

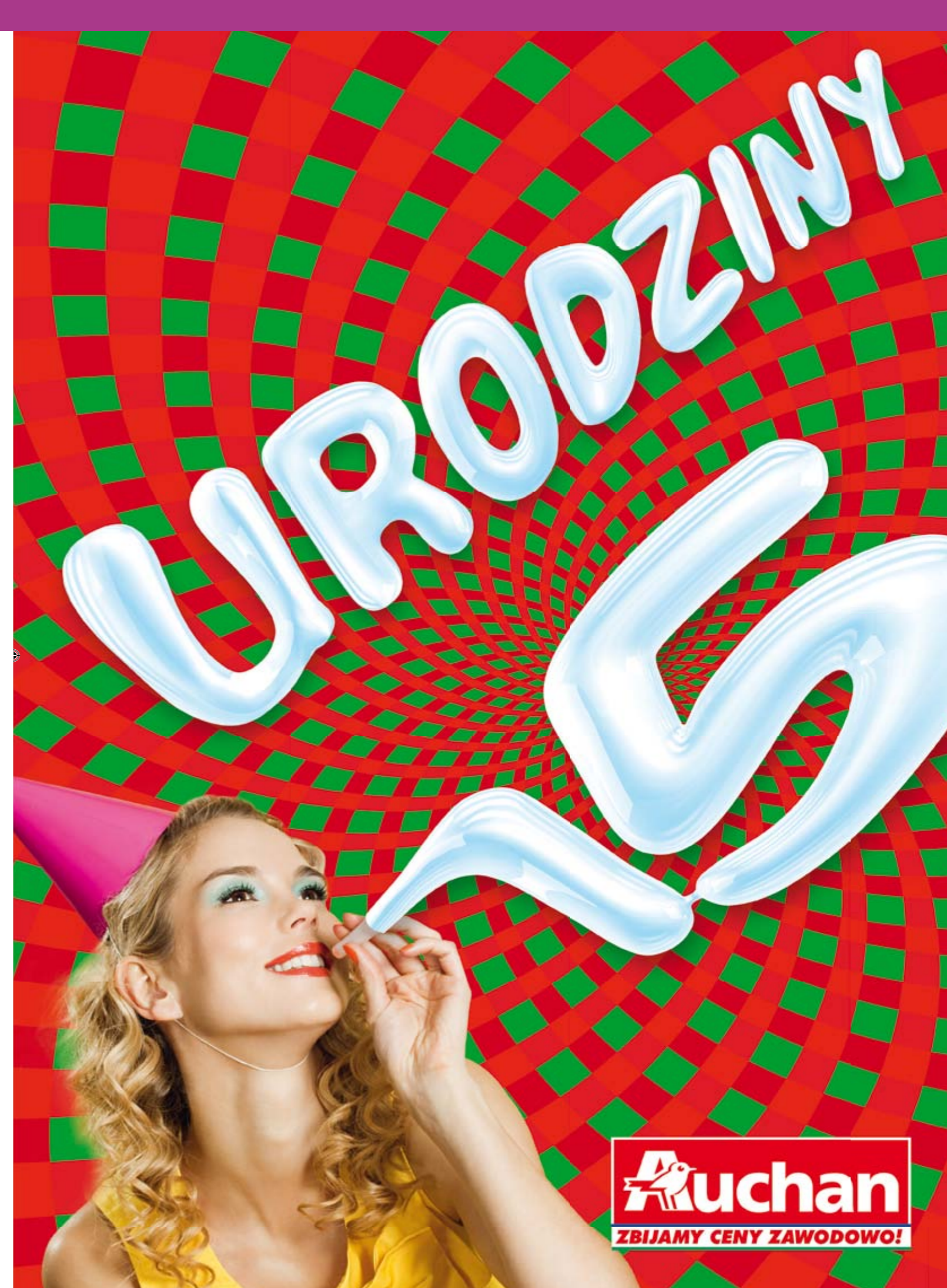


RAPORT ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU
AUCHAN POLSKA 2011

 **Auchan**

Spis treści

I. Wypowiedzi najwyższego kierownictwa	str. 4	V. RYNEK	str. 38
List Przewodniczącego Rady Nadzorczej Auchan Polska, Rosja i Ukraina List Dyrektora Generalnego Auchan Polska		Strategia i zarządzanie obszarem Auchan członkiem Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji Auchan - Superbrand 2011 Słuchanie klienta Badanie satysfakcji klienta Bezpieczeństwo w sklepie Dostępność oferty – AuchanDirect.pl Zasady współpracy z dostawcami Audyty dostawców W odpowiedzi na zapotrzebowanie rynku Jakość i bezpieczeństwo produktu W trosce o siłę nabywczą klienta Nasze wskaźniki	
II. Auchan na świecie i w Polsce	str. 6	VI. OTOCZENIE SPOŁECZNE	str.52
Wizja i misja Historia Branże Oferta produktowa Skala działalności Kluczowe wskaźniki biznesowe za rok 2011 Struktura operacyjna Auchan Polska Funkcja kontrolna		Strategia i zarządzanie Partnerzy Fundacja Auchan na rzecz młodzieży Jak pomagamy – dobre praktyki Dobrze jest pomagać – pracownicy o wolontariacie Wspólnie na rzecz potrzebujących – głos naszych Partnerów Auchan dobrym sąsiadem Nasze wskaźniki	
III. Zrównoważony rozwój	str. 12	VII. ŚRODOWISKO	str. 64
Zrównoważony rozwój w Auchan Wartości Auchan Strategia zrównoważonego rozwoju Jak rozumiemy zrównoważony rozwój Główni interesariusze Auchan Komunikacja Wpływ Global Compact i 10 zasada		Nasz wpływ i nasza odpowiedź Zarządzanie obszarem Pro-środowiskowe praktyki Odpowiedzialna produkcja i handel Edukacja i zachęcanie do ekologicznych postaw Nasze wskaźniki	
IV. MIEJSCE PRACY	str. 22	VIII. Ankieta ewaluacyjna	str. 76
Strategia i zarządzanie Pracownicy współwłaścicielami firmy Równość i różnorodność Dialog i dobre miejsce pracy Komunikacja wyników finansowych i udział w podejmowaniu decyzji Skuteczność operacyjna Pomoc w rozwiązywaniu problemów Bezpieczeństwo i higiena pracy Rozwój i awans Rozwijaj siebie przez działania na rzecz innych Nasze miary – Barometr Satysfakcji Staże pracy Nasze wskaźniki		IX. Tabela wskaźników zrównoważonego rozwoju Auchan Polska	str. 78
		X. Informacje o raporcie	str. 79



Szanowni Państwo!

Auchan to przedsiębiorstwo oparte na solidnych wartościach swojego założyciela Gerard'a Mulliez. Od 50 lat wartości te pozostają niezmiennie, a są nimi zaufanie, dzielenie się i postęp. Jak je rozumiemy w Auchan? Zaufanie do pracownika to delegowanie zadań i odpowiedzialności, stawianie sobie nowych, coraz śmielszych wyzwań i prawo do błędów. Zaufanie do klienta to przede wszystkim bezpieczeństwo i higiena żywności, nawiązywanie relacji, bliskość i dialog. Dzielenie się wiedzą poprzez szkolenia i skuteczną komunikację wewnętrzną z naszymi pracownikami, dzielenie się władzą poprzez powierzanie im coraz bardziej odpowiedzialnych zadań i dzielenie się wspólnie wypracowanym wynikiem w ramach partycypacji finansowej i akcjonariatu pracowniczego. Postęp rozumiemy jako rozwój indywidualny każdego pracownika wraz z rozwojem naszego przedsiębiorstwa.

W świecie biznesu pojawiają się coraz to nowe trendy, a jednym z nich od paru lat jest właśnie zrównoważony rozwój. W Auchan od 50 lat opieramy się na tych samych fundamentach, szkolimy i wpa-jamy naszym pracownikom etyczne postawy, działamy jako dobry sąsiad nawiązując pozytywne relacje z lokalnym otoczeniem naszych centrów handlowych. Dzisiaj nasze działania nazywamy zrównoważonym rozwojem. Oznacza to nadal działania zgodne z Kodeksem Handlowym Zakupów, który stanowi integralną część każdej umowy handlowej podpisywanej z Auchan. Od ponad 4 lat pracujemy nad Kodeksem Etycznym Współpracowników Auchan, prowadzimy warsztaty szkoleniowe z naszymi pracownikami. W 2012 rozpoczęliśmy proces budowania Wizji przedsiębiorstwa wspólnie ze wszystkimi współpracownikami. To są konkretne działania, za którymi stoją wskaźniki godzin szkoleniowych, wskaźniki zmniejszenia rotacji, absencji, poprawy warunków pracy.

Stopniowo staramy się wprowadzać rozwiązania pro-środowiskowe w naszych inwestycjach, dbamy o lokalną infrastrukturę budując lub modernizując drogi dojazdowe, zatrudniając lokalnie poprzez Urzędy Pracy. Jedno Centrum Handlowe Auchan to ponad 2000 nowych miejsc pracy, bezpośrednio i pośrednio. To też są konkretne działania na rzecz środowiska i lokalnej społeczności. To jest zrównoważony rozwój – budowa na peryferiach miast i rozwój przedmieść dużych aglomeracji, do którego Auchan się przyczynia.

Zachęcam Państwa do lektury Raportu naszych działań za rok 2011. Był to dla nas ważny rok, rok podwójnego Jubileuszu 50 lecia na świecie i 15 – lecia w Polsce. Otworzyliśmy nową branżę naszej działalności – AuchanDirect.pl, a Fundacja Auchan wsparła w Polsce do końca roku raportowania 2 projekty, do czerwca 2012 roku aż 8 nowych projektów, skierowanych do lokalnych społeczności.

Będziemy nadal iść drogą zaufania, dzielenia się i postępu. Trendy mogą się zmieniać, ale fundamenty, na których buduje się solidny dom – pozostają.

Z wyrazami szacunku

FRANCOIS COLOMBIÉ
Przewodniczący Rady Nadzorczej Auchan Polska, Rosja i Ukraina



Francois Colombié
Przewodniczący Rady Nadzorczej Auchan
Polska, Rosja i Ukraina

Szanowni Państwo!

