównoważonym rozwojem. 100% naturalnego smaku nakłada rygorystyczne wymagania na wszystkie składniki wykorzystywane w produktach marki FRoSTA, a normy te stały się nieodłączną częścią naszej polityki zakupowej i rozwojowej (jako element Księgi Zarządzania Jakością). Księga ta nie tylko określa miary jakościowe odnoszące się do samych produktów, ale także te dotyczące odpowiedzialnych upraw, hodowli i połowu ryb.

Wprowadziliśmy również dodatkowe struktury formalne do naszego zarządzania środowiskowego. Podczas realizacji CO<sub>2</sub> Project w 2008 roku, ustanowiliśmy zakres obowiązków każdej z naszych fabryk. Kalkulacje dotyczące bilansu klimatycznego oraz emisji dwutlenku węgla są łączone i regularnie analizowane dla całej naszej infrastruktury.

W 2016 roku stworzyliśmy schemat organizacyjny zrównoważonego Rozwoju, który ilustruje, w jaki sposób rozłożone są obowiązki w obszarach związanych z produktem, społeczeństwem i ekologią.

Nasz zespół ds. zrównoważonego rozwoju obejmuje około 50 pracowników w sześciu lokalizacjach. Są to między innymi trzej kierownicy ds. zrównoważonego rozwoju (środowiska, produktu oraz społeczności). Ich zadaniem jest zachowanie zgodności ze stosownymi kwestiami odnoszącymi się do zrównoważonego rozwoju, zarówno wewnątrz firmy jak i poza nią, oraz przekazywanie ww. informacji bezpośrednio do zarządu. Zarząd poddaje pod dyskusję te trzy zagadnienia i podejmuje decyzję odnośnie do tego, jaki priorytet zostanie przyjęty dla każdego z nich. Ostateczna odpowiedzialność za zrównoważony rozwój FRoSTY spoczywa w rękach prezesa zarządu (CEO).

Formalny proces analizy istotności zagadnień był realizowany podczas kilku warsztatów, w których uczestniczyło około 20 członków zespołów zrównoważonego rozwoju, jak również niektórzy członkowie Rady Pracowniczej.

Zagadnienia istotne dla naszej firmy oraz jej interesariuszy zostały zebrane, poddane analizie i omówione.

Jako producent żywności, jesteśmy świadomi tego, że odpowiadamy nie tylko za nasze własne działania, ale także za wszystkie kroki w łańcuchu produkcyjnym: od uprawy surowców, potów ryb, hodowli zwierząt oraz wytwarzanie opakowań, przez metody przetwarzania stosowane przez dostawców, transport do naszych zakładów, po konsumpcję i utylizację opakowań ([str. 6-7](#)).

## ANGAŻOWANIE NASZYCH NAJWAŻNIEJSZYCH INTERESARIUSZY

### PRACOWNICY

Wielu z naszych pracowników już w swojej codziennej pracy jest zaangażowanych w kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem – są to na przykład pracownicy działów: rozwoju produktu, zakupów czy zarządzania środowiskowego. Do komunikacji z pracownikami wykorzystujemy różne kanały przekazywania informacji. Najważniejszym jest nasz intranet – MyFRoSTA!, do którego dostęp ma każdy spośród naszych 1665 pracowników. Unikalną cechą tego systemu jest to, że wszyscy pracownicy mogą się za jego pomocą wzajemnie komunikować, bez względu na piastowane stanowisko. Ułatwiamy dostęp do intranetu również osobom nieposiadającym komputera służbowego, którzy mogą się do niego logować za pośrednictwem własnych telefonów komórkowych lub udostępnionych terminali, znajdujących się między innymi w kantynach pracowniczych. Dzięki temu możemy wysyłać wiadomości, zadawać pytania lub kierować prośby do każdego pracownika – włącznie z członkami zarządu – i rzeczywiście korzystamy z tej możliwości. Za pośrednictwem MyFRoSTA! informujemy naszych pracowników również o wysiłkach, jakie zostały włożone w projekty z zakresu zrównoważonego rozwoju.

W roku 2016 przeprowadziliśmy wśród pracowników badanie dotyczące naszej kultury korporacyjnej. Jego wyniki, uzupełniane regularnymi ankietami na temat współpracy między poszczególnymi działami i ocenami kierowników, dają nam bardzo



## Matrix istotności



Prognozowane zmiany ze względu na poziom ich istotności:

○ Brak zmiany    ↗ ↘ Zmiana we wskazanym kierunku

wartościowe informacje zwrotne od pracowników ze wszystkich fabryk na temat ich poziomu satysfakcji. Po analizie wyników podejmowane są kroki mające na celu rozwiązanie problemów wynikających ze wszelkich niedociągnięć.

Od 2015 roku używamy intranetu do informowania wszystkich naszych pracowników o projektach charytatywnych. Każdy ma możliwość wzięcia udziału w dyskusji i zaproponowania projektu społecznego, który może zostać sfinansowany przez FROSTĘ.

zainteresowanych prosto z biurem w Bydgoszczy, abyśmy mogli być w bezpośrednim, nie anonimowym kontakcie i udzielać odpowiedzi na wszelkie pytania. Podobnie z mailami, na które również osobiście odpowiadają nasi pracownicy.

Ponadto, nasza strona internetowa [www.frosta.pl](http://www.frosta.pl) daje możliwość ocenienia i skomentowania każdego produktu. Opinie są niezwłocznie publikowane, bez jakiegokolwiek naszej ingerencji czy moderacji. Jest to praktyczna informacja dla innych konsumentów, a dla nas źródło wartościowych komentarzy klientów na temat jakości naszych produktów.

## KONSUMENTCI

Bezpośredni kontakt z konsumentami jest dla nas bardzo ważny. Dlatego nasza infolinia łączy

## ORGANIZACJE POZARZĄDOWE

Chętnie współpracujemy z organizacjami, którym bliskie są zagadnienia konsumenckie i środowiskowe. Uważamy, że wzajemna wymiana pomysłów na tematy dla nas istotne jest bardzo ważna i pomocna. Dlatego też nawiązujemy kontakt za każdym razem, kiedy nadarzy się ku temu okazja. Od lat współpracujemy z polskim przedstawicielstwem MSC, wspólnie realizując projekty edukacyjne na rzecz zrównoważonego rybołówstwa.

## DOSTAWCY

Naszych dostawców angażujemy w projekty zrównoważonego rozwoju na wielu płaszczyznach. Polityka **100% naturalnego smaku** wprowadzona w 2012 roku oznacza, że wszystkie składniki w produktach FRoSTY są pozbawione jakichkolwiek dodatków do żywności. Zgodnie z prawem, nie wszystkie dodatki w gotowych produktach muszą być deklarowane, dlatego też niejednokrotnie musimy dokładać wielu starań, aby przekonać dostawców do dzielenia się tymi informacjami i wypełniania naszych wymogów.

48% naszych surowców pochodzi z Niemiec, 27% to warzywa pochodzące z dwóch przetwórci warzyw należących do FRoSTY. Z założenia, nasze towary kupujemy bezpośrednio od hodowców i rolników. Nawet w takich przypadkach czujemy się odpowiedzialni za warunki produkcji na miejscu, w związku z czym obejmujemy rolników naszymi procesami zarządzania ryzykiem oraz

przeprowadzamy u nich wizyty kontrolne. Od wszystkich dostawców oczekujemy działania zgodnego z naszym **Kodeksem dla dostawców FRoSTY** na każdej płaszczyźnie zrównoważonego rozwoju. Dziś, podczas wizyt u dostawców, kwestie zrównoważonego rozwoju stanowią wyjściowy punkt spotkania.

Prosimy naszych dostawców o przedstawienie nam szczegółowych informacji dotyczących ich emisji CO<sub>2</sub>, dzięki czemu możemy dokonać dokładnych obliczeń emisji dwutlenku węgla w całym procesie produkcji. Jesteśmy w bliskim kontakcie z nimi i chętnie przekazujemy im naszą wiedzę na temat metod obliczania emisji CO<sub>2</sub>.

Wszystkie nasze surowce: warzywa, ryby oraz mięso kupujemy w postaci mrożonej. Gwarantuje to ich lepszą jakość, a także sprzyja środowisku. Dzięki temu możemy całkowicie uniknąć korzystania z transportu lotniczego – produkty zamrożone i utrzymywane w temperaturze -18°C nie wymagają pośpiechu. Nasze surowce pochodzące z mórz i oceanów są zawsze transportowane drogą morską.

## PUBLIC RELATIONS

Jesteśmy otwarci na zapytania od dziennikarzy, którzy chcieliby dowiedzieć się i zweryfikować to, w jaki sposób wytwarzamy nasze produkty. Podobnie jak w przypadku komunikacji z naszymi konsumentami, dostawcami i organizacjami pozarządowymi, wizyty i wywiady pomagają nam zrozumieć sposób postrzegania naszej firmy z zewnątrz oraz to, czego od nas oczekują inni.

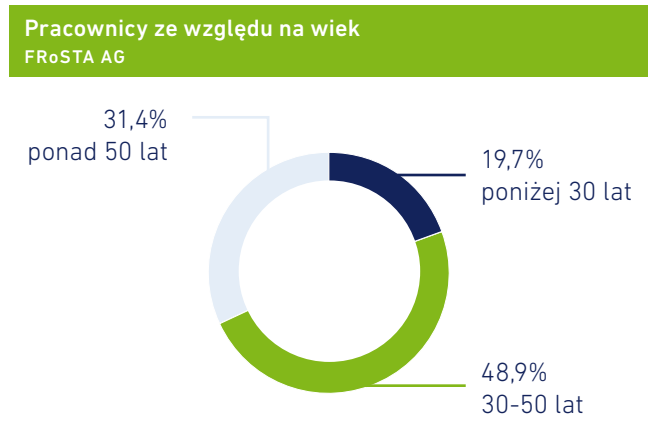
# NASI PRACOWNICY

Oferujemy atrakcyjne stanowiska pracy i umożliwiamy wszystkim naszym pracownikom realne wykorzystanie ich doświadczenia i kreatywności. Jesteśmy dumni z niskiej rotacji pracowników, którą odbieramy jako znak wysokiej satysfakcji i lojalności z ich strony.

| Pracownicy<br>FRoSTA AG           |             |             |
|-----------------------------------|-------------|-------------|
|                                   | 2015        | 2016        |
| <b>Pracownicy administracyjni</b> | <b>210</b>  | <b>210</b>  |
| w tym biurowi                     | 131         | 127         |
| w tym operatorzy maszyn           | 79          | 83          |
| <b>Pracownicy produkcyjni</b>     | <b>1421</b> | <b>1455</b> |
| w tym w Bydgoszczy                | 591         | 603         |
| w tym w Bremerhaven               | 539         | 549         |
| w tym w Lommatzsch                | 160         | 162         |
| w tym w Bobenheim-Roxheim         | 131         | 141         |
| <b>Grupa łącznie</b>              | <b>1631</b> | <b>1665</b> |

## PRACOWNICZE OPCJE NA ZAKUP AKCJI

Pracownicy stanowią kluczową część firmy i każdy z nich ma swój wkład w nasz końcowy sukces. Dlatego już wiele lat temu wprowadziliśmy dla nich specjalne opcje na zakup akcji. Oznacza to, że każdy pracownik raz w roku może dokonać zakupu akcji FRoSTY na preferencyjnych warunkach. W 2016 roku 405 pracowników (2015 r.: 387) skorzystało z oferty i kupiło akcje. Jesteśmy zachwyceni taką popularnością tego programu i zaufaniem, którym obdarzana jest firma. Mamy nadzieję, że w przyszłości jeszcze większa liczba pracowników stanie się udziałowcami.