Rok 2011 oznaczał dla nas kontynuację obranej przez Grupę Auchan drogi zrównoważonego rozwoju. Nasza polityka i strategia w tym obszarze jasno definiuje nasze cele.

Wierzimy, że zrównoważony rozwój zaczyna się w miejscu pracy, bowiem od jego jakości i zespołu Auchan zależy to, jaką firmą staniemy się w przyszłości. Naszym celem jest budowanie dobrego miejsca pracy, wspieranie rozwoju naszych współpracowników poprzez szkolenia, czy projekt mentoringu. W roku 2011 aż 88% pracowników Auchan było zadowolonych z pracy w naszej wspólnej – bowiem są oni akcjonariuszami Auchan – firmie. To powód do dumy dla nas i wyzwanie, aby każdy pracownik czuł się aktorem swojego miejsca pracy.

Zrównoważony rozwój to także sposób, w jaki budujemy relacje z naszymi partnerami biznesowymi – klientami i dostawcami. Fundamentem nieodmiennie jest etyka – 100% dostawców podpisało Kartę Etyki w roku 2011. To także nieustanne działania na rzecz zwiększania siły nabywczej naszych klientów i ciągłego dostosowywania naszej oferty do ich potrzeb, usprawniania sklepów, ulepszania obsługi klienta i komfortu robienia zakupów. Nasze działania zostały docenione przez klientów i ekspertów i w roku 2011 marka Auchan została zakwalifikowana do najsilniejszych marek na rynku polskim przez międzynarodową organizację The Superbrands Ltd.

W Auchan myślimy globalnie a działamy lokalnie - chcemy być firmą solidarną i dobrym sąsiadem. Dlatego w roku 2011 powołaliśmy Fundację Auchan na Rzecz Młodzieży i wraz z naszymi klientami zebraliśmy 20 ton żywności dla Banków Żywności. Działamy również z poszanowaniem naszego wspólnego dobra, którym jest środowisko. Poprzez szereg praktyk minimalizujemy negatywny wpływ na środowisko w całym łańcuchu wartości, budujemy pro-ekologiczne postawy u naszych pracowników, klientów i dostawców.

O konkretnych działaniach przeczytaj Państwo w niniejszym raporcie, który mam ogromną przyjemność złożyć na Państwa ręce. Ufam, iż stanie się on narzędziem dialogu i pogłębiania zrozumienia i zaufania pomiędzy firmą Auchan Polska oraz jej interesariuszami.

Z poważaniem,

MAREK SZEIB
Dyrektor Generalny Auchan Polska



Marek Szeib
Dyrektor Generalny Auchan Polska

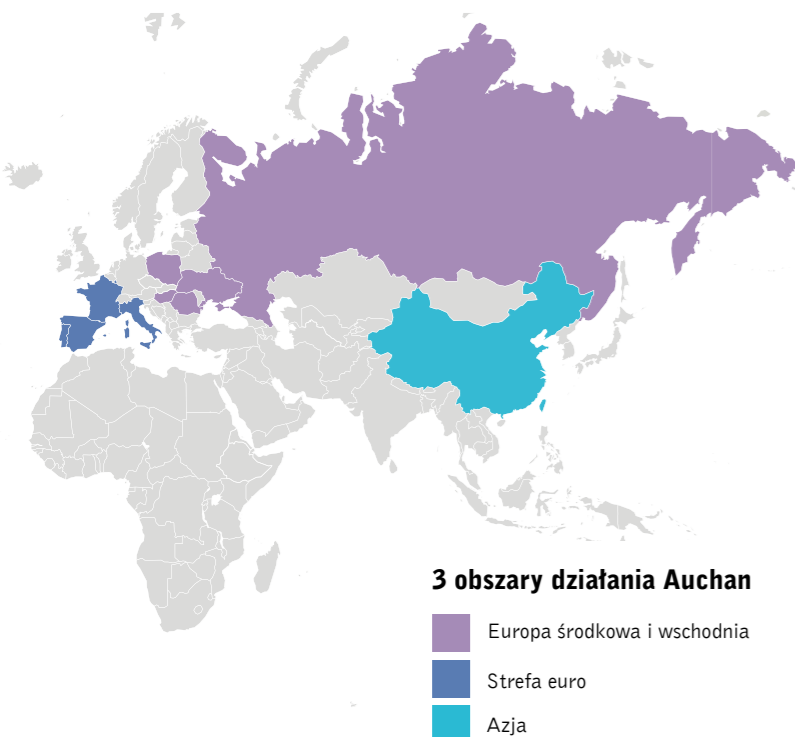


Auchan na świecie i w Polsce

Auchan to grupa o zasięgu międzynarodowym, działająca w **12 krajach** na świecie. Centra Handlowe Auchan znajdują się: we Francji, Włoszech, Hiszpanii, Portugalii, Polsce, na Węgrzech, w Rosji, Luksemburgu, Chinach, na Tajwanie oraz na Ukrainie i w Rumunii.

WIZJA. Zwiększanie siły nabywczej i podnoszenie jakości życia jak największej liczby klientów wraz ze współpracownikami, którzy są odpowiedzialni, profesjonalni, pracują z pasją i są szanowani.

MISJA. Celem działalności Auchan jest stworzenie i utrzymanie **najtańszej**, a zarazem trafnej i **dopasowanej** do każdego portfela oferty handlowej dla swoich klientów, poprzez oferowanie im towarów **najwyższej jakości**, w jak najniższych cenach.



Auchan jest grupą niezależną, nienotowaną na Giełdzie. Właścicielami Grupy Auchan są **Rodzina Mulliez** oraz, w ramach akcjonariatu pracowniczego, pracownicy firmy. **87,8%** akcji pozostaje w rękach pracowników Auchan w ramach akcjonariatu pracowniczego a 11,9% w rękach rodziny Mulliez¹. Spośród 269 tys pracowników Auchan na świecie, 192 tys jest akcjonariuszami firmy. W Polsce udziałowcami jest **87%** zatrudnionych.

Kalendarium Auchan Polska

- 1996** ● otwarcie pierwszego hipermarketu w Piasecznie pod Warszawą
- 1998** ● otwarcie centrum handlowego w Gdańsku i Auchan Modlińska w Warszawie
- 1999** ● otwarcie centrum handlowego w Sosnowcu
- 2000** ● otwarcie 4 hipermarketów: Mikołów, Poznań-Swadzim, Katowice i Białystok, wprowadzenie Akcjonariatu Pracowniczego
- 2001** ● kolejne centra handlowe powstają w Poznaniu - Komornikach, Płocku, Częstochowie, Bydgoszczy, Bielsku-Białej, Zielonej Górze (Schiever Polska) i Żorach, powstaje nowoczesne centrum logistyczne w Wolborzu, rozpoczyna swoją działalność platforma logistyczna dla owoców i warzyw w Grójcu, Bank Accord wprowadza kartę kredytową Auchan
- 2002** ● otwarcie największego w Polsce hipermarketu Auchan o pow. prawie 18 tys. m² w CH Wola Park w Warszawie, otwarcie centrum handlowego w Legnicy (Schiever Polska)
- 2003** ● otwarcie centrum handlowego we Wrocławiu, wprowadzenie programu lojalnościowego Skarbonka
- 2004** ● otwarcie centrum handlowego w Wałbrzychu (Schiever Polska)
- 2006** ● wprowadzenie dla klientów najtańszej Karty VISA Auchan
- 2007** ● otwarcie centrum handlowego w Raciborzu (Schiever Polska) oraz centrum handlowego Auchan koło Gdyni - Port Rumia
- 2008** ● otwarcie centrum handlowego Auchan Kołbaskowo pod Szczecinem oraz Auchan Hetmańska w Białymstoku
- 2009** ● otwarcie centrum handlowego Auchan Bonarka w Krakowie
- 2010** ● otwarcie centrum handlowego Auchan Gliwice
- 2011** ● wprowadzenie nowej karty Skarbonka MasterCard, 15 urodziny sieci Auchan w Polsce, uruchomienie sklepu internetowego www.AuchanDirect.pl

HISTORIA. Pierwszy sklep Auchan został otwarty w 1961 roku przez Gerarda Mulliez, na północy Francji, w miejscowości Roubaix. Nazwa firmy pochodzi od dzielnicy, w której otwarto sklep - Hauts Champs².

Pierwszy hipermarket w Polsce został otwarty w podwarszawskim Piasecznie.

BRANŻE W ramach marki Auchan, w Polsce firma prowadzi działalność w branży hipermarketów. Pozostałe marki działające w Polsce w ramach grupy Auchan to:

- **supermarkety Simply**
- **bank Accord**
- **zarządzanie galeriami handlowymi Immochan**
- **sprzedaż internetowa AuchanDirect.pl**

Niniejszy raport jest sporządzony dla marki hipermarketów Auchan.

OFERTA PRODUKTOWA. Hipermarkety Auchan oferują ponad 60 000 produktów, w podziale na produkty spożywcze (PGC³, PF⁴) i przemysłowe (np. tekstylia, RTV-AGD). W ofercie Auchan znajdują się międzynarodowe marki oraz towary polskich producentów. Ponadto firma oferuje następujące marki własne: **marka podniesionego kciuka** (towary ekonomiczne), **marka z logo Auchan** (benchmarkowane do artykułów lidera, lub o wyższej jakości), **produkty marki Bio** (certyfikowane produkty z ekologicznych upraw, zgodne z najnowszymi trendami żywieniowymi).

60 000	liczba oferowanych produktów
828	liczba produktów marki własnej z logo podniesionego kciuka
557	liczba produktów marki własnej z logo ptaka
15	liczba produktów marki BIO

Zawsze najtaniej!

Super jakość po korzystnej cenie!

To co natura ma najlepsze!

SKALA DZIAŁALNOŚCI. W roku 2011 - Auchan Polska posiadała **22 hipermarkety** oraz **50% udziałów** w zarządzanych przez firmę Schiever Polska 4 Centrach Handlowych, otwartych pod szyldem Auchan (Legnica, Wałbrzych, Racibórz i Zielona Góra). Największy hipermarket, Auchan Wola w Warszawie, miał powierzchnię prawie **18 tys. m²**.

Kluczowe wskaźniki biznesowe za 2011 rok	
6 550	przychód za 2011 rok
5	liczba branż
26	liczba hipermarketów

1. Firma nie prowadzi wyliczeń wskaźników na poziomie poszczególnych krajów.
2. Fonetycznie - osza
3. Produit de grande consommation (P.G.C.) - Fast Moving Consumer Goods FMCG.
4. produits frais - produkty spożywcze świeże

Władze firmy i zasady nadzoru

Zarząd Auchan kieruje działalnością operacyjną firmy, a jego członkowie sprawują pieczę nad jej poszczególnymi pionami. Dyrektorem Generalnym, a zarazem Prezesem Zarządu Auchan Polska jest Pan Marek Szeib.

Struktura operacyjna Auchan Polska



Funkcja kontrolna – poziom kraju: Rada Nadzorcza

Ciało kontrolne wspierające Zarząd Auchan Polska w jego pracy stanowi Rada Nadzorcza. Członkowie Rady Nadzorczej powoływani są przez przewodniczącego Rady Nadzorczej. Przewodniczącym Rady Nadzorczej jest pan Francois Clolombie. Rada Nadzorcza czuwa nad wprowadzaniem w życie wizji firmy oraz jej funkcjonowaniem w oparciu o wartości Auchan; wybór jej członków podyktowany jest osiągnięciem przez firmę najlepszych wyników.

W ramach sprawowanej przez siebie funkcji kontrolnej Rada Nadzorcza co miesiąc wysłuchuje sprawozdania z bieżącej działalności Zarządu. Równie istotną rolą tego ciała jest wspieranie Zarządu w określeniu optymalnych kierunków rozwoju strategicznego dla Auchan Polska.

Funkcja kontrolna – poziom Grupy: Zarząd i Komitet Wykonawczy Grupy Auchan

Funkcja kontrolna jest dodatkowo sprawowana na poziomie Grupy Auchan przez Zarząd Grupy oraz Komitet Wykonawczy. Oba ciała składają się z 8 członków. Zarząd określa strategiczne kierunki rozwoju i zapewnia ich wprowadzenie w życie przez Komitet Wykonawczy. W gestii każdego z członków Komitetu Wykonawczego jest inny obszar, związany z zarządzaniem spółki.

Poszczególne role członków Komitetu Wykonawczego to:

1. Przewodniczący Komitetu
2. Dyrektor Generalny Hipermarketów
3. Dyrektor ds. Planowania i Kontroli Finansowej
4. Dyrektor Generalny ds. Zasobów Ludzkich
5. Dyrektor Generalny Banku Accord
6. Dyrektor Generalny Immochan
7. Dyrektor Finansowy
8. Dyrektor Generalny Supermarketów

Organ nadzorczy w kwestiach etyki: Rada Etyki Auchan

Auchan Polska nie ogranicza się do powołanych wyżej mechanizmów kontrolno-doradczych. Istotą firmy i fundamentem, na którym buduje swoją przyszłość, są jej zasady. Dla zapewnienia, iż rozwój firmy będzie zawsze przebiegał w ich duchu, Auchan Polska powołała w 2005 r. dodatkowo Radę Etyki - organ nadzorczy i doradczy w kwestiach etyki.

Rada Etyki składa się ze stałych członków przedsiębiorstwa: są to przedstawiciele dyrekcji generalnej oraz sklepów i serwisów.

Skład Rady Etyki Auchan Polska:

1. Przewodniczący – Dyrektor Generalny
2. Dyrektor HR
3. Dyrektor Komunikacji i zrównoważonego rozwoju
4. Dyrektor ds. szkoleń
5. Przedstawiciel załogi – członek Forum Pracowniczego
6. Dyrektor sklepu
7. Manager personalny sklepu
8. Przedstawiciel Logistyki

Radę uzupełnia 2 ekspertów zewnętrznych: konsultant ds. rozwoju potencjału w Auchan oraz profesor Wojciech Gasparski – jeden z wiodących ekspertów etyki życia gospodarczego, dyrektor **Centrum Etyki Biznesu (CEBI)** prowadzonego wspólnie przez IFiS PAN oraz Akademię Leona Koźmińskiego w Warszawie. Do Rady zagadnienia mogą zgłaszać wszyscy pracownicy Auchan Polska.



Zrównoważony rozwój  Auchan

Wartości Auchan

Z tych zasad, które stały się elementami DNA firmy, wynika strategia zrównoważonego rozwoju, stanowiąca integralną część biznesowej strategii firmy.

Zrównoważony rozwój Auchan

Zrównoważony rozwój to dla nas **długoterminowa perspektywa**, w której patrzymy na Auchan - chcemy być z Wami za pięć, dziesięć, piętnaście lat i więcej, chcemy być preferowanym sklepem Waszych dzieci. Zrównoważony rozwój to także **gospodarskie podejście**, które leży u podstawy naszych działań i świadomość, że zasoby naturalne, z których korzystamy dziś, muszą służyć kolejnym pokoleniom, na każdym z nas zatem spoczywa odpowiedzialność za to, by było to możliwe. To również poczucie, że każde działanie, które podejmujemy **wpływa** na to, jaką firmą będziemy jutro i jasna wizja tego, jaką firmą chcemy być. To wreszcie sposób, w jaki budujemy **relacje** z naszymi partnerami społecznymi i **wartości**, na których je opieramy.

Podstawowymi wartościami, na których grupa Auchan opiera swoje działania są: **zaufanie**, **dzielenie się** i **postęp**. Do tych wartości, które funkcjonują od zarania Auchan, czyli od ponad 50 lat, pracownicy Auchan Polska dodali dodatkowe trzy, które w ich odczuciu stanowią i powinny stanowić nieodłączną część kodu genetycznego firmy: **szacunek**, **odpowiedzialność** i **uczciwość**. W Auchan wierzymy, że **odpowiedzialny biznes, to dobry biznes**. I że stabilną przyszłość można budować jedynie na drodze zrównoważonego rozwoju.



Jak rozumiemy zrównoważony rozwój



zaufanie

- etyczny sposób prowadzenia działalności
- budowanie relacji z partnerami społecznymi
- przejrzystość działań i motywacji

dzielenie się

- dzielenie się wiedzą, uczenie od siebie nawzajem
- dzielenie się z pracownikami wspólnie wypracowanym zyskiem
- wspieranie organizacji, które pomagają dzieciom

postęp

- ciągle doskonalenie się Auchan jako organizacji
- rozwój pracowników Auchan poprzez szkolenia i współdziałanie

szacunek

- podstawa relacji między pracownikami firmy oraz firmy z jej otoczeniem
- poszanowanie praw człowieka
- otwartość i akceptowanie różnorodności
- uwzględnianie oczekiwań partnerów społecznych

odpowiedzialność

- poczucie odpowiedzialności za pracowników, otoczenie społeczne
- świadomość konsekwencji naszych działań i ich wpływu na innych

uczciwość

- przestrzeganie norm i litery prawa
- dotrzymanie zobowiązań
- partnerskie traktowanie



przedsiębiorstwa, jest jedna wizja przedsiębiorstwa, jedna strategia i ona musi być spójna.

Marek Szeib - Dyrektor Generalny Auchan Polska



zasady, co do której chcielibyśmy, aby stała się prawem powszechnym.

Małgorzata Lenarczyk-Brachet - Dyrektor Prawny



Wartości ludzkie w Auchan są od zarania. Do Auchan w Polsce CSR przyszedł z Francji, która ponad 9 lat temu zaczęła od pracy nad etyką wewnątrz przedsiębiorstwa. Ewoluuowała ona w stronę społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). My tego nie nazywamy społeczną odpowiedzialnością tylko zrównoważonym rozwojem.

Dorota Patejko - Dyrektor ds. Komunikacji



W zasobach ludzkich pracujemy w ramach polityki zrównoważonego rozwoju od prawie 10 lat. Oznacza to dla nas transparentne kryteria zatrudnienia, różnorodność w miejscu pracy, integrację, dialog, cykliczną i sprawiedliwą ocenę oraz permanentny rozwój naszych ekip. Zrównoważony rozwój, to integracja niepełnosprawnych, to bezpieczne miejsce pracy, to równe traktowanie mężczyzn i kobiet.

Elżbieta Siemicka - Dyrektor ds. Zasobów Ludzkich



Firma inwestuje w pro-ekologiczne technologie, buduje pro-środowiskowe postawy.

Artur Zawieska - Dyrektor ds. Eksploatacji i Dyrektor Techniczny odpowiedzialny za inwestycje w Auchan



ale chcemy być liderem tam gdzie jesteśmy obecni dzięki ludziom i lokalnemu odpowiedzialnemu podejściu do biznesu.

Andrzej Życzkowski - Dyrektor ds. Rekrutacji i Szkoleń w Auchan

Strategia zrównoważonego rozwoju

Grupa Auchan zdefiniowała strategię zrównoważonego rozwoju w czterech obszarach, dla każdego z obszarów został wypracowany kierunek strategiczny, ten zaś realizowany jest przez szereg działań.



obszar: miejsce pracy

kierunek strategiczny: stworzyć dobre miejsce pracy, być szkołą sukcesu dla pracowników



obszar: rynek

kierunek strategiczny: budować przejrzyste i uczciwe relacje z partnerami biznesowymi - rozumianymi jako dostawca i klient



obszar: otoczenie społeczne

kierunek strategiczny: być firmą solidarną, poprzez wsparcie grup, znajdujących się w trudnej sytuacji wykluczenia – specyficzna polityka nastawiona na pomoc dzieciom, być dobrym sąsiadem poprzez zaangażowanie na rzecz naszych społeczności lokalnych



obszar: środowisko

kierunek strategiczny: zmniejszać negatywny wpływ na środowisko w całym łańcuchu wartości, wzmacniać pozytywny

MIEJSCE PRACY

działania:

- równe szanse w zatrudnieniu i karierze niezależnie od płci, koloru skóry, wieku, języka, wyznania, poglądów politycznych, narodowości itd.
- jednakowe dla wszystkich, jasno określone prawa i obowiązki
- rozwój pracowników poprzez system szkoleń, mentoringu i stworzenie ścieżek rozwoju zawodowego
- edukacja CSR: ekologiczna, połączona z zachęcaniem do pro-ekologicznych postaw, w zakresie etycznego biznesu, przeciwdziałania korupcji
- dialog z pracownikami i ich udział w procesie podejmowania decyzji
- mechanizm zgłaszania potencjalnych problemów dotyczących jakiegokolwiek aspektu jakości miejsca pracy
- dbałość o bezpieczeństwo miejsca pracy (BHP)
- troska o równowagę pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym – system informatyczny, zapewniający prawidłowe planowanie czasu wolnego
- dzielenie się z pracownikami informacjami o wynikach finansowych firmy i ich uczestnictwo w podejmowaniu decyzji dotyczących firmy
- dzielenie się z pracownikami wypracowanym zyskiem poprzez program akcjonariatu pracowniczego

RYNEK

działania:

- uczciwe i przejrzyste traktowanie partnerów biznesowych
- wspieranie małych i średnich przedsiębiorstw, promowanie wyrobów lokalnych
- oferowanie preferencyjnych warunków firmom zatrudniającym osoby niepełnosprawne
- wspieranie uczciwego handlu i przeciwdziałanie korupcji poprzez podpisywane wspólnie z partnerami Kodeks Etyki i Kartę Etyki, członkostwo w POHiD i przestrzeganie wynikających z nich zasad
- edukacja klientów i dostawców w zakresie ochrony środowiska, zachęcanie ich do ekologicznych postaw
- przeprowadzanie audytów społecznych oraz audytów higieny u dostawców
- rozwijanie produktów marki własnej z logo podniesionego kciuka i gamy artykułów bio, rozwijanie klasy energooszczędnej sprzętu w ofercie sprzętu chłodniczego
- uczciwa komunikacja marketingowa
- dialog z klientami, badanie ich potrzeb i ciągłe dopasowywanie oferty do nich

OTOCZENIE SPOŁECZNE

działania:

- lokalizacja marketów na obrzeżach miast
- oferowanie zatrudnienia dla lokalnych mieszkańców
- rozwój lokalnej infrastruktury
- tworzenie obszarów zielonych
- współpraca z lokalnymi organizacjami i mieszkańcami
- dialog z lokalnymi społecznościami oraz wspólnie realizowane projekty
- wsparcie lokalnych szkół, domów dziecka, hospicjów



ŚRODOWISKO

działania:

- stosowanie pro-ekologicznych technologii w centrach handlowych Auchan
- zmniejszenie konsumpcji energii elektrycznej, wody, ograniczenie emisji CO₂
- ograniczenie zużycia papieru
- ograniczenie dystrybucji toreb kasowych
- uwrażliwianie partnerów społecznych na kwestie środowiskowe, zachęcanie do zmiany postaw
- zachęcanie dostawców do stosowania przyjaznych środowisku technologii i tworzyw, aby była maksymalnie zredukowana ilość surowców i energii zarówno do ich wytworzenia, jak i utylizacji
- odpowiedzialne zakupy – świadome wykorzystanie zasobów wód, ochrona zagrożonych gatunków
- rozwój klasy energooszczędnej sprzętu chłodniczego w ofercie Auchan
- rozwijanie kategorii produktów BIO i EKO
- segregowanie i odzysk odpadów we współpracy z profesjonalną organizacją odzysku - Rekopol

Główni interesariusze Auchan

W strategii zrównoważonego rozwoju Auchan zdefiniowaliśmy głównych interesariuszy (partnerów społecznych) firmy, czyli tych, na których nasza działalność wpływa w największym stopniu i którzy - z drugiej strony - w największym stopniu wpływają na nas.

Jako firma rodzinna lubimy myśleć o takiej analogii – nasi główni interesariusze to nasza najbliższa rodzina - to ci, z którymi widzimy się najczęściej, z którymi najczęściej rozmawiamy i którzy najbardziej interesują się tym, co u nas słychać. To wreszcie ci, dla których się rozwijamy i zmieniamy i z którymi chcemy budować przyszłość.



I zupełnie jak w rodzinie, podstawą budowania relacji są: **partnerskie traktowanie, uczciwość, wzajemny szacunek i zaufanie**. Te zaś, niemożliwe są bez rozmowy. Bo tylko rozmawiając można dowiedzieć się o tym, co dla drugiej strony istotne, zrozumieć jej pragnienia i oczekiwania, uspokoić obawy. Tylko rozmawiając możemy zrozumieć, kim powinniśmy być dla naszych interesariuszy dziś i jaką firmą mamy dla was być w przyszłości.

Główni interesariusze Auchan Polska

1	pracownicy
2	klienci
3	dostawcy
4	otoczenie społeczne
5	środowisko (jako coś, istotnego dla całej naszej rodziny)



Z naszymi interesariuszami prowadzimy dialog z wykorzystaniem następujących form:

PRACOWNICY: regularnie prowadzone spotkania pracowników na różnych poziomach (z senior managerami, z dyrektorami sklepów, na poziomie wszystkich przedstawicieli sklepów), e-maile, gazetka wewnętrzna Agora, filmy na temat ważnych wydarzeń w Grupie Auchan (Mag Auchan), newsletter, tablice ogłoszeń, badanie satysfakcji i zaangażowania pracowników, dialog z przedstawicielami pracowników (Rada, Związki Zawodowe)

KLIENCI: barometr satysfakcji klientów, strona internetowa Auchan, newsletter, skrzynka kontaktowa na stronach WWW, raport zrównoważonego rozwoju, portal społecznościowy Facebook, Gazetki Auchan

DOSTAWCY: bieżąca komunikacja e-mailowa, spotkania, szkolenia, strona internetowa, raport zrównoważonego rozwoju, skrzynka kontaktowa na stronach WWW

OTOCZENIE SPOŁECZNE: happeningi i spotkania w sklepach, akcje na rzecz społeczności lokalnych, współpraca z organizacjami społecznymi, raport społecznej odpowiedzialności biznesu, komunikacja w sklepach (plakaty i ulotki związane z akcjami pomocy i innymi formami realizowania misji Auchan), strona WWW.

Więcej o dobrych praktykach dialogu w Auchan przeczytaj Państwo w sekcjach raportu poświęconych **miejscu pracy** (str. 22), **rynkowi** (str. 38), **otoczeniu społecznemu** (str. 52), i **środowisku** (str. 64).



Wpływ

Odpowiedzialne prowadzenie biznesu oznacza, że w swojej działalności firma myśli o wpływie organizacji na pracowników, partnerów biznesowych, otoczenie społeczne i środowisko. W Auchan jesteśmy świadomi tego wpływu i dążymy do tego by był pozytywny.

Mamy jednak świadomość i negatywnego wpływu, który jest nieodłączną częścią prowadzenia działalności biznesowej. Zaczyna się on na etapie zakupu surowców i wyrobów, poprzez produkcję, transport i logistykę, przechowywanie, sprzedaż, konsumpcję oraz utylizację.

Podjęliśmy starania by **maksymalizować pozytywny wpływ i minimalizować negatywny** na każdym etapie łańcucha wartości poprzez zintegrowaną ze strategią Auchan strategię zrównoważonego rozwoju, znajdującą odzwierciedlenie w procedurach i praktykach firmy.

Więcej o tym, jak rozumiemy nasz wpływ i jakie działania podejmujemy by był on pozytywny przeczytaj Państwo w rozdziałach raportu poświęconych miejscu pracy, rynkowi, otoczeniu społecznemu i środowisku.



Jednak w swoim myśleniu o wpływie i pracy nad tym, by był on pozytywny, nie ograniczyliśmy się do Auchan i naszych partnerów – chcemy dzielić się z innymi naszymi doświadczeniami i dobrymi praktykami w zakresie zrównoważonego prowadzenia biznesu. W roku 2011 firma Auchan Polska wzięła udział w projekcie **CSR IMPACT** (z ang. wpływ), zajmującym się kwestią wpływu wprowadzenia i realizowania przez firmy strategii zrównoważonego rozwoju na realizację głównych celów Unii Europejskiej takich jak wzrost konkurencyjności i rozwój, jakość miejsc pracy i ochrona środowiska.

CSR IMPACT to **największy dotychczasowy projekt badawczy Unii Europejskiej** w obszarze zrównoważonego rozwoju, finansowany przez **Dyrekcję Komisji Europejskiej ds. Badań Innowacji**, prowadzony przez trzy lata (03.2010 – 03.2013) przez szesnaście renomowanych ośrodków badawczych starej i nowej Europy. W rezultacie projektu mają powstać rekomendacje i podręcznik do oceny i rozwoju wpływu CSR oraz szereg naukowych publikacji.

Z każdego kraju Unii do badania zaproszono kilka firm, Auchan Polska była jedną z nich. Było to dla nas duże wyróżnienie, cieszyliśmy się wysoką oceną naszych działań na niwie zrównoważonego rozwoju. Były to także radość i satysfakcja, płynące z faktu, że udział w badaniu **wzmocnił pozytywny wpływ Auchan Polska**, oraz rozszerzył jego zasięg na całą Europę.



Do programu IMPACT wybrano kilkanaście przedsiębiorstw na rynku europejskim, w których CSR rozwija się organicznie. W Polsce najlepszym przykładem takiej firmy jest Auchan, gdzie strategia CSR nie jest narzucona lub wymuszona, lecz jest naturalnym efektem trwającego od lat wewnętrznego procesu uzgadniania zasad postępowania między właścicielami, zarządem, pracownikami wszystkich szczebli i innymi interesariuszami, prowadzącego do pełnego zaangażowania. Mamy nadzieję, że właśnie dzięki Auchan będzie można lepiej zrozumieć proces dojrzewania społecznej odpowiedzialności w kontekście maksymalizowania pozytywnego wpływu.

Dr Bolesław Rok

Centrum Etyki Biznesu, Akademia Leona Koźmińskiego

Działamy na rzecz zrównoważonego rozwoju ludzkiego i ekonomicznego
– Vianney Mulliez Prezes Grupy Auchan



Zrównoważony rozwój - zobowiązanie Auchan

Fundamentem funkcjonowania firmy jest etyka, która jest absolutnym wymogiem zarówno w stosunku do pracowników jak i dostawców. W określeniu ram tego co etyczne pomocne są następujące dokumenty:

- Kodeks Etyczny Współpracowników Auchan Polska** – wynik dwuletniej pracy warsztatowej różnych grup pracy, na różnych poziomach hierarchicznych firmy przy współpracy z Radą Etyki Auchan.
- Międzynarodowa Karta Etyki Dostawców Auchan** – regulująca zasady współpracy pomiędzy Auchan i jej partnerami na poziomie Grupy.
- Karta Etyki Zakupów Auchan Polska** – podpisywana przez każdego dostawcę wraz z kontraktem handlowym od 1996 roku.