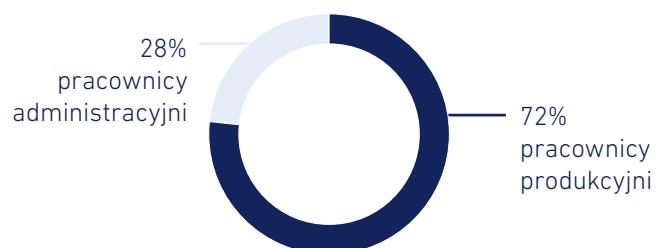
### Pracownicy ze względu na płeć

FRoSTA AG



### Pracownicy ze względu na rodzaj zatrudnienia

FRoSTA AG



### Pracownicy ze względu na narodowość

FRoSTA AG

|             |       |
|-------------|-------|
| niemiecka   | 50,5% |
| polska      | 36,5% |
| turecka     | 4,9%  |
| portugalska | 4,8%  |
| włoska      | 0,5%  |
| bośniacka   | 0,3%  |
| węgierska   | 0,3%  |
| serbska     | 0,2%  |
| chorwacka   | 0,2%  |
| inna        | 1,6%  |

## PRAKTYKI I SZKOLENIA

Nasze programy praktyk i szkoleń pozwalają nam edukować pracowników tak, aby mogli w przyszłości objąć odpowiednie stanowiska w firmie. Cel ten posiada najwyższy priorytet dla FRoSTY. Wierzymy, że odpowiednie przeszkolenie i dobrane stanowiska przyniesie nam nie tylko efektywnych, lecz przede wszystkim usatysfakcjonowanych pracowników.

Promujemy i finansujemy wewnętrzną rotację stanowisk, także pomiędzy naszymi lokalizacjami, ponieważ wierzymy, że pozwala to pracownikom na uzyskanie różnorodnego doświadczenia. Jest to ważne z punktu widzenia rozwoju osobistego i zawodowego pracownika, a także istotne dla nas w dłuższej perspektywie, gdyż uzyskujemy możliwość obsadzania stanowisk kierowniczych naszymi doświadczonymi i wykwalifikowanymi pracownikami.

Kładziemy duży nacisk na ciągłe doszkalanie. Dlatego też zawsze inwestujemy w edukację we wszystkich obszarach naszej firmy. Cieszymy się, że w 2016 roku 478 naszych pracowników wzięło udział w programach szkoleniowych.

Komunikacja pomiędzy pracownikami stanowi klucz do wspólnego sukcesu. Ma to szczególne znaczenie w wymianie pomiędzy naszymi międzynarodowymi lokalizacjami. Dlatego też wymagamy dobrej znajomości języka angielskiego. Jako część naszego programu szkoleń, w celu wspierania codziennych działań, oferujemy szeroką gamę kursów językowych na wszystkich poziomach zaawansowania.

## KULTURA KORPORACYJNA I WSPÓLNE WARTOŚCI – FRoSTA TO MY!

Stosowanie wartości kultury korporacyjnej to podstawa długofalowego sukcesu w każdej firmie. W 2014 roku uruchomiliśmy największy międzynarodowy program szkoleniowy w historii naszej firmy. Umożliwił on pracownikom FRoSTY poznanie i zrozumienie kultury korporacyjnej – naszego współdzielonego DNA.

Była to dla nas kwestia najwyższej wagi, dlatego w pierwszej kolejności, w sześciodniowym programie szkoleniowym uczestniczył cały zarząd. Program koncentrował się na kulturze korporacyjnej, wspólnych wartościach oraz naszych ogólnych „zasadach gry”.

Następnie te same informacje zostały przekazane wszystkim 370 pracownikom na stanowiskach kierowniczych i administracyjnych. Szkolenie skupiało

się na specjalnych obowiązkach, które kierownictwo ma wobec swoich pracowników. Jest tak dlatego, ponieważ uważamy, że przedsiębiorcze myślenie i inicjatywa prezentowana przez pracowników stanowią kluczowe składniki naszego sukcesu. We FRoŚCIE dopingujemy taki potencjał! Ponadto, nasza kadra kierownicza otrzymała zadania mające na celu polepszenie interpersonalnej i międzydziałowej współpracy oraz wspierania identyfikowania się pracowników ze strategią FRoSTY na wszystkich płaszczyznach działalności firmy.

Dziś w wielu sytuacjach związanych z naszą codzienną wspólną pracą obserwujemy pozytywne skutki rozwoju. Kultura korporacyjna wyraża się teraz w 5 wartościach, przełożonych na 15 jasnych zasad. Prezentujemy je i komunikujemy w wielu miejscach w naszej firmie, aby każdy miał do nich dostęp. Jednym z głównych narzędzi wykorzystywanych do tego celu jest intranet.

Naszym celem jest stworzenie atmosfery, w której działanie zgodne z wartościami może i powinno być czymś, czego oczekiwać będą wszyscy pracownicy bez względu na zajmowane stanowisko.

Szkolenie będzie kontynuowane.

## KULTURA INFORMACJI ZWROTNEJ

Dla rozwoju wydajnej kultury korporacyjnej jednym z najważniejszych instrumentów jest informacja zwrotna. Istotne jest, aby każdy pracownik wiedział w jakim punkcie obecnie się znajduje, aby móc się dalej rozwijać. Dlatego też regularnie przeprowadzamy sesje informacji zwrotnej obejmujące cały dział administracyjny. Uczestniczy w nich także cała kadra kierownicza zakładów produkcyjnych.

Ponadto, pracownicy raz w roku dokonują oceny swoich przełożonych. Wyniki pomagają naszej kadrze kierowniczej polepszyć ich własną wydajność.

Raz w roku oferujemy także różnym działom możliwość uzyskania informacji zwrotnej na temat współpracy. Pomaga to nam, jako firmie, w identyfikacji słabych punktów i usprawnianiu współpracy z naszymi działami przy użyciu odpowiednio dobranych i skutecznych środków.

W jedności siła! W ślad za powyższym mottem, wspieramy wszelkie środki dopingujące pracę zespołową poprzez uczestnictwo we wspólnych działaniach – również poza codziennym środowiskiem pracy. Wraz z corocznymi imprezami firmowymi,

odbywającymi się we wszystkich naszych lokalizacjach, wspieramy także wydarzenia integracyjne wewnętrzne, jak i międzydziałowe.

## ZRÓŻNICOWANIE, RÓWNE SZANSE ORAZ GODZENIE ŻYCIA ZAWODOWEGO Z RODZINNYM

Dążymy do zapewnienia zrównoważonego stosunku płci w odniesieniu do zatrudnienia we wszystkich obszarach naszej firmy. Pragniemy zwiększyć liczbę kobiet na stanowiskach kierowniczych, dlatego rozwijanie elastycznych modeli zatrudnienia w celu lepszego godzenia kariery i życia rodzinnego otrzymało wysoki priorytet na najbliższe lata. Tam, gdzie jest to możliwe, wprowadzamy umowy dające zwiększoną elastyczność godzin pracy lub pozwalające na zdalną pracę z domu.

Satysfakcja jest elementem kluczowym dla długofalowego utrzymania pracownika. Dlatego też wszyscy, którzy potrzebują dłuższej przerwy w pracy, otrzymują możliwość wzięcia rocznego urlopu. Istnieje wiele powodów, dla których pracownik może potrzebować takiej przerwy. Jesteśmy przekonani, że takie rozwiązanie niesie korzyści dla obu stron – pracownik ma możliwość powrotu do pracy po przerwie wypoczęty i bardziej skoncentrowany.

Również zróżnicowanie jest bardzo ważnym aspektem. We wszystkich miastach zatrudniamy osoby o różnorodnym pochodzeniu kulturowym, co wzbogaca naszą firmę.

## ZGODNOŚĆ Z PRZEPISAMI

Działalność w zgodzie z obowiązującymi przepisami prawa to podstawa etyki naszej pracy. Zasady te zebraliśmy w Compliance Management System, która jest dostępna dla wszystkich pracowników i wobec wszystkich ma zastosowanie – obejmuje również partnerów biznesowych na całym świecie, bez żadnych wyjątków. Wszelkie naruszenia reguł nie są tolerowane i pociągają za sobą prawne konsekwencje. Zespół ds. zgodności dokonuje regularnych inspekcji i uaktualnia Katalog Ryzyka, a także wdraża niezbędne środki zapobiegawcze. Zespół składa się z przedstawicieli różnych obszarów biznesowych i lokalizacji FRoSTY. Efektem jego działalności jest każdorazowo raport, prezentowany zarządowi. Wszyscy pracownicy zobowiązani są do uczestniczenia w regularnych szkoleniach dotyczących zgodności z przepisami oraz zgłaszania nieprawidłowości do wyznaczonego zespołu, co przy zachowaniu pełnej poufności.



# CO OSIĄGŃĘLIŚMY?

## CELE, KTÓRE OSIĄGŃĘLIŚMY

|                                                                                                                                                                                         | Dotyczy:      |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------|
|                                                                                                                                                                                         | FRoSTA Polska | FRoSTA AG |
| <b>Jakość, bezpieczeństwo i etykieta produktu</b>                                                                                                                                       |               |           |
| Brak jakichkolwiek dodatków do żywności                                                                                                                                                 | ✓             | ●         |
| 100% ryb i owoców morza z certyfikatem MSC, ASC lub innym najwyższym dostępnym standardem zrównoważonego rybołówstwa                                                                    | ✓             | ●         |
| 100% jaj z wolnego wybiegu                                                                                                                                                              | ✓             | ✓         |
| Wszystkie składniki deklarowane na opakowaniu i brak fraz grupowych                                                                                                                     | ✓             | ●         |
| Pełna informacja dotycząca kraju pochodzenia wszystkich składników                                                                                                                      | ✓             | ●         |
| Pełna możliwość śledzenia pochodzenia wszystkich warzyw i ziół (od ziarna)                                                                                                              | ✓             | ●         |
| <b>Opakowania</b>                                                                                                                                                                       |               |           |
| Opakowania papierowe i kartonowe wytworzone w 100% z certyfikowanego papieru FSC                                                                                                        | ✓             | ●         |
| Farba drukarska do opakowań foliowych w 100% oparta na wodzie                                                                                                                           | —             | ●         |
| Opakowania bez aluminium                                                                                                                                                                | ✓             | ●         |
| <b>Środowisko naturalne i klimat</b>                                                                                                                                                    |               |           |
| Emisja CO <sub>2</sub> zredukowana o 14,5% od roku 2007                                                                                                                                 | ✓             | ✓         |
| Wskaźnik podróży służbowych w przeliczeniu na 1 tonę produktu gotowego zredukowany o 24% w stosunku do 2007 roku                                                                        | ✓             | ✓         |
| 100% czystej i certyfikowanej energii do wytwarzania produktów marki FRoSTA                                                                                                             | ✓             | —         |
| Wyliczenia śladów węglowych produktów (PCFs) dla całego cyklu życia produktu publikowane na stronie internetowej                                                                        | ✓             | —         |
| Rygorystyczne limity CO <sub>2</sub> dla wszystkich pojazdów służbowych: program zachęcający do wybierania mniejszych pojazdów                                                          | ✓             | ✓         |
| Neutralizacja pozostałej emisji CO <sub>2</sub> przez nasze pojazdy służbowe w każdym roku - certyfikat Gold Standard CO <sub>2</sub> . Dzięki temu nasza flota jest neutralna węglowo. | ✓             | ✓         |
| Utworzenie FRoSTA Corporate Climate Balance                                                                                                                                             | ✓             | ✓         |
| <b>Łańcuch dostaw</b>                                                                                                                                                                   |               |           |
| Wszyscy dostawcy podpisują Kodeks dla dostawców FRoSTY                                                                                                                                  | ✓             | ✓         |
| 40% naszych dostawców z krajów wysokiego ryzyka jest członkami Sedex i/lub są certyfikowani zgodnie z uznanymi normami                                                                  | ✓             | ✓         |

✓ = Tak   ● = Według oczekiwań właścicieli marek   — = Nie

| CELE, KTÓRE OSIĄGNĘLIŚMY                                                                                                                                     |                  |           |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------|
|                                                                                                                                                              | Dotyczy:         |           |
|                                                                                                                                                              | FRoSTA<br>Polska | FRoSTA AG |
| <b>Pracownicy</b>                                                                                                                                            |                  |           |
| Wynagrodzenia pracownika oparte wyłącznie na kwalifikacjach i indywidualnych wymaganiach danego stanowiska                                                   | ✓                | ✓         |
| Udział kobiet na stanowiskach kierowniczych: kierownictwo wyższego szczebla 27%; kierownictwo niższego szczebla 34%                                          | ✓                | ✓         |
| Pracownicze opcje na zakup akcji. Pracowniczy program zakupu akcji, który pozwala pracownikom na zakup akcji FRoSTY po atrakcyjnych cenach                   | ✓                | ✓         |
| Dostępność modeli elastycznego zatrudnienia oraz opcja pracy z domu w niektórych obszarach działalności                                                      | ✓                | ✓         |
| Kształcenie przyszłych pracowników (podczas praktyk i staży)                                                                                                 | ✓                | ✓         |
| Praktyki i szkolenia: w 2016 roku w naszych programach szkoleniowych wzięło udział 478 pracowników                                                           | ✓                | ✓         |
| Coroczne sesje informacji zwrotnych dla wszystkich pracowników administracyjnych oraz kierownictwa produkcji, a także regularne oceny przełożonych i działów | ✓                | ✓         |
| Kursy językowe na wszystkich poziomach zaawansowania                                                                                                         | ✓                | ✓         |
| Możliwość wzięcia rocznego urlopu                                                                                                                            | ✓                | ✓         |
| Zachęta do rotacji na stanowiskach wewnątrz firmy                                                                                                            | ✓                | ✓         |
| <b>Odpowiedzialność społeczna</b>                                                                                                                            |                  |           |
| 2% dywidendy FRoSTY AG z roku poprzedniego jest przeznaczane na projekty społeczne                                                                           | ✓                | ✓         |
| Wsparcie Stowarzyszenia im. Sue Ryder w Bydgoszczy                                                                                                           | ✓                | ✓         |
| Wsparcie Polskiego Towarzystwa Walki z Kalectwem                                                                                                             | ✓                | ✓         |
| Projekty edukacyjne (w Polsce: Akademia Naturalnego Smaku, Może zadbajmy o morze)                                                                            | ✓                | ✓         |

# NASZE CELE NA PRZYSZŁOŚĆ

## CELE, KTÓRE CHCEMY OSIĄGNAĆ

|                                                                                                                                                                                                                                                               | Dotyczy:         |              |        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|--------------|--------|
|                                                                                                                                                                                                                                                               | FRoSTA<br>Polska | FRoSTA<br>AG | Termin |
| Jakość i bezpieczeństwo produktu                                                                                                                                                                                                                              |                  |              |        |
| Redukcja liczby reklamacji o 20% (liczona na bazie liczby reklamacji dla marki FRoSTA w ppm)                                                                                                                                                                  | ✓                | ✓            | 2020   |
| Opracowanie standardu FRoSTY dla dobrostanu zwierząt: redukcja zagęszczenia żywego inwentarza, poprawa stanu zdrowia zwierząt hodowlanych, zminimalizowanie ilości leków podawanych zwierzętom do roku 2020                                                   | ✓                | ●            | 2020   |
| Opracowanie standardu FRoSTY dla ryb i owoców morza z hodowli, które przekraczają wymagania normy ASC: brak barwników w karmie, niższe zagęszczenie zwierząt hodowlanych, poprawa stanu zdrowia zwierząt, zminimalizowanie ilości leków podawanych zwierzętom | ✓                | ●            | 2020   |
| Całkowity zakaz stosowania oleju palmowego                                                                                                                                                                                                                    | ✓                | ●            | 2018   |
| Środowisko naturalne i klimat                                                                                                                                                                                                                                 |                  |              |        |
| Cel długoterminowy: kontynuowanie redukcji emisji gazów cieplarnianych związanej z wytwarzaniem naszych produktów. Pragniemy osiągnąć proces produkcyjny, który będzie maksymalnie zoptymalizowany pod kątem emisji CO <sub>2</sub> .<br>Cele pośrednie:      |                  |              |        |
| Zmniejszenie emisji CO <sub>2</sub> w grupie FRoSTY (Zakres 1-3) o 5% w porównaniu do roku 2013                                                                                                                                                               | ✓                | ✓            | 2017   |
| Zmniejszenie zużycia energii (w kWh/t PG) o 5% w porównaniu do roku 2013 we wszystkich obszarach działalności                                                                                                                                                 | ✓                | ✓            | 2017   |
| Zmniejszenie liczby podróży służbowych z wykorzystaniem samochodów służbowych (w pkm/t PG) o 5% w porównaniu z rokiem 2013                                                                                                                                    | ✓                | ✓            | 2017   |
| Średnia emisja z floty FRoSTY na poziomie maksymalnie 95g CO <sub>2</sub> /km                                                                                                                                                                                 | ✓                | ✓            | 2020   |
| 100% elektrycznych lub zasilanych alternatywnie pojazdów służbowych                                                                                                                                                                                           | ✓                | ✓            | 2025   |
| Zwiększenie asortymentu produktów wegańskich i wegetariańskich o 30%-40%                                                                                                                                                                                      | ✓                | ●            | 2020   |
| Opakowania i środowisko naturalne                                                                                                                                                                                                                             |                  |              |        |
| Cel długoterminowy: Nasze opakowania nie mają negatywnego wpływu dla ludzkości ani na środowisko.<br>Cele pośrednie:                                                                                                                                          |                  |              |        |
| 100% opakowań foliowych nadających się do recyklingu i wykonanych z jednorodnego materiału                                                                                                                                                                    | ✓                | ●            | 2020   |
| Redukcja zużycia materiałów na opakowania zewnętrzne o 5%                                                                                                                                                                                                     | ✓                | ✓            | 2020   |
| Stosunek opakowań tekturowych do foliowych na poziomie 50:50                                                                                                                                                                                                  | ✓                | —            | 2020   |

✓ = Tak   ● = Według oczekiwań właścicieli marek   — = Nie

| CELE, KTÓRE CHCEMY OSIĄGNAĆ                                                                                                                                                                                |                  |              |        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|--------------|--------|
|                                                                                                                                                                                                            | Dotyczy:         |              |        |
|                                                                                                                                                                                                            | FRoSTA<br>Polska | FRoSTA<br>AG | Termin |
| Łańcuch dostaw                                                                                                                                                                                             |                  |              |        |
| 100% naszych dostawców z krajów wysokiego ryzyka BSCI jest członkami Sedex i posiada certyfikaty zgodne z rozpoznawalnymi standardami społecznymi (SMETA, BSCI, SA8000)                                    | ✓                | ✓            | 2020   |
| Niezapowiedziane audyty społeczne u wszystkich naszych dostawców w krajach wysokiego ryzyka BSCI bez rozpoznawalnych społecznie standardów, przeprowadzone przez zewnętrzne certyfikowane agencje          | ✓                | ✓            | 2020   |
| Zaangażowanie społeczne                                                                                                                                                                                    |                  |              |        |
| Cel długoterminowy: odpowiedzialność za warunki życia w rejonach naszych zakładów oraz dostawców, a także dokładanie wszelkich starań, aby je poprawiać.                                                   |                  |              |        |
| 2% dywidendy FRoSTY AG z roku poprzedniego jest przeznaczane na projekty społeczne                                                                                                                         | ✓                | ✓            | b/o    |
| Projekty edukacyjne (w Polsce: Akademia Naturalnego Smaku, Może zadbajmy o morze)                                                                                                                          | ✓                | ✓            | b/o    |
| Stanowiska/Pracownicy                                                                                                                                                                                      |                  |              |        |
| Cel długoterminowy: odpowiedzialność za rozwój naszych pracowników. Oferowanie atrakcyjnych stanowisk pracy i umożliwianie wszystkim pracownikom, aby ich doświadczenie i kreatywność były wykorzystywane. |                  |              |        |
| Dążenie do osiągnięcia równowagi w zatrudnieniu kobiet i mężczyzn                                                                                                                                          | ✓                | ✓            | 2025   |
| Opracowanie i wdrożenie modeli elastycznego zatrudnienia oraz opcji pracy z domu w obszarach działalności, gdzie takie rozwiązania są możliwe                                                              | ✓                | ✓            | 2020   |
| Opracowanie dodatkowych programów szkoleniowych dla rekrutacji kierownictwa średniego szczebla                                                                                                             | ✓                | ✓            | 2018   |

# ROZSKAMUJ SIĘ WE FRoŚCIE:

## NASZE PRODUKTY

### RYBY

Oferujemy szeroki wachlarz pomysłów na szybki obiad z rybą. W ofercie mamy paluszki rybne z fileta, ryby w chrupiącej panierce oraz ryby z pieca. W produktach FRoSTY znajdziesz tylko dzikie ryby. Pochodzą one ze [zrównoważonych łowisk z certyfikatem MSC](#). Dzięki temu mamy pewność, że ich połowy nie zagrażają morzom i oceanom!