Global Compact

W roku 2011 firma Auchan zarówno na poziomie grupy jak i w Polsce, podjęła decyzję o przystąpieniu do światowego Paktu ONZ - **Global Compact** - największej inicjatywy na rzecz etycznego biznesu i zrównoważonego rozwoju na świecie.

Tym samym firma zobowiązała się do przyjęcia i przestrzegania we wszystkich sferach prowadzonej działalności dziesięciu fundamentalnych zasad z zakresu **ochrony praw człowieka, jakości miejsc pracy, ochrony środowiska i przeciwdziałania korupcji** oraz raportowania swoich dokonań na niwie zrównoważonego rozwoju.

Pierwszy raport Communication on Progress za rok 2011 można znaleźć na stronie: <http://www.unglobalcompact.org/COPs/detail/15711>



PRZESTRZEGANIE 10 ZASADY GLOBAL COMPACT:

Światowy kryzys udowodnił jak istotna jest transparentność prowadzenia biznesu i jak tragiczne mogą być skutki jej braku. W tym kontekście, dla bezpieczeństwa ekonomicznego światowych gospodarek niezwykłej wagi nabiera 10 zasada Global Compact (przeciwdziałanie korupcji). Jako sygnatariusz Global Compact wprowadziliśmy szereg mechanizmów, mających zapewnić jej przestrzeganie.

Wewnętrznie

W Auchan obowiązuje zasada uczciwości i przejrzystości. Uprawnieni do podejmowania decyzji współpracownicy, podejmują je wykorzystując swoją najlepszą wiedzę i umiejętności, w celu zabezpieczenia interesów przedsiębiorstwa. Kodeks Etyczny firmy precyzyjnie definiuje konflikt interesów, przyjmowanie i oferowanie korzyści materialnych i określa zasady postępowania w niejasnych sytuacjach. Zgodnie z procedurą, pracownicy są zobowiązani zgłaszać naruszenia zasady 10 Global Compact swojemu przełożonemu, sporządzając notatkę służbową z zajścia. Z przełożonym mogą również omawiać wątpliwe czy niejasne sytuacje. Ostateczną instancją rozstrzygającą kwestie etyczne (w tym dotyczące przeciwdziałania korupcji) jest Zarząd firmy oraz Rada Etyki. Dodatkowo został wdrożony **system anonimowego zgłaszania pytań, problemów i wniosków** na forum z dyrektorem oraz przez skrzynki na zgłoszenia, zlokalizowane we wszystkich sklepach.

Zewnętrznie

Auchan stawia sobie za cel, aby nie utrzymywać relacji handlowych z partnerami biznesowymi i klientami, którzy naruszają 10. zasadę Global Compact. Postawą współpracy z dostawcami jest **Karta Etyki Zakupów**, którą reprezentujący Auchan kupiec omawia przy podpisywaniu kontraktu. Partnerzy biznesowi Auchan i dostawcy są proszeni o przestrzeganie dziesiętej zasady i zobowiązują się do tego podpisując **Kodeks Etyczny Współpracowników Auchan Polska** oraz **Kartę Etyki Dostawców**.

O tym jak wprowadzamy w życie pozostałe zasady przeczytaj Państwo w dalszej części raportu



Auchan i Miejsce pracy

Stworzyć dobre miejsce pracy.
być szkołą sukcesu dla wszystkich
współpracowników.

W Auchan wierzymy, że odpowiedzialność zaczyna się w miejscu pracy i że podstawą sukcesu każdej firmy jest zaangażowanie pracujących w niej ludzi. Zaangażowanie zaś można osiągnąć jedynie stworzywszy dobre miejsce pracy. Dobre, czyli takie, w którym pracownicy są traktowani z szacunkiem, w którym czują się bezpiecznie, gdzie istnieją jasne zasady – obowiązujące wszystkich bez wyjątku, wreszcie takie, w którym mogą się uczyć i rozwijać.

Strategia i zarządzanie

Formalnie i w sensie organizacyjnym zarządzanie obszarem miejsca pracy i troska o rozwój pracowników firmy pozostają w kompetencjach Działu Zasobów Ludzkich. Niemniej odpowiedzialność za przestrzeganie wartości i obowiązujących zasad oraz budowanie dobrego miejsca pracy jest wspólną troską każdego członka zespołu Auchan, szczególnie zaś spoczywa na kadrze menedżerskiej, jednym z zadań której, jest piecza nad ich przestrzeganiem w podległych im ekipach.

Kluczowym dokumentem regulującym ten obszar jest **Polityka Zarządzania Zasobami Ludzkimi**. Kolejnym istotnym dokumentem w tym obszarze jest **Regulamin Pracy Auchan Polska**, zawierający takie zapisy jak: obowiązki pracodawcy i pracownika, zapisy na temat praw człowieka, ochrony mienia, czasu pracy, regulujące kwestie obecności w pracy, ochrony pracy kobiet i młodocianych, zasady wypłaty wynagrodzenia, bezpieczeństwa i higieny pracy, itd.

W roku 2010, w wyniku dwuletniej pracy warsztatowej różnych grup pracy Auchan na różnych poziomach hierarchicznych organizacji, powstał **Kodeks Etyczny Współpracowników Auchan Polska**. Prace nad dokumentem były prowadzone przy współpracy i doradztwie Rady Etyki. Kodeks etyczny jest drogowskazem dla pracowników Auchan, określa on wartości, jakimi kierujemy się w przedsiębiorstwie, a także zachowania i postawy zgodne z duchem firmy, których przestrzegać powinni wszyscy pracownicy.

Wprowadzenie Kodeksu Etycznego w przedsiębiorstwie wiązało się z przeprowadzeniem szkoleń warsztatowych dla wszystkich pracowników. Jest to również jeden z dokumentów, otrzymywanych przez każdego z nowozatrudnionych pracowników Auchan. Dodatkowo, by ułatwić adaptację swoim nowym pracownikom i pomóc im poznać i zrozumieć firmę, w Auchan stworzyliśmy specjalny program szkolenia wstępnego pt. „Integracja” oraz podręcznik pracowniczy **ABC Pracownika**. Jest to dokument, który w przejrzysty sposób określa prawa i obowiązki pracownicze, wraz z obowiązującymi w firmie zasadami.

*różnorodność i równość
+ bezpieczeństwo
+ jasne zasady
+ dialog
+ akcjonariat
+ szkolenia
+ rozwój
= Auchan*

Pracownicy współwłaścicielami firmy



W ramach wprowadzonego w 2000 roku w Auchan Polska programu **Akcyjności Pracowniczej**, pracownicy firmy są jej współwłaścicielami. W roku 2011 wprowadzona została dodatkowo **partycypacja pracowników w wynikach przedsiębiorstwa**. Rozdystrybuowane wśród pracowników kwoty służą do nabycia akcji w ramach pracowniczego programu akcyjności. Z okazji jubileuszu 50-lecia Grupy Auchan (6 lipca 2011) – przeprowadzono emisję specjalnych akcji jubileuszowych. **Uczestnictwo w programie akcyjności pracowniczego corocznie wynosi około 90%**. To znak stabilności przedsiębiorstwa, zaufania do firmy i wiary w akcyjność pracowniczą.

Program akcyjności pracowniczej oparty jest na solidnej edukacji ekonomicznej pracowników: uczestniczą oni w warsztatowych szkoleniach z zakresu ekonomii przedsiębiorstwa, uczą się podstawowych pojęć ekonomicznych. Dodatkowo czerpią wiedzę z wydawanej dla nich **Gazetki Akcyjności - Valauchan**, która objaśnia podstawowe rynkowe mechanizmy, tłumaczy pojęcia, a także informuje o wynikach Grupy Auchan na świecie. W okresie subskrypcji prowadzone są szkolenia z filozofii akcyjności, podana bieżąca informacja o wartości akcji wraz z komentarzem ekspertów. Ponadto, komunikacja z zainteresowanymi pracownikami prowadzona jest także za pomocą **Przewodnika Akcyjności**, plakatów i ulotek.

Akcyjność firmy wybierają swoich Przedstawicieli w wyborach powszechnych (po dwóch na każdą lokalizację), którzy wchodzi w skład Rady Nadzorczej Valauchan Polska. Raz w miesiącu, podczas posiedzeń Rady, są oni informowani o bieżących wynikach spółki, prowadzonych przez firmę projektach, czy akcjach handlowych.



Investycja w akcje pracownicze pozwala zagwarantować bezpieczeństwo finansowe na okres emerytury. W dzisiejszych czasach to niezwykle ważne, by inwestycja była bezpieczna i gwarantowała wzrost. Dzięki Valauchan, mam nadzieję, że zrealizuję swoje marzenia, ...od zawsze marzyłam o podróżach. Pracownicy sprzedają akcje w ważnych momentach życia, w których potrzebne są im dodatkowe środki finansowe, najczęściej z powodu zakupu nieruchomości czy narodzin dziecka.

Bożena Kondeja
- Pracownik Sektora Kas W Auchan Rumia

WYNIKI ROCZNE GRUPY AUCHAN
Napięte wyniki działalności operacyjnej w 2011 r.

RACHUNEK WYNIKÓW		Zmiana w stosunku do 2010 r.	
	W mln euro		
Przychody netto	44 373		+4,4%
EBITDA*	2 375		+0,3%
Wynik operacyjny	1 337		+8,5%
Wynik operacyjny	1 447		+15,5%
Wynik netto - udział Grupy	857		+14,9%
Wynik netto - udział Grupy	810		

Valauchan gazetka akcyjności Grupy Auchan 157 01 2012

WYNIKI ZA 2011 ROK

WSKAŹNIK PARTYCYPACJI

Przewodnik Akcyjności
Nasza inwestycja w przyszłość

Auchan i Miejsce pracy 25

Równość i różnorodność



Fundamentem funkcjonowania firmy jest równe traktowanie każdego z pracowników, niezależnie od płci, koloru skóry, wieku, języka, wyznania, poglądów politycznych, narodowości itd. (Kodeks Etyczny Współpracowników Auchan, strona 5, akapit 2.1).

W Regulaminie (par. 8, pkt. 12) znajdują się zapisy dotyczące przeciwdziałania dyskryminacji ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wyznanie, orientację seksualną, a także ze względu na zatrudnienie na czas określony czy nieokreślony albo w pełnym lub niepełnym wymiarze czasu pracy.

Dla promowania równości i różnorodności w Auchan wdrożyliśmy program wyrównywania szans - „Równe szanse w zatrudnieniu”, zgodnie z którym, sklepy są zachęcane do zatrudniania osób niepełnosprawnych i osób w wieku 50+, często znajdujących się w trudnej sytuacji wykluczenia na rynku pracy.

Osoby niepełnosprawne

Osoby niepełnosprawne są zatrudniane w Auchan od 13 lat. Początkowo była to grupa nieliczna, głównie z dysfunkcjami ruchowymi. Obecnie Auchan zatrudnia osoby głuchonieme oraz o niewielkim stopniu upośledzenia psychicznego i mentalnego. W 2011 roku w przedsiębiorstwie pracowało ponad 300 osób o różnym stopniu niepełnosprawności.



Auchan jest jedną z nielicznych firm, gdzie ludzi niepełnosprawnych nie ukrywa się na zapleczu! Są oni pełnoprawnymi pracownikami, których firma się nie wstydzi. Bardzo często bywa tak, że klient spozstrzega to dopiero, gdy zauważy plaketkę „wagę obsługuje osoba niesłysząca”. To nie tylko pomoc osobom poszkodowanym przez los, ale w pewnym stopniu również edukacja społeczeństwa, gdzie nader często osoby niepełnosprawne postrzegane są jako „gorsze”.

Artur Kaczmarek - Klient

Zatrudnienie osób niepełnosprawnych zostało poprzedzone działaniami zmierzającymi ku stworzeniu dla nich optymalnych warunków, jak również przygotowaniu środowiska wewnętrznego firmy do współpracy z nowymi kolegami oraz efektywnego komunikowania się z nimi. Przeprowadzono szereg szkoleń, rozpoczynając od szkoleń dla menadżerów. W zakresie szkoleń w tym obszarze firma współpracowała z przedsiębiorstwem ekonomii społecznej ABA Service. Szkolenia obejmowały zagadnienia psychologii. Zajęcia z języka migowego prowadzone były przez ekspertów z Polskiego Związku Głuchych oraz przez pracowników, których członkowie rodzin są osobami głuchoniemymi.



50+

W Auchan zatrudniane są także osoby powyżej 50 roku życia, np. w sklepie na Modlińskiej pracuje ponad 30% osób w wieku 50+. Często wracają z emerytury, by pracować w Auchan. Ogółem w Auchan zatrudniamy 1300 osób powyżej 50 roku życia, 100 osób z tej grupy zostało zatrudnionych w roku 2011.



Pracę w Auchan rozpoczęłam w 1989 r. będąc już wtedy w grupie osób 40+. Od początku uczestniczyłam w zaplanowanym cyklu szkoleń, które ułatwiały mi integrację z Firmą i były procesem trwającym nieprzerwanie i ściśle powiązanych z moim rozwojem zawodowym. Już w pierwszym roku pracy zostałam Instruktorem w zawodzie, od 2009 r. awansowałam na stanowisko Managera. Dzisiaj jestem w grupie pracowników 55+ i wciąż mam wiele możliwości rozwoju w Firmie.

Ewa Makarewicz
- Manager dz. Nabiał, Tłuszcze



Pracuję w Auchan od 1989 r. Moja praca oparta jest na kontakcie z ludźmi, co stanowi duże wyzwanie, ale daje też ogromną satysfakcję. Pracuję w młodym zespole, w którym nie ma rywalizacji, a który daje mi energię do działania. W wieku 55+ czuję się na tyle młoda, aby nie bać się nowych wyzwań i równocześnie na tyle doświadczona, żeby im sprostać.

Marianna Bieńko - Pracownik Punktu Obsługi Klienta w sektorze Kas, Instruktorka Przyjęcia Klienta.



W kwietniu rozpoczęłam 15 rok mojej pracy w Auchan. Biorąc pod uwagę niełatwy rynek pracy dla osób po 45 roku życia, nie liczyłam na długie zatrudnienie w Firmie. Dzisiaj, patrząc z perspektywy czasu, cieszę się, że postawiłam właśnie na Auchan.

Grażyna Barcik - Pracownik działu Tekstylii, Instruktorka zawodu, od 2000 r. członek Komitetu Valauchan

Zatrudnianie młodych

Eksperti problematyki zatrudnienia zgodnie twierdzą, iż największymi ofiarami kryzysu są ludzie młodzi. Zgodnie z danymi GUS bezrobocie wśród absolwentów szkół wyższych wzrosło w roku 2010 o 44%, niemal 1/3 osób pozostających bez pracy to ludzie w wieku do 27 roku życia.

By ułatwić młodym ludziom start w dorosłe życie firma Auchan wdrożyła **program stażowy**. Program adresowany jest do studentów ostatniego roku studiów magisterskich oraz absolwentów. Jest on realizowany we współpracy z biurami karier uczelni wyższych. Dodatkowo niemal każdy ze sklepów współpracuje ze szkołami zawodowymi. Komunikacja programu prowadzona była również przez ogłoszenia rekrutacyjne w prasie (Metro) oraz Internecie (portale pracy: praca.pl, pracuj.pl), jak również poprzez stronę WWW każdego ze sklepów.



Auchan POLSKA

Auchan to koncern handlowy o międzynarodowym zasięgu. Grupa obecna jest w 12 krajach świata, zatrudnia 243 tysiące współpracowników w 150 różnych zawodach. W Polsce jesteśmy już od 15 lat i obecnie zatrudniamy ponad 10 tysięcy pracowników.

STAŻ ABSOLWENCKI

Program Stażowy został przygotowany z myślą o **Studentach ostatniego roku studiów magisterskich i ich Absolwentach**. W czasie stażu poznasz firmę i branżę wielkiej dystrybucji. To może być Twój początek przygody z Auchan. Staż trwa **3 miesiące** i możesz go odbyć w **dowolnym okresie roku**. Masz możliwość ubiegania się o staż:

- w **HIPERMARKECIE** w działach: Handlowym, Kas, Ochrony, Logistyki, Technicznym, HR, Informatyki, Finansów.
- w **CENTRALI FIRMY** w Piasecznie w działach: Centrali Zakupów, IT, Księgowości, Marketingu, HR.
- w **CENTRACH LOGISTYCZNYCH** w Wolborzu, Grójcu.

W czasie stażu możesz liczyć na:

- Indywidualny plan poznania pracy w danym dziale,
- Możliwość zdobycia doświadczenia zawodowego,
- Zrozumienie funkcji zespołu i zarządzania,
- Wsparcie ekipy oraz pakiet potrzebnych szkoleń,
- Umowę o staż,
- Stałe wynagrodzenie.

Po ukończeniu stażu wybrane osoby mają możliwość zatrudnienia w Auchan.

Oczekujemy, że jesteś osobą:

- Dyspozycyjną w wymiarze 40 godzin w tygodniu przez okres 3 miesięcy,
- Studentem ostatniego roku studiów magisterskich lub ich Absolwentem,
- Otwartą na zdobywanie nowych umiejętności i wiedzy,
- Komunikatywną, zaangażowaną i odpowiedzialną,
- Swobodnie posługującą się komputerem w środowisku Windows.

Osoby zainteresowane zapraszamy na naszą stronę internetową (podstrona „Praca” - zakładka „Staż”)

www.auchan.pl/praca

Stáže odbywają się na podstawie umowy o staż i zapewniają młodym pracownikom stałe wynagrodzenie. Auchan oferuje młodym ludziom indywidualny plan pracy w nowym dziale, niezbędne szkolenia i możliwość zdobycia doświadczenia zawodowego. Pozwalając stażystom praktycznie wykorzystać zdobytą na uczelni wiedzę, Auchan ułatwia im znalezienie pracy na nietatnym obecnie rynku pracy oraz start w samodzielne życie.

W roku raportowania firma Auchan Polska zatrudniła około **60 stażystów**, zaś **45 stażystów** znalazło zatrudnienie w Auchan po ukończeniu stażu.



Staż w Auchan dał mi szansę podjęcia pracy w zawodzie i praktycznego rozwijania zawodowych umiejętności w renomowanej firmie. To znacznie wzmacniało moją pozycję na rynku pracy. Naturalne obawy towarzyszące czemuś nowemu, okazały się bezpodstawne. Co mnie urzekło w Auchan? Przede wszystkim atmosfera - miła i przyjazna oraz ludzie - zawsze przychylni i pomocni. Jednocześnie Auchan dało mi szansę na rozwój, zarówno osobisty, jak i zawodowy. Dlatego też jestem szczęśliwy, że nadal tu pracuję i mogę wnieść również swój wkład w życie firmy.

Paweł Kiełb - Prawnik w Dziale Prawnym



Program zakończony został anonimową ankietą. Udział w badaniu był dobrowolny, uczestniczyło w nim 50% stażystów.

OPINIE STAŻYSTÓW

Najwyżej ocenione zostały:

- otwartość, chęć dzielenia się wiedzą
- dawanie szansy rozwoju
- otwartość na potrzeby pracowników
- integracja poprzez akcje

Które części stażu najbardziej wzbogaciły umiejętności zawodowe:

- poznawanie obowiązków managerskich - zamówienia, zwroty, analiza wyników handlowych
- planowanie i organizacja

Trudności sprawiało:

- doradzanie klientowi przy niskim poziomie wiedzy produktowej
- opanowanie systemów informatycznych

100% stażystów, którzy wzięli udział w badaniu, chce pracować w handlu, jako perspektywicznym zawodzie.

Przełożeni stażystów również wzięli udział w badaniu i wysoko ocenili program:

OPINIE PRZEŁOŻONYCH

Mocne strony młodych pracowników:

- zaangażowanie
- chęć rozwoju
- sumiennosc i uczciwość
- komunikacja
- obsługa komputera
- bezkonfliktowość
- otwartość na nowe wyzwania

Obszary do rozwoju:

- podejmowanie decyzji
- pewność siebie
- zarządzanie czasem
- umiejętność wyznaczania priorytetów
- przewidywanie

Dialog i dobre miejsce pracy

Dialog jest podstawą do zrozumienia drugiej strony, jest niezbędny do zbudowania relacji opartych na wzajemnym zaufaniu. Dlatego w Auchan dużą wagę przywiązujemy do komunikacji wewnętrznej na poziomie managerskim oraz poprzez różnego rodzaju narzędzia i środki. Stworzyliśmy mechanizmy zapewniające jej dwustronny charakter. Wierzymy, że najskuteczniejsza komunikacja to komunikacja bezpośrednia managera z pracownikiem, oparta na cotygodniowych zebraniach działu oraz miesięcznych spotkaniach indywidualnych. Ta forma komunikacji wewnętrznej zakłada bliski kontakt pracownika z bezpośrednim przełożonym. Realizowana jest poprzez następującą strukturę spotkań:

Zebrania działu

Są to cotygodniowe spotkania pracownika z managerem danego działu (np. manager działu sport, lub działu tekstylii) dziecięce spotyka się raz na tydzień ze swoją ekipą pracowników, przekazuje im bieżące wyniki działu, omawia z nimi plany handlowe na najbliższy tydzień oraz bieżące sprawy pracownicze).

Forum sektora

Są to spotkania pracowników z senior managerem danego sektora, podczas którego pracownicy są informowani o wynikach swojego sektora, sklepu i nowych projektach, jak również mają okazję zgłaszać pytania i poruszać istotne dla nich kwestie z przełożonym.

Forum pracowników

Są to spotkania wybranych w wyborach Przedstawicieli pracowników z danego sklepu oraz dodatkowo z innych działów z dyrektorem sklepu. Co miesiąc, podczas tych spotkań pracownicy są informowani o wynikach sklepu oraz spółki w Polsce, o planach handlowych swojego sklepu oraz innych ważnych projektach. Podczas tego spotkania dyrektor sklepu odpowiada również na pytania ze strony pracowników. Po każdym spotkaniu forum sporządzany jest protokół podany do informacji pozostałej części załogi, która w spotkaniu nie mogła uczestniczyć.

Forum krajowe

Jest to spotkanie na poziomie krajowym wszystkich Przedstawicieli wszystkich sklepów i centrali z Dyrektorem ds. Komunikacji (członkiem Komitetu dyrekcyjnego Auchan Polska) lub z Koordynatorem ds. Komunikacji Wewnętrznej.

Dodatkowymi narzędziami komunikacji wewnętrznej są: mailingi do kadry managerskiej, tablice ogłoszeniowe, akcje plakatowe, broszury informacyjne oraz spotkania dedykowane realizowanym w firmie projektom.

Prowadzona jest również komunikacja poprzez wewnętrzne publikacje.



Publikacje wewnętrzne Auchan

W Auchan wydawane są następujące publikacje:

- gazetka wewnętrzna „Agora” – zawiera informacje na temat działań Grupy Auchan na świecie oraz działalności Auchan Polska, skierowana do wszystkich pracowników Auchan
- **Mag Auchan** – filmy na temat ważnych wydarzeń w Grupie Auchan, zazwyczaj dwa – trzy w roku
- **inne filmy** lub **prezentacje** na temat bieżących projektów
- **newsletter** - podsumowujący raz w miesiącu najważniejsze wydarzenia w Auchan – skierowany do managerów.

Komunikacja wyników finansowych i udział w podejmowaniu decyzji



W odróżnieniu od wielu firm, Auchan prowadzi politykę informowania pracowników o wynikach finansowych firmy w Polsce, jak również poszczególnych sklepów i działów. Są one przekazywane całemu zespołowi nie zaś wyłącznie najwyższej kadrze menedżerskiej.

Istnieją następujące mechanizmy:

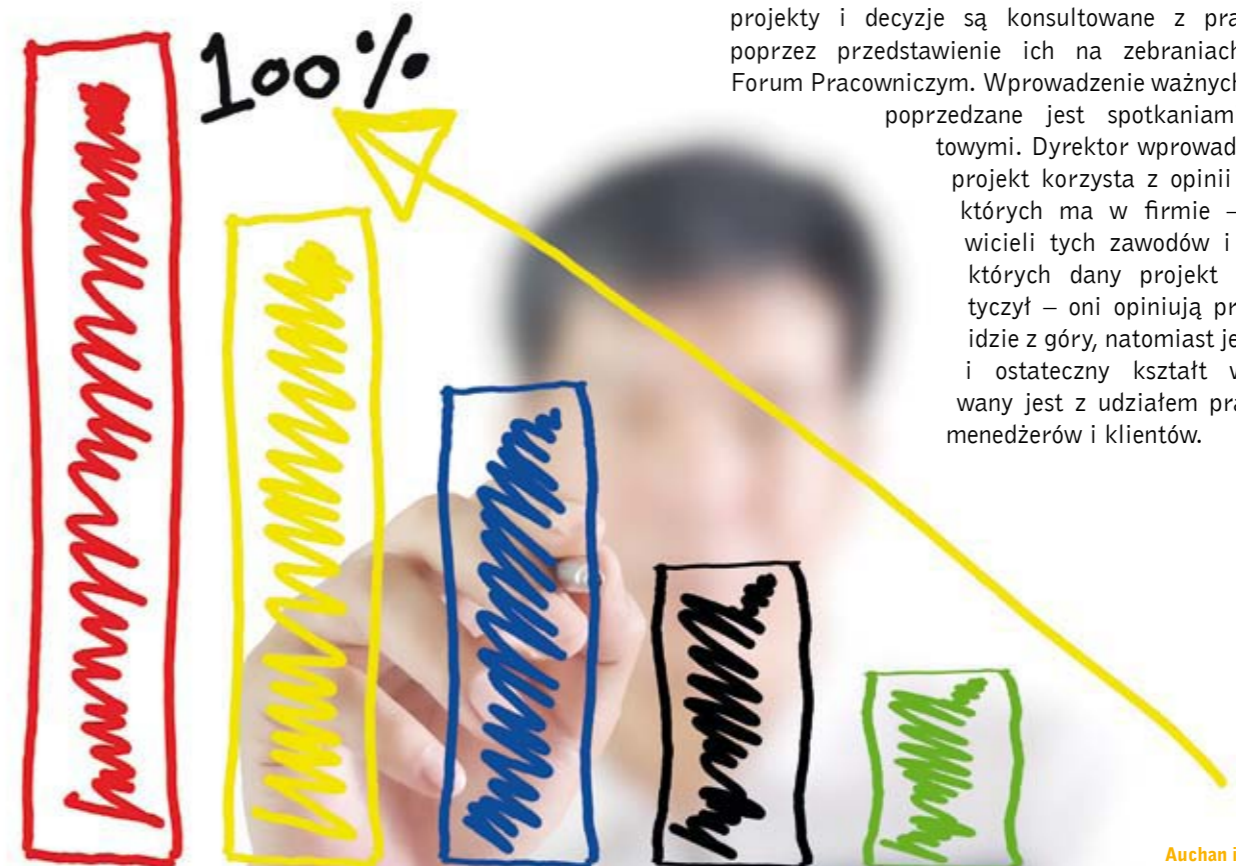
1. **kaskadowy** - podczas zebrania komitetu dyrekcyjnego wyniki są prezentowane wszystkim senior managerom, którzy podczas zebrania sektora prezentują je managerom i pracownikom.
2. **podczas spotkań** Forum Pracowniczego sklepowego i krajowego



Trudno pracować, nie znając swoich rezultatów. Wyniki handlowe robią pracownicy na dole, nikt inny. Pracownik przygotowuje się, realizuje akcje i dlatego powinien wiedzieć, czy jego zaangażowanie przynosi rezultat.

Agnieszka Wiktorowska
- Senior Manager HR Auchan Modlińska

Istotne dla funkcjonowania firmy oraz jej zespołu projekty i decyzje są konsultowane z pracownikami poprzez przedstawienie ich na zebraniach oraz na Forum Pracowniczym. Wprowadzenie ważnych projektów poprzedzane jest spotkaniami warsztatowymi. Dyrektor wprowadzając nowy projekt korzysta z opinii ekspertów, których ma w firmie – przedstawicieli tych zawodów i stanowisk, których dany projekt będzie dotyczył – oni opiniują projekt. Idea idzie w górę, natomiast jej realizacja i ostateczny kształt wypracowany jest z udziałem pracowników, menedżerów i klientów.

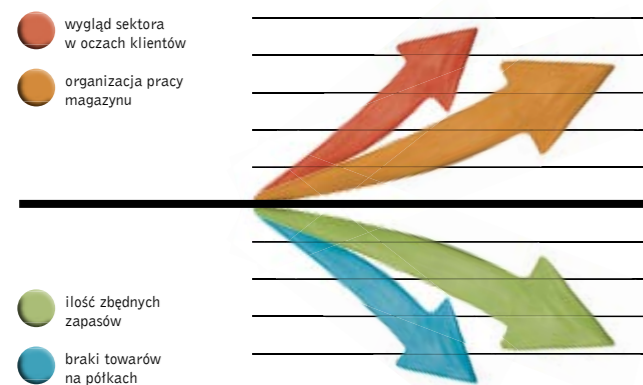


Skuteczność operacyjna

Z myślą o naszych **współpracownikach i klientach** w Auchan Polska pod koniec 2010 roku rozpoczęliśmy nowy projekt o nazwie „**skuteczność operacyjna**”. Projekt ma sprawić by pracownicy Auchan nauczyli się tego jak **wykonywać pracę lepiej i mniejszym nakładem wysiłku**. Projekt uwzględnia takie obszary jak zachowanie i współpraca, poprawia komunikację i organizację pracy menedżera, ma wpływ na nasze systemy operacyjne i sposób, w jaki zarządzamy naszą codzienną pracą. Wdrożenie projektu w każdym sklepie trwało około 11 tygodni. W 2011 i do lipca 2012 projekt został wprowadzony we wszystkich sklepach Auchan.