→ ZOBACZ WSZYSTKIE PRODUKTY RYBNE



RYBY PANIEROWANE



FILETY RYBNE



RYBY Z PIECA

### WARZYWA

Warzywa FRoSTY rosną [w słońcu, nie w szklarniach](#) – dzięki temu są tak wyjątkowe. Zamrażane są tuż po zbiorach, przez co zachowują pełnię smaku i wartości odżywczych! Poznaj nasze warzywa na patelnię z sosami, mieszanki warzywne bez przypraw oraz przepyszne szpinaki.

→ ZOBACZ WSZYSTKIE PRODUKTY WARZYNNE



WARZYWA NA  
PATELNIĘ CHIŃSKIE



SZPINAKI



## DANIA GOTOWE

Kulinarna podróż dookoła świata bez wychodzenia z domu? Z daniami gotowymi FRoSTY to możliwe! Smaki Hiszpanii, Azji, Ameryki czy Meksyku są teraz w zasięgu Twojej ręki. Najlepsze składniki sprowadzane są dla nas z różnych zakątków świata.

A wszystko to bez żadnych dodatków do żywności – 100% naturalnego smaku!

→ ZOBACZ WSZYSTKIE DANIA GOTOWE



Mexican  
Chicken



Paella

## DANIA WEGETARIAŃSKIE

Poszukujesz dań wegetariańskich? Wychodzimy naprzeciw Twoim potrzebom! W naszej ofercie znajdziesz przepyszne burgery warzywne, warzywa na patelnię, paluszki serowe, gamę szpinaków, serduszka warzywne, a także szpinakową lasagne!

→ ZOBACZ WSZYSTKIE PRODUKTY DLA WEGETARIAN



Chili con  
quinoa



Burgery ze szpinaku  
z mozzarellą  
i czosnkiem

## INNE PROPOZYCJE

Każdy od czasu do czasu potrzebuje szybkiej przekąski: smacznego, chrupiącego kurczaka, paluszków serowych czy gotowego ciasta francuskiego na bazie masła. W naszych produktach nigdy nie stosujemy oleju palmowego!

→ ZOBACZ WSZYSTKIE PROPOZYCJE NA SZYBKIE PRZEKĄSKI



PRODUKTY Z KURCZAKA



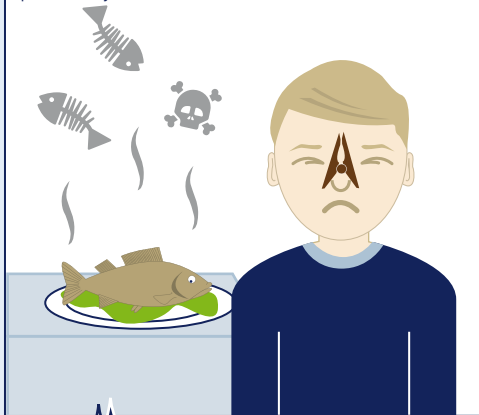
CIASTO FRANCUSKIE



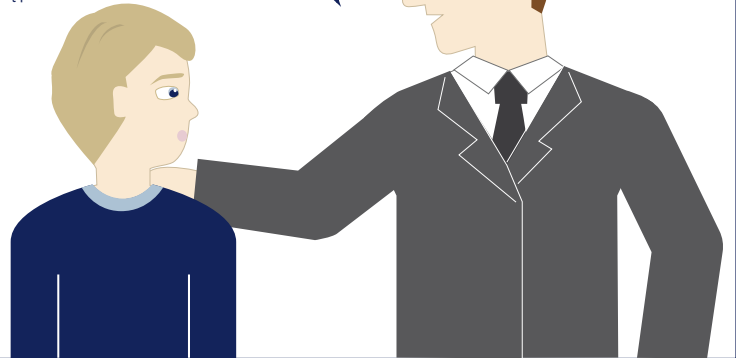
PALUSZKI SEROWE



**Herford, Niemcy, lata 50.:** mały Dirk nie znosi piątek – w piątki je się rybę. Według Dirka ryba śmierdzi, bo w chwili zakupu zazwyczaj ma już trzy tygodnie. Tyle czasu zwykle kutry rybackie spędzają na morzu od momentu złowienia pierwszych okazów.



**1954:** ojciec Dirka – producent tekstyliów, kupuje w Bremerhaven trawler do połowu ryb „Maria von Jever”. Dirk myśli, że to zły pomysł, zauważa jednak, że w końcu będzie miał dostęp do świeżych ryb.



**FUUUUJ!!!**  
TU ŚMIERDZI JAK  
W KOSZMARNE  
PIĄTKI W DOMU!

**1960:** Biznes rybny nie idzie najlepiej, a Dirk ma zaopiekować się flotą trawlerów swojego ojca. Po przybyciu do portu rybnego w Bremerhaven Dirk doznaje szoku.

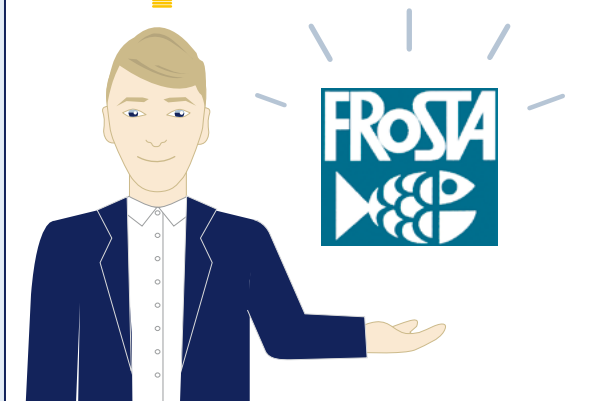


Kapitan zabiera Dirka w morze, gdzie po raz pierwszy w życiu ma okazję zasmakować ryby, która została przyrządzona tuż po jej złowieniu. Wpada na pomysł...

**TAK POWINNA  
SMAKOWAĆ RYBA!**



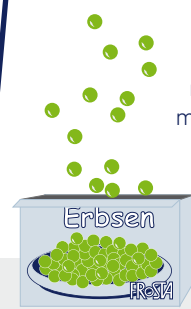
...jeśli ryby będziemy filetować i zamrażać na pokładzie trawlera zaraz po wyłowieniu, to ryba na talerzu będzie smakowała zupełnie, jakby była złowiona przed chwilą! Po powrocie do Bremerhaven Dirk sprzedaje rodzice swojego ojca, inwestuje w statki – chłodnie „Sagitta” oraz „Vest Recklinghausen” i zakłada markę mrożonej żywności FRoSTA!



**1976:** Pierwsze paluszki rybne FRoSTY pojawiają się w sprzedaży na rynku niemieckim!



**Późne lata 70.:** warzywa dołączają do rodziny produktów mrożonych FRoSTY.



**Połowa lat 80.:** FRoSTA rozpoczyna produkcję dań gotowych, takich jak Paella oraz Bami Goreng.



**Dirk Ahlers**  
założyciel firmy

<sup>1</sup> Złote paluszki rybne FRoSTY pojawiły się na rynku polskim w 1999 roku.

# JAK WSPOMNIENIA Z DZIECIŃSTWA O ŚWIEŻEJ RYBIE ORAZ WYCIECZCE ŁODZIĄ PRZYCZYNIŁY SIĘ DO POWSTANIA FROSTY

Zamrażanie jest najlepszym sposobem zachowywania świeżości ryb i warzyw na wiele miesięcy! Pozwala to uniknąć pozbawienia ich charakterystycznego dla świeżego zbioru pysznego smaku, przy jednoczesnym zachowaniu pełni wartości odżywczych. Jest to dla nas bezdyskusyjnie najlepsze rozwiązanie!

Często odzywają się do nas ludzie i pytają: „Czego dodajecie do tego groszku, że jest taki zielony?”, czy też: „Jakiej dodajecie chemii, aby zakonserwować wasze mrożone dania gotowe?”. W większości są to ludzie, którzy mają sceptyczne nastawienie do mrożenia żywności. Fakty są jednak takie, że do zachowania świeżości jedzenia przez mrożenie nie potrzeba niczego poza niską temperaturą.

Jedną z największych zalet tego rozwiązania jest to, że nie tracimy czasu pomiędzy zbiorami czy połowem, a zamrażaniem. W przypadku szpinaku, groszku czy ziół tuż po ich zebraniu rozpoczyna się wyścig z czasem, ponieważ szybko zaczynają tracić swoje witaminy i składniki odżywcze. Mrożenie w temperaturze  $-18^{\circ}\text{C}$  chroni te cenne substancje przed rozkładem.

Ilość zachowanej witaminy C w groszku po 7 dniach przy temperaturze przechowywania:

25% w temperaturze pokojowej



80% w temperaturze  $+4^{\circ}\text{C}$



95% zamrożone w temperaturze poniżej  $-18^{\circ}\text{C}$

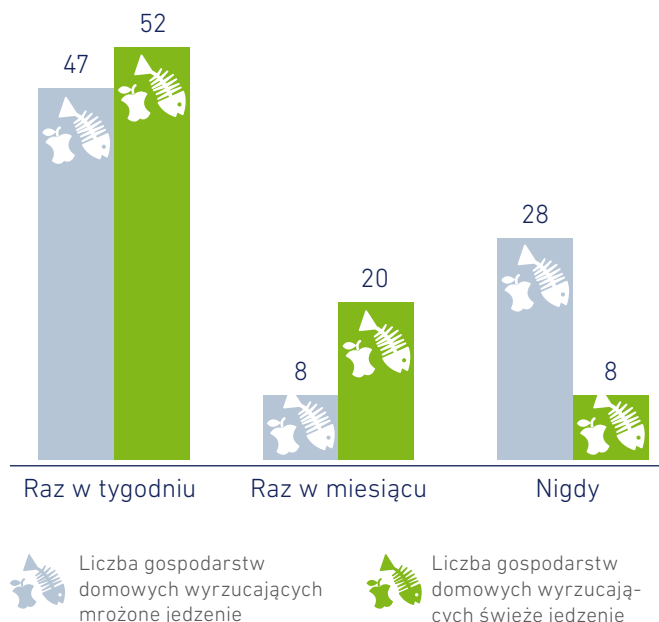


Niemiecki Instytut Żywności Mrożonej (Deutsches Tiefkühlinstitut)

Jeśli nie zbierasz warzyw z własnej uprawy w ogródku i nie spożywasz ich od razu, ale kupujesz je w supermarkecie, to mrożone warzywa stanowią najlepsze źródło witamin i wartości odżywczych. To samo odnosi się do mrożonych ryb.

Dzięki naszemu wieloletniemu doświadczeniu wiemy również, że mrożenie pomaga w zwalczaniu problemu marnowania jedzenia. Prawdopodobieństwo wyrzucenia świeżych produktów jest dwukrotnie większe niż w przypadku mrożonych!

Jak często wyrzucacie świeżą i mrożoną żywność?  
(zapytano 83 gospodarstwa domowe)



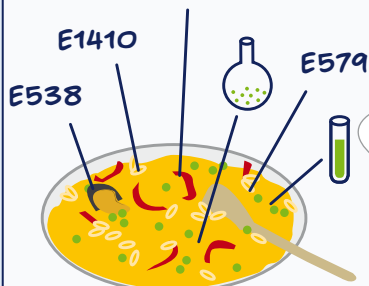
 **WIĘCEJ O NASZYM SZPINAKU – MROŻONYM  
ZARAZ PO ZBIORACH**

 **WIĘCEJ NA TEMAT NASZYCH RYB – MROŻONYCH  
ZARAZ PO POŁOWIE**

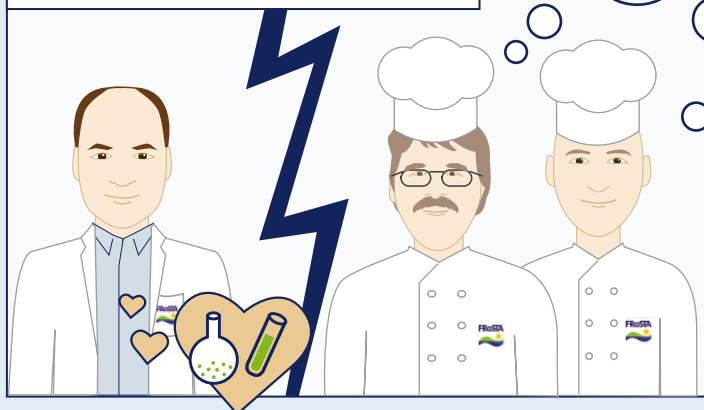
Wayne Martindale, (2014) „Ankiety konsumenckie wykorzystane do określania zrównoważonego rozwoju w zakresie żywności”, British Food Journal, Nr 116, wydanie: 7

**2010:** Dania FRoSTY w Polsce wciąż zawierają zbyt wiele dodatków i zbyt mało smaku. „To się musi zmienić!” – pomyślał Felix, z zawodu kucharz, członek zarządu w firmie FRoSTA.

### ŻELAZOCYJANEK POTASU



**2010:** Technolodzy żywności są zakochani w dodatkach, a firmowi kucharze – rozentuzjasmowani na myśl o tym, jak wspaniale smakują prawdziwe składniki.



DLACZEGO W ŻYWNOSCI JEST TYLE DODATKÓW?

SPRAWIAJĄ, ŻE PROCES PRODUKCYJNY TRWA KRÓCEJ, JEST TAŃSZY I BARDZIEJ WYDAJNY!

?! ???

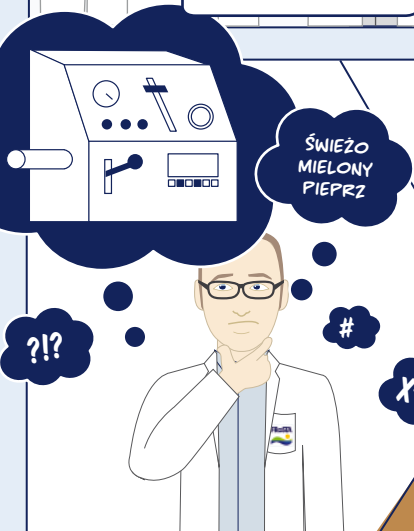
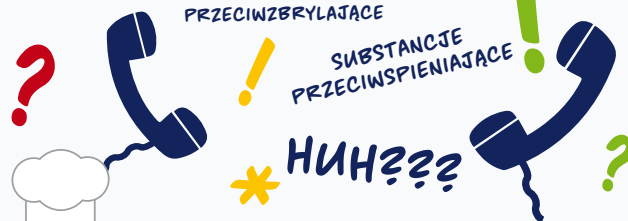
Całkowity brak dodatków do żywności – wiemy, że to możliwe! Karagen w śmietanie, środki przeciwzbrylające w soli, barwniki w maśle – dodatki są dostawne wszędzie. Udało się je wyeliminować w niemieckich produktach, uda się w Polsce. Dostawcy pytają: dlaczego FRoSTA w ogóle zwraca sobie głowę składnikami, których nie trzeba deklarować?

MUSIMY SIĘ ICH WSZYSTKICH POZBYĆ!!

SUBSTANCJE PRZECIWOZBRYLAJĄCE

SUBSTANCJE PRZECIWSPIENIAJĄCE

HUH???



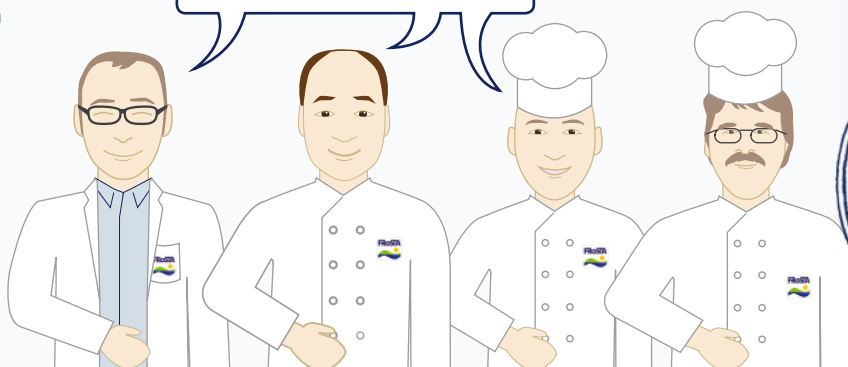
ŚWIEŻO MIELONY PIEPRZ



Wielki projekt **100% naturalnego smaku**: wszystkie 80 receptur produktów FRoSTY zostało zmienionych, ponad 50 dodatków zostało wycofanych, wszystkie surowce zostały skontrolowane pod kątem ukrytych dodatków. Zaprzestano wytwarzania niektórych produktów, zaprojektowano nowe maszyny i przywrócono tradycyjne metody gotowania: zespół FRoSTY ma ręce pełne roboty!

HMMM.... TO JEST PYSZNE!

**2 lata i 25 000 roboczogodzin później:** W 2012 roku nowa FRoSTA ruszyła na podbój rynku. Nawet Arne jest podekscytowany. Mrożenie i najwyższa jakość składników sprawiają, że dodatki do żywności stają się reliktem przeszłości!



# 100% NATURALNEGO SMAKU – CZYLI DLACZEGO UWAŻAMY, ŻE MNIEJ ZNACZY WIĘCEJ

Jeśli rozejrzemy się po współczesnym supermarkecie, to wszędzie znajdziemy mnóstwo opakowań produktów, na których widnieją informacje o tym czego NIE zawierają. Na przykład: „bez sztucznych dodatków” oraz „bez wzmacniaczy smaku”. Czy to oznacza, że *100% naturalnego smaku* to nic nowego?

Dodatki do żywności nie sprawiają, że jedzenie smakuje lepiej – sprawiają, że jest ono tańsze. W większości przypadków nie są one konieczne, np. jeśli korzystamy z wysokiej jakości produktów i przyrządzamy je w tradycyjny sposób. Niemniej jednak, prawdą jest także to, że nawet technolodzy żywności nie mają szans, aby dowiedzieć się czy dany produkt zawiera jakieś dodatki patrząc jedynie na listę składników. Wśród 316 zatwierdzonych numerów E oraz ponad 2000 dodatków do żywności, istnieje wiele substancji, które w świetle przepisów prawa, są uznawane za prawdziwe składniki,

ale działają jak dodatki i są jako takie stosowane. Na przykład białko mleka można wykorzystywać do wzmocnienia smaku, a czasem za sformułowaniem „ekstrakt roślinny” kryje się – całkowicie legalnie – jakiś środek konserwujący.

Nasze prawo żywnościowe określa także, że wiele składników znajdujących się w surowcach, nie musi być podawanych na liście składników produktu końcowego. Dlatego też apelujemy o usunięcie takich kruczków prawnych po to, żeby wszystkie imitacje dodatków musiały być zatwierdzone i deklarowane jako dodatki oraz, aby wszystkie składniki i dodatki zastosowane w danym produkcie zostały wymienione na jego etykiecie. Fakt, że tak właśnie działa nasza polityka *100% naturalnego smaku* jest czymś wyjątkowym po dziś dzień.

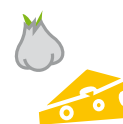
## FRoSTA przed 2012 r.:

6 numerów E  
4 dodatki smakowe  
89 innych dodatków



## FRoSTA dziś:

0 numerów E  
0 dodatków smakowych  
0 innych dodatków



**DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ O NASZEJ ŚMIETANIE**



**ZERO BARWNIKÓW, AROMATÓW I DODATKÓW DO ŻYWNÓŚCI – ZOBACZ SAM**



**100% NATURALNEGO SMAKU W NASZYCH ŻŁOTYCH PALUSZKACH**

CO!?! MROŻENIE TO STRATA ENERGII!?!