W krótkim czasie od wdrożenia projekt przyniósł szereg zmian: poprawa organizacji pracy i bezpieczeństwa w magazynie, spadek braku towarów na półkach oraz lepszy wygląd sektora w oczach klientów. Dodatkowym ulepszeniem było wprowadzenie codziennych porannych spotkań dla całej ekipy działu z menedżerem, podczas którego ekipa może uzyskać istotne informacje o wynikach działu, priorytetach na dany dzień i na bieżąco rozwiązywać potencjalne problemy.

WPŁYW PROJEKTU "SKUTECZNOŚĆ OPERACYJNA" NA EFEKTYWNOŚĆ PRACY ZAŁOGI AUCHAN



Fred Valet - Szef projektu

Skuteczność operacyjna, to projekt, który zmienił nasze podejście do organizacji handlu, logistyki, poprawił warunki pracy dla pracowników i wygląd działu dla klienta.



Monika Kobuszewska
- Pracownik działu Napoje-alkohole z Płocka

Projekt poprawił przede wszystkim jakość zapasu na paletach, a mianowicie brak mieszanych palet stokowych co bardzo ułatwia nam pracę, mamy lepszą organizację pracy na terenie sklepu.



Jacek Śliwończuk
- Pracownik - Dział napoje alkoholowe Auchan Hetmańska

To jest szansa na ułatwienie pracy, widoczne zmniejszenie ilości palet w magazynie, na spotkaniach porannych wszyscy są na bieżąco poinformowani o wynikach działu, możliwość powiedzenia o problemach, które przeszkadzają w pracy.



Pomoc w rozwiązywaniu problemów

Zaufanie jest fundamentem dobrego miejsca pracy. Poczucie, że w przypadku zaistnienia dowolnych problemów, będzie się wysłuchanym sprawia, że ludzie czują się bezpiecznie.

Dlatego w Auchan stworzyliśmy kilka niezależnych mechanizmów zapewniających, by było to możliwe. W firmie funkcjonuje instytucja **Męza Zaufania**. Jest to Przedstawiciel Forum Pracowniczego, wybrany w wyborach powszechnych przez załogę sklepu oraz serwisów, do którego pracownicy mogą zwracać się z problemami. Każdy sklep i serwisy mają jednego przedstawiciela; jego kadencja trwa 4 lata.



Ewa Hypta - Przedstawiciel Forum Pracowniczego Auchan Wrocław, pracownik sektora kas

Forum pracownicze jest doskonałą okazją do wymiany informacji między pracownikami a kierownictwem oraz do komunikowania pracownikom wyników, priorytetów i oczekiwań Auchan. Dzięki Forum zrealizowano wiele istotnych socjalnych i organizacyjnych postulatów pracowniczych. Najważniejsze, że w czasie dyskusji nie ma tematów tabu, co sprzyja lepszemu zrozumieniu między kadrą zarządzającą a pracownikami.

Ze swoimi problemami i troskami pracownicy mogą zwrócić się także do wszystkich swoich kolejnych przełożonych, łącznie z dyrektorem Działu Zasobów Ludzkich i dyrektorem sklepu.



Zostały także wprowadzone możliwości **anonimowego zgłaszania** wniosków, pytań czy problemów - w 100% sklepów i w serwisach centralnych działają skrzynki na pytania i zażalenia od pracowników, którzy mogą je także zgłaszać przez adresy mailowe na stronach www każdego ze sklepów. Istnieje możliwość anonimowego zgłaszania pytań i problemów podczas spotkań z przełożonymi. Dobrą praktyką w Auchan Polska jest, że na spotkaniach z zespołem, kiedy omówione zostaną istotne kwestie i dane odpowiedzi na zgłoszone pytania, kierownictwo wychodzi na kwadrans, pozostawiając flip-chart, na którym pracownicy mogą zapisać pytania, których z różnych względów nie chcieli zadać wcześniej. Pytania te są odczytywane po powrocie kierownictwa i są udzielane na nie odpowiedzi.

Ponadto w firmie funkcjonuje **komisja socjalna**, nie tylko zarządzająca funduszem socjalnym, ale również skoncentrowana na pomocy tym z pracowników, którzy jej potrzebują, głównie zajmując się sprawami o naturze finansowej.

Bezpieczeństwo i higiena pracy

W każdym sklepie istnieją **Komisje BHP**, które zajmują się tworzeniem bezpiecznego miejsca pracy, kontrolą przestrzegania przepisów BHP i bieżącą realizacją szkoleń z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy.

Bezpieczeństwo i higiena pracy zapewniane są także przez **ściśle monitorowanie czasu pracy**. Równomierny tryb pracy umożliwia zachowanie równowagi pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym, zapewnia pracownikowi niezbędny dla jego zdrowia odpoczynek i tym samym przyczynia się do jego wyższej efektywności oraz bezpieczeństwa w miejscu pracy, zarówno samego pracownika, jak i jego kolegów i klientów.



W Auchan został wdrożony specjalny **informatyczny system** do planowania i monitorowania czasu pracy. System ten już na etapie planowania grafików uwzględnia wszystkie aspekty i zapotrzebowania w trzymiesięcznym systemie rozliczeniowym i zapewnia zgodność z obowiązującą literą prawa. Obszar jest dodatkowo kontrolowany, aby zapobiegać nadużyciom – np. kumulowaniu nadgodzin przez pracowników, które nie pozwoliłoby na ich niezbędny wypoczynek. Z jednej strony kontroluje się grafiki, z drugiej na spotkaniach dyrekcyjnych monitoruje się stan godzin nadliczbowych.

Rozwój i awans

Firma daje pracownikom **możliwości rozwoju i awansu**. W Auchan realizowany jest program oceny rocznej pracy każdego pracownika poprzez **Bilans Zawodowy**. Jest on bazą do określenia potrzeb szkoleniowych pracownika, kreślenia ścieżki jego dalszego rozwoju zawodowego. Bilans określa również poziom zaawansowania pracownika w danym zawodzie, czyli jego poziom profesjonalizmu. W trakcie rozmów odkrywane są talenty pracowników. Przygotowywana jest tabela potencjałów. Pokazuje ona, gdzie, w jakim kierunku można pracownika rozwijać i jeśli w ekipach są ludzie o wyjątkowych predyspozycjach i zdolnościach, staramy się ich ujmować w bilansach rocznych i rozwijać ich. Gdy powstają nowe obiekty, zawsze zaczyna się od rekrutacji wewnętrznej.

Rozumiejąc, że ludzie inaczej czują się w organizacji i pracują, mając perspektywę rozwoju i pewność zatrudnienia, w Auchan od samego początku inwestujemy w pracownika i jego rozwój. Chcemy pomóc mu odkryć i rozwinąć swój potencjał. Jest to zgodne z misją Auchan, w której zapisane jest dzielenie się wiedzą.

Rozwój pracowników odbywa poprzez szkolenia, system mentoringu i projekt „Talenty”, synergie – dzielenie się dobrymi praktykami i osiągnięciami pomiędzy sklepami i system staży.

Szkolenia

W firmie prowadzony jest system szkoleń e-learningowych, są to zarówno szkolenia indywidualne jak i grupowe, o charakterze produktowym i ogólnym (m. in. ze zrównoważonego rozwoju, ze strategii zrównoważonego rozwoju Auchan oraz ekologii). W roku 2011 było to 96 szkoleń, podczas 21 300 godzin przeszkoliło się ponad 6500 pracowników.

Pracownicy Auchan biorą także udział w szkoleniach klasycznych (bezpośrednich).

W trosce o bezpieczeństwo pracowników i klientów zostały wprowadzone szkolenia e-learningowe z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy, zakończone testem zaliczeniowym. W każdym sklepie oraz w serwisach jest dodatkowo zatrudniony specjalista BHP, do którego zadań należy również szkolenie w tym zakresie.

total	pracownicy	managerowie	managerowie seniorzy	dyrektorzy
PROCENT WSPÓŁPRACOWNIKÓW		PRZESZKOLONYCH W 2011		
90,21 %	92,37 %	92,28 %	84,66 %	93,33 %
LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH		NA UCZESTNIKA SZKOLENIA W 2011		
28,41 %	30,37 %	36,47 %	23,67 %	28,39 %
LICZBA GODZIN SZKOLENIOWYCH WSPÓŁPRACOWNIKÓW W AUCHAN		NA TOTAL WSZYSTKICH POLSKA		
25,63 %	28,05 %	33,66 %	20,04 %	26,49 %

TOTAL GODZIN SZKOLENIOWYCH 2010/2011	
2010	2011
342 080	290 764



System mentoringu - projekt Talenty

Projekt Talenty to program **rozwój kompetencji** zespołu Auchan. Zgłosić się do programu mogą wszyscy pracownicy bez wyjątku. W rezultacie kilkuletniego procesu selekcji, na podstawie obiektywnych, jawnych kryteriów, wyłaniana jest grupa uczestników danej edycji programu, którzy wspólnie ze swoimi Mentorami pracują nad wyzwaniami, które spotykają na swojej zawodowej drodze, systematyzują swoją wiedzę zawodową i rozwijają kompetencje.

Mentorami Talentów są osoby zajmujące stanowiska o dwa poziomy wyższe w szczeblach organizacji firmy. Rolą Mentora jest, aby poprzez słuchanie i odpowiednio zadane pytania pomóc Talentowi określić jego cele, a następnie wspierać ją/jego w ich realizacji. Indywidualne spotkania Mentorów z ich podopiecznymi odbywają się raz w miesiącu.

Spośród **230** Talentów wyłonionych w roku 2011: **77** osób objęło dodatkowe zawodowe role, zaś **19** osób uzyskało awans pionowy w Auchan Polska.



WYNIKI ANKIETY

88% Talentów poleciłoby ten projekt swoim współpracownikom

69% Talentów odkryło lub wzmocniło w sobie nowe cechy i umiejętności

„Co dało Ci uczestnictwo w programie” – najczęstsze odpowiedzi:

- pewność siebie
- poprawa komunikacji
- samoświadomość
- wzrost zaangażowania w pracę
- otwartość na innych
- lepsza organizacja