MROŻENIE JEST ZŁE!

MROŻONKI NISZCZĄ NARĘSTNE OZONOWE

2008

MUSZĘ TO SPRAWDZIĆ!

CO TO!?!

PKM / T FP

HFC  
SCOPE 1

0.0001%

SUBSTANCJE LOTNE

ACO<sub>2</sub>E

GAZY KIOTO

64,800

CO<sub>2</sub>

!!!  
RAPORT

PROJEKT PILOTAŻOWY

ROK BAZOWY

PCF

FRoSTA uczestniczy w pilotażowym projekcie, mającym na celu obliczanie śladu węglowego mrożonych produktów. Trzeba zebrać wszystkie dane i zacząć obliczenia.

Warzywa FRoSTY są zawsze uprawiane na świeżym powietrzu, krojone zaraz po zbiorach i głęboko mrożone. W przypadku innych producentów warzywa często pochodzą ze szklarni. Jak się okazuje: ślad węglowy pomidorów szklarnianych jest ośmiokrotnie większy niż mrożonych!

Wiele osób uważa, że transportujemy nasze składniki z całego świata drogą lotniczą. Nic bardziej mylnego! Głębokie mrożenie pozwala nam nie spieszyć się z transportem i realizujemy go zazwyczaj drogą morską. Co więcej, do kontenera mieści się 3-4 razy więcej mrożonej żywności niż świeżych produktów!

**2010:** dokonaliśmy kalkulacji śladu węglowego dla wszystkich produktów FRoSTY<sup>2</sup>. Nasza metoda głębokiego mrożenia oraz **100% naturalnego smaku** pozwalają nam na zredukowanie emisji CO<sub>2</sub> do środowiska! Co więcej, odgrzanie naszych produktów przez konsumentów w domu jest o wiele bardziej energooszczędne niż samodzielne gotowanie posiłków.

<sup>2</sup> FRoSTA Polska opublikowała kalkulacje śladu węglowego dla wszystkich produktów w 2018 roku

# POLICZYLIŚMY TO: MROŻONA ŻYWNOSĆ JEST PRZYJAZNA ŚRODOWISKU!

Bardzo poważnie traktujemy kwestię zmian klimatycznych i emisję CO<sub>2</sub>. Obliczamy wpływ naszych produktów na środowisko w całym cyklu ich życia i dokumentujemy wszystkie wygenerowane przez naszą infrastrukturę zanieczyszczenia.

Zbudowaliśmy nasz własny system zarządzania środowiskowego, który pozwala nam obliczyć ślad węglowy (PCF) dla każdego produktu. Wystarczy, że wciśniemy przycisk i mamy wyliczone dane nawet w fazie rozwoju nowej receptury. Dzięki temu wiemy na przykład,

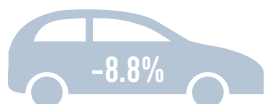


CO<sub>2</sub> – łącznie  
(w t CO<sub>2</sub>e/t PG; 2016/2013)

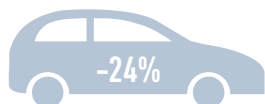


Emisja spalin  
(w t CO<sub>2</sub>e/t PG; 2016/2013)

że dania, które zawierają mięso lub produkty mleczne posiadają znacznie wyższy współczynnik PCF niż dania wegańskie i wegetariańskie! Tym samym, w ostatnich latach, liczba produktów FROSTY bez mięsa wzrasta, a nasza oferta będzie stale rozszerzana.



Podróże służbowe pracowników (w pkm/t PG; 2016/2013)



Podróże służbowe pracowników (w pkm/t PG; 2016/2007)



Zużycie energii elektrycznej (w kWh/t PG; 2016/2013)

Dokonujemy także kalkulacji naszego wewnętrznego, korporacyjnego bilansu wpływu na klimat. Dzięki temu możemy przeanalizować, w czym osiągamy dobre wyniki, które obszary możemy ulepszyć jeszcze bardziej oraz jakie cele wyznaczyć sobie na przyszłe lata.

**W PORÓWNANIU DO 2007 ROKU ŁĄCZNA EMISJA CO<sub>2</sub>  
SPADŁA O 14,5%**

W ostatnim czasie udało nam się znacznie zredukować zużycie i emisję CO<sub>2</sub> we wszystkich naszych fabrykach. Było to możliwe dzięki wprowadzeniu m.in. układu chłodzenia z możliwością odzyskiwania ciepła czy systemom paneli fotowoltaicznych zasilających nasze mroźnie.

Co więcej, każdy kto jeździ samochodem służbowym, również wspiera nasz program oszczędzania energii! Od 2012 roku obowiązują rygorystyczne limity emisji CO<sub>2</sub>, które maleją z każdym rokiem. Realizować je musi bezwzględnie każdy, włączając zarząd.

→ WIĘCEJ O ŚLADZIE WĘGLOWYM

→ NASZE CELE NA PRZYSZŁOŚĆ





Konsumenci również domagają się wyszczególniania krajów pochodzenia składników. Spotykają się jednak z niechęcią branży do upubliczniania takich informacji.

NIE UJAWNIMY TYCH DANYCH!

WYMAGA TO DODATKOWYCH STANOWISK PRACY!

POTRZEBA NA TO PIENIĘDZY!

KONSUMENTOM TO OBOJETNE!



<sup>3</sup> FRoSTA Foodtracker w języku polskim został uruchomiony w 2017 roku

# NASZ NAJLEPIEJ CHRONIONY SEKRET: NIE MAMY TAKIEGO!

Bardzo duża część konsumentów chce wiedzieć skąd pochodzą produkty, które spożywają. Współczesne społeczeństwo jest bardziej niż kiedykolwiek nastawione na świadome układanie diety, dobór składników i produktów.

Prawo nakłada obowiązek podawania kraju pochodzenia jedynie niektórych, świeżych produktów spożywczych – takich jak jaja, mięso, owoce oraz warzywa. Pomidory w puszcze lub te, znajdujące się w daniach gotowych mogą pozostać anonimowe. Uważamy, że konsumentom powinno się oferować całkowitą przejrzystość zarówno etykiety na opakowaniu, jak i informacji o pochodzeniu wszystkich surowców stosowanych przy produkcji.

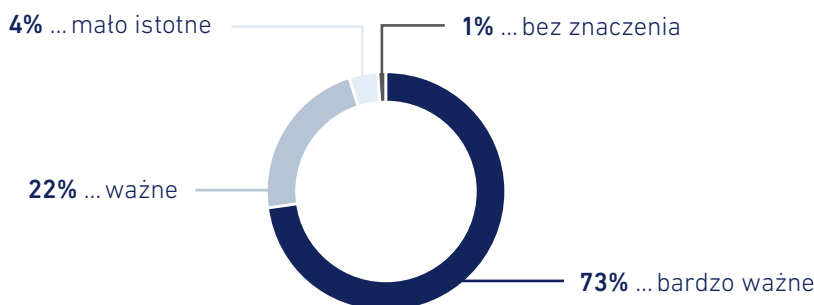
Po uruchomieniu naszej [aplikacji FRoSTA Foodtracker](#), konsumenci, podając numer partii z opakowania zakupionego produktu mogą sprawdzić kraj pochodzenia każdego składnika użytego przy produkcji. Aż po najdrobniejsze ziarno pieprzu! Oprócz tego, w serwisie można znaleźć interaktywną mapę świata, będącą źródłem szczegółowych informacji na temat wszystkich naszych surowców.

Niemniej jednak, nasza decyzja o pełnej przejrzystości dotyczącej około 200 różnych składników z 35 krajów przyniosła pewne krytyczne uwagi ze strony konsumentów: „Czy kupowanie brokułów z Ekwadoru lub czosnku z Chin jest zgodne z założeniami zrównoważonego rozwoju?”.

Chiny? Ekwador? Mieliśmy te same obawy! Zagłębienie się w temat kraju pochodzenia stosowanych surowców, zwróciło naszą uwagę i skłoniło do dokładniejszego analizowania warunków w fabrykach naszych dostawców. Traktujemy tę kwestię bardzo poważnie, dlatego możemy śmiało powiedzieć, że jesteśmy pewni pochodzenia i jakości stosowanych przez nas składników.

**NASZE MOTTO:** Dla każdego producenta, który zna miejsce pochodzenia stosowanych składników, udostępnienie tej informacji nie tylko powinno być czymś, co może zrobić, ale także czymś, co leży w jego obowiązku!

Konsumenci uważają, że podawanie kraju pochodzenia na produktach jest...



Źródło: vzbv, Maj 2014



**ZOBACZ JAK DZIAŁA FRoSTA FOODTRACKER  
I SPRAWDŹ, GDZIE PIEPRZ ROŚNIE!**



**SPRZĄDŹ SAM, SKĄD POCHODZĄ  
SKŁADNIKI W NASZYCH PRODUKTACH!**

Wszystkie składniki FRoSTY muszą spełniać restrykcyjne wymagania jakościowe.

Bierzemy pod uwagę to, aby były uprawiane w warunkach odzwierciedlających zarówno zrównoważone cele środowiskowe, jak i społeczne.

HANDEL LUDŹMI...  
ZATRUDNIANIE  
NIEPEŁNOLETNICH...  
NORMY SPOŁECZNE...



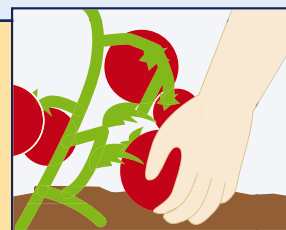
JUŻ TERAZ ROBIMY  
CAŁKIEM DUŻO, LECZ  
PRZYJRZYJMY SIĘ TEMU  
JESZCZE DOKŁADNIEJ...



Każdy dostawca podpisuje Kodeks dla dostawców FRoSTY, zawierający ustalone przez nas wymagania związane z warunkami pracy osób zatrudnianych oraz wpływem na środowisko.

W PORZĄDKU, ALE KTO  
ZAGWARANTUJE, ŻE  
DOSTAWCY ZASTOSUJĄ  
SIĘ DO TEGO, CO  
PODPISALI?

Staramy się budować długotrwałe relacje z naszymi dostawcami, zwłaszcza z krajów wysokiego ryzyka. Nasi pracownicy regularnie ich odwiedzają, dbając o najwyższą jakość, bezpieczeństwo pozyskiwanych surowców oraz etykę i warunki pracy.

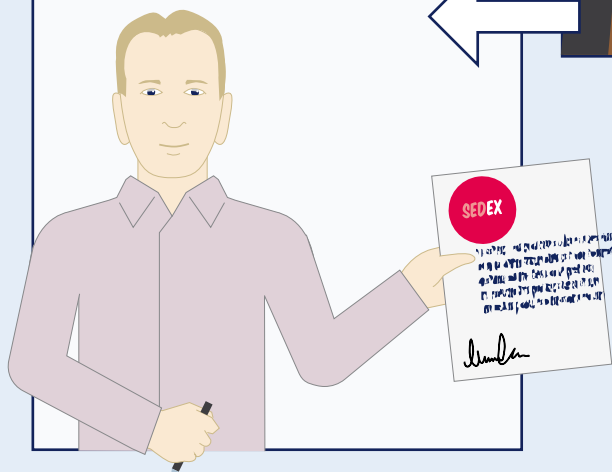


Nabywamy różnorodne składniki z 35 krajów! Oprócz dbania o ich jakość, analizujemy również, gdzie ryzyko naruszenia norm społecznych jest szczególnie wysokie.

POZWÓLCIE, ŻE  
POROZMAWIAMY TERAZ  
Z WASZYM PRACOWNIKAMI.



**2015:** FRoSTA AG staje się członkiem **SEDEX**. Wymagamy, aby nasi dostawcy podpisali nasz Kodeks dla dostawców FRoSTY, zgadzając się na audytowanie, które gwarantuje nam zgodność z normami społecznymi uznawanymi w skali międzynarodowej.



**Sedex**®

# TAK JAK NASI KLIENCI, PODCZAS ROBIENIA ZAKUPÓW PRZYGLĄDAMY SIĘ SKŁADNIKOM

Jakość składników stanowi podstawę dla zrównoważonego rozwoju naszych produktów. Wymagania jakie niesie za sobą *100% naturalnego smaku* dla marki FRoSTA definiują normy, które w porównaniu z obecnie obowiązującymi przepisami prawa, znacznie przekraczają ten zakres. Naszym dostawcom nie wolno używać jakichkolwiek dodatków do żywności, aromatów czy barwników. Zatem ani produkty FRoSTY, ani surowce, których używamy nie zawierają niepożądanych substancji.

## PRODUKTY FRoSTY ZAWIERAJĄ RYBY POSIADAJĄCE CERTYFIKATY MSC

Co więcej, od 2011 roku wytwarzamy produkty rybne wyłącznie posiadające certyfiakat MSC, a od 2016 roku również dania z krewetkami posiadającymi certyfiakat ASC. Nasze mintaje muszą być łowione w morzu, natychmiast filetowane i zamrażane.

Istotne są dla nas również inne, nawet najmniejsze szczegóły: pasza dla kur z wolnego wybiegu nie może zawierać jakichkolwiek barwników, a warunki, jakich wymagamy do ich chowu, zostały restrykcyjnie określone: od zagęszczenia kur na 1m<sup>2</sup>, po stosowaną

paszę, aż do osiągnięcia przez nie wieku uboju.

Wraz z zakontraktowanymi rolnikami współpracujemy przy wyborze nasion, środków ochrony roślin, które mają zostać zastosowane oraz nad zapewnianiem identyfikowalności surowców już na poziomie uprawy.

Od kilku lat zwiększamy zaangażowanie w poprawę warunków pracy pracowników naszych dostawców. Jest to szczególnie istotne w regionach zaklasyfikowanych przez BSCI jako regiony „wysokiego ryzyka”. Dotyczy to Chin, Tajlandii, Wietnamu, Brazylii, Ekwadoru, Peru oraz Gwatemali. Regularne audyty czy wizyty pracowników FRoSTY w zakładach dostawców pomagają zapewnić stosowanie norm jakości oraz odpowiedzialności społecznej.

Z końcem 2017 roku olej palmowy przestanie być używany we wszystkich produktach i składnikach FRoSTY<sup>4</sup>.

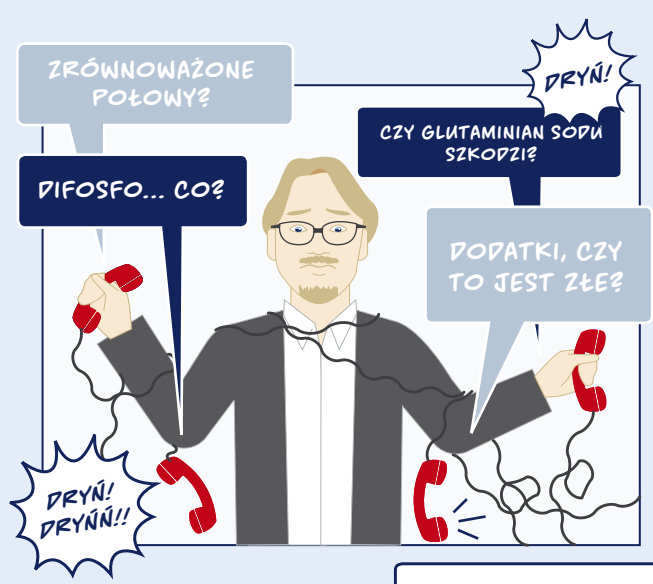
Do 2020 roku rozwinimy normy dobrostanu zwierząt FRoSTY zmierzające do zmniejszenia zagęszczenia inwentarza żywego, podniesienia poziomu zdrowia oraz zmniejszenia ilości stosowanych leków. Do tego czasu chcemy również zapewnić, że 100% naszych dostawców stanie się członkami SEDEX oraz uzyska certyfikaty zgodnie z normą uznaną w skali międzynarodowej.

<sup>4</sup> W 2017 roku olej palmowy przestał być całkowicie stosowany we wszystkich produktach i składnikach FRoSTY.



CO TO JEST CERTYFIKAT ZRÓWNOWAŻONEGO RYBOŁÓWSTWA MSC?

→ NASZE CELE NA PRZYSZŁOŚĆ



ZRÓWNOWAŻONE  
POŁOWY?

PIFOSFO... CO?

CZY GLUTAMINIAN SODU  
SZKODZI?

DODATKI, CZY  
TO JEST ZŁE?

DRYŃ!  
DRYŃŃ!!

DRYŃ!



MUSIMY POMÓC NASZYM KONSUMENTOM  
ZROZUMIEĆ CZYM SĄ DODATKI DO ŻYWNOSCI!  
JAK WAŻNE DLA NASZEJ PLANETY JEST MSC!

Produkty FROSTA oferują tak wiele – nie mają dodatków do żywności, ryby pochodzą ze zrównoważonych połowów. Ale nie dla wszystkich te zagadnienia są zrozumiałe, bądź nie są ich świadomi. FROSTA postanawia podjąć kroki, które mają to zmienić.



CHĘTNIE PRZYGOTU-  
JĘ WYKŁAD, RAPORT,  
BADANIA...



NIE, TO NIKOGO NIE ZAIN-  
TERESUJE! MUSIMY MÓWIĆ  
CIEKAWIE I INTERESUJĄCO!

Może  
zadbajmy  
o morze?

**2013:** FROSTA rusza w ogólnopolską trasę z Akademią Naturalnego Smaku. To prawdziwa skarbnica wiedzy o produktach spożywczych, które spotykamy na swojej drodze podczas codziennych zakupów. Wnętrze podzielone jest na strefy poświęcone różnym dodatkom do żywności, m.in.: barwnikom, aromatom czy wzmacniaczom smaku.



MULTIMEDIALNE  
STOISKO  
EDUKACYJNE



**2013:** na fali popularności Akademii Naturalnego Smaku, FROSTA wypuszcza na głębokie wody drugie stoisko – Może zadbajmy o morze, stworzone wspólnie z MSC Polska. Odwiedzający interaktywne stanowisko dowiadują się m.in.: jak to, które ryby wybieramy, wpływa na ekosystem morski, jaką drogę przebywają, zanim trafią na nasz talerz oraz które gatunki ryb możemy spokojnie wkładać do sklepowego koszyka, a które są zagrożone wyginięciem.



# PROGRAMY EDUKACYJNE



## Akademia, ale bez egzaminów!

FRoSTA udowodniła, że produkcja jedzenia bez dodatków do żywności jest możliwa! Wciąż jednak wielu producentów stosuje wzmacniacze smaku, barwniki czy aromaty. Uważamy, że konsumenci mają prawo wyboru produktów spożywczych, mają też prawo znać oraz rozumieć oznaczenia, znajdujące się na etykietach produktów.

Akademia Naturalnego Smaku ma im w tym pomóc! Jest to projekt informacyjno-edukacyjny, poświęcony dodatkom do żywności, zachęcający do czytania etykiet oraz świadomej konsumpcji. Mobilna wystawa pozwala zobaczyć, poczuć, posmakować i przedyskutować ze specjalistami zasadność stosowania dodatków w produkcji żywności.

Celem Akademii jest podnoszenie świadomości społecznej i popularyzowanie wiedzy z zakresu substancji dodatkowych w żywności oraz – w rezultacie skłanianie konsumentów do świadomych zakupów. Projekt dostarcza rzetelnych informacji w tym zakresie. Pomagają w tym przeszkoleni edukatorzy – studenci i absolwenci kierunków związanych z żywieniem, technologią żywności czy biologią.

## Zadbajmy o morze – koniecznie!

FRoSTA jest pierwszym producentem na polskim rynku, który może poszczycić się niebieskim znakiem

MSC na opakowaniach wszystkich swoich produktów rybnych. Gwarantuje on, że ryba jest dzika, nigdy hodowlana. Co więcej, **logo MSC potwierdza**, że została złowiona z poszanowaniem ekosystemu morskiego – w sposób, który nie miał negatywnego wpływu na środowisko naturalne.

W 2014 roku znajomość Certyfikatu Zrównoważonego Rybołówstwa MSC w Polsce była niewielka. Do dziś wielu konsumentów wciąż nie jest świadomych, że ponad 90% światowych zasobów rybnych jest nadmiernie eksploatowanych bądź też całkowicie wyeksploatowanych.

Dlatego FRoSTA we współpracy z MSC Polska opracowała interaktywną, mobilną wystawę *Może zadbajmy o morze*, promującą odpowiedzialny zakup ryb i popularyzującą ideę certyfikacji zrównoważonego rybołówstwa. Wystawa, oparta na koncepcji gier i zabaw, ma charakter edukacyjny i w prosty sposób pokazuje znaczenie świadomych wyborów konsumenckich.

## W drogę!

Ideą przyświecającą tworzeniu obu stoisk była ich mobilność – tak, aby możliwe było dotarcie do wielu miejsc, a tym samym – wielu konsumentów. Odwiedziliśmy już: Warszawę, Gdańsk, Wrocław, Bydgoszcz, Kraków, Poznań i wciąż pojawiajemy się w nowych lokalizacjach. Oba stanowiska gościły już ponad 8 000 osób!

| Akademia Naturalnego Smaku |                |                       | Może zadbajmy o morze |                       |
|----------------------------|----------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
|                            | Liczba eventów | Liczba odwiedzających | Liczba eventów        | Liczba odwiedzających |
| 2015                       | 8              | 1300                  | 2                     | 260                   |
| 2016                       | 4              | 600                   | 4                     | 600                   |
| 2017                       | 1              | 700                   | 4                     | 4500                  |



AKADEMIA NATURALNEGO SMAKU -  
ZOBACZ JAK BYŁO

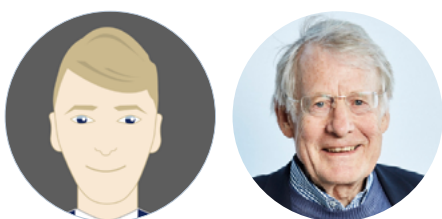


MOŻE ZADBAJMY O MORZE -  
ZOBACZ JAK BYŁO



# PRZEDSTAWIAMY BOHATERÓW NASZYCH KOMIKSÓW

NASI „KOMIKSOWI BOHATEROWIE” REPREZENTUJĄ ZESPÓŁ FROSTY, KTÓRY PRACUJE, ABY DZIAŁAĆ ZGODNIE Z ZAŁOŻENIAMI ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU WE WSZYSTKICH MOŻLIWYCH OBSZARACH I POZIOMACH!



**Dirk Ahlers,**

Założyciel Spółki oraz Członek Rady Nadzorczej  
Kocham ryby! I te świeże, i te zamrożone!



**Torsten Schott, Dział Rozwoju Produktu**

Na miejsca, gotowi, start! Czas iść naprzód z nowymi, świeżymi składnikami, jak śmietana, masło, zioła, przyprawy korzenne oraz nasz własny przepis na curry.



**Felix Ahlers, Członek Zarządu**

Wciąż kocham gotować tak samo, jak wtedy, gdy studiowałem we Francji: tradycyjnie i bez dodatku kostek rosółowych.



**Frank Gaida, Dział Rozwoju Produktu**

Jako wykwalifikowany kucharz wiem, że prawdziwie smaczne posiłki powstają wyłącznie z dobrych umiejętności i składników!



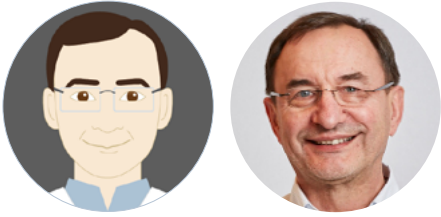
**Arne Döschler, Dział Badań i Rozwoju**

Jako młody technolog żywności pokochałem magiczny świat dodatków do żywności. Dziś wiem, że produkcja jedzenia jest możliwa również z wykorzystaniem naturalnych składników, dzięki czemu jedzenie smakuje jeszcze lepiej!

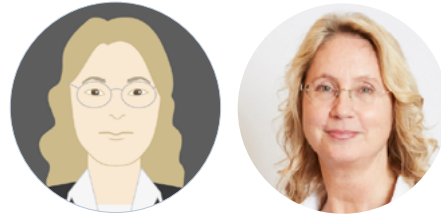


**Frank Hoogestraat, Dział Produkcji**

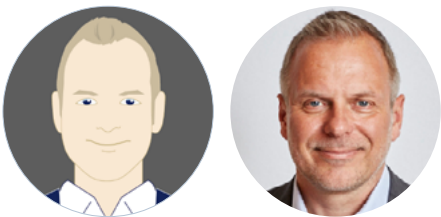
Dla mnie, jako Kierownika Zakładu, wprowadzanie w życie szalonych pomysłów moich szanownych kolegów zawsze stanowi duże wyzwanie.

**Urban Buschmann,****Dział Inżynierii Procesowej i Zrównoważonego Rozwoju**

Sprawianie, że nasz zrównoważony rozwój staje się mierzalny jest dla mnie ekscytujące. Dzięki przyjaznym dla środowiska produktom FRoSTY jesteśmy w stanie zachować równowagę ekologiczną.

**Kerstin Janson, Dział Zarządzania Jakością**

Wraz z moim zespołem zapewniam zgodność z ustalonymi przez nas wymaganiami w zakresie jakości z dostawcami. Podczas naszych licznych wizyt w krajach pochodzenia surowców bardzo uważnie przyglądamy się warunkom pracy.

**Hinnerk Ehlers, Członek Zarządu**

Ostatnio zapytano mnie: „Po co robicie to wszystko?”. Moja odpowiedź brzmiała: „Ponieważ uważamy, że to jest słuszne!”.

**Sven Lehmann, Dział Zakupów**

Wymagania ze strony naszych dostawców, jeśli chodzi o procesy produkcji i logistykę oraz zgodność z normami społecznymi, stają się stopniowo coraz istotniejsze.

# O RAPORCIE

Niniejsza publikacja jest pierwszym raportem FRoSTY z zakresu zrównoważonego rozwoju. Obejmuje sprawozdanie ze wszystkich zakładów produkcji i sprzedaży należących do FRoSTY AG (patrz mapa na str. 5). Podczas jego sporządzania opierano się na wytycznych Global Reporting Initiative (wydanie 4.0), zawierając określone normy.

Raport jest adaptacją Sustainability Report 2016 wydanego przez FRoSTA AG w 2017 roku. Kolejny raport zostanie przygotowany w 2019 roku.

# SKRÓTY

AG spółka akcyjna [z języka niemieckiego: Aktiengesellschaft]

CO<sub>2</sub> dwutlenek węgla

PG produkt gotowy

IPCC Międzyrządowy Zespół ds. Zmian Klimatu

ISO Międzynarodowa Organizacja Normalizacyjna

kg kilogram

km kilometr

kWh kilowatogodzina

PCF ślad węglowy produktu [ang. Product Carbon Footprint]

pkm pasażerokilometr

ppm liczba części na milion [ang. parts per million]

t tona

# SŁOWNICZEK

**ASC (Aquaculture Stewardship Council)** niezależna organizacja non-profit oferująca system certyfikacji dla ryb oraz owoców morza hodowanych w sposób zrównoważony.

**BSCI (Business Social Compliance Initiative)** system zarządzania łańcuchem dostaw, który wspiera firmy w zapewnianiu zgodności socjalnej oraz dostarczaniu ulepszeń do fabryk i gospodarstw rolnych w ramach ich globalnych łańcuchów dostaw.

**CO<sub>2</sub>e** ekwiwalent CO<sub>2</sub>, który umożliwia pełne i porównywalne obliczenie emisji gazów cieplarnianych. CO<sub>2</sub> nie tylko obejmuje dwutlenek węgla, ale również inne gazy, które mają negatywny wpływ na środowisko, jak na przykład metan.

**FSC (Forest Stewardship Council)** ta globalna organizacja non-profit określa normy tego, czym są odpowiedzialnie zarządzane lasy, zarówno pod kątem środowiskowym jak i społecznym.

**GHG Protocol (Greenhouse Gas Protocol)** normy i wskazówki uznane w skali międzynarodowej w odniesieniu do księgowości i sprawozdawczości bezpośredniej i pośredniej emisji gazów cieplarnianych.

**IPCC 2007** czwarte Sprawozdanie Oceniające pracę Międzyrządowego Zespołu ds. Zmian Klimatu. Zawiera informacje na temat zmian klimatu, jego przyczyn i skutków. Dostarcza podstawowej wiedzy na temat możliwego przebiegu działania oraz sugeruje możliwości ograniczania zmiany klimatu. IPCC jest instytucją Organizacji Narodów Zjednoczonych.

**ISO 9001** norma certyfikacji systemów zarządzania jakością uznana w skali międzynarodowej. Spółki certyfikowane są na ustalony czas przez niezależne organy.

**ISO 14064** norma uznawana w skali międzynarodowej, która umożliwia spółkom obliczanie i weryfikację emisji gazów cieplarnianych. Może zostać wykorzystana jako podstawa programów rozwojowych, których celem jest redukcja emisji gazów cieplarnianych i umożliwia firmom zwiększenie ich bilansu dwutlenku węgla.

**ISO 50001** norma certyfikacji systemów zarządzania energią przez firmy uznana w skali międzynarodowej, której celem jest ciągłe podnoszenie wydajności energetycznej.

**MSC (Marine Stewardship Council)** organizacja non-profit, posiadająca system certyfikacji dla ryb oraz owoców morza pozyskanych z poszanowaniem ekosystemu morskiego.

**SA8000** globalny standard certyfikacji miejsc i warunków pracy. Certyfikacja realizowana jest przez Social Accountability International (SAI).

**SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange)** ogólnosiwiatowa organizacja non-profit zapewniająca międzynarodową platformę internetową, na której firmy mogą umieszczać informacje na temat swojej etycznej i społecznej działalności w łańcuchach dostaw. Poprzez SEDEX można również komunikować się z innymi firmami w kwestiach akceptowalnych standardów inspekcji.

**SMETA (Sedex Members Ethical Trade Audit)** metoda przeprowadzania audytu SEDEX, której celem jest pomaganie firmom w zagwarantowaniu przejrzystości i odpowiedzialnego pozyskiwania produktów w całym łańcuchu dostaw. Ustandaryzowana metoda ma na celu zapewnienie lepszej porównywalności.



## ODWIEDŹ NAS W INTERNECIE



[www.facebook.com/frosta.polska](http://www.facebook.com/frosta.polska)



[www.facebook.com/zlotepaluszki](http://www.facebook.com/zlotepaluszki)



[www.instagram.com/frosta\\_pl](http://www.instagram.com/frosta_pl)



[www.frosta.pl](http://www.frosta.pl)



[www.frostafoodtracker.pl](http://www.frostafoodtracker.pl)

## AUTORZY RAPORTU

Wydano przez:

FRoSTA Sp. z o.o.  
ul. Witebska 63  
85-778 Bydgoszcz

Telefon: +48 52 360 67 01  
Email: [info@frosta.pl](mailto:info@frosta.pl)

Pomysł, projekt i wykonanie:

UMPR – Communications Agency  
[www.umpr.de](http://www.umpr.de)

Skład wersji polskiej:

Robótki ręczne – agencja kreatywna  
[www.robotkireczne.com](http://www.robotkireczne.com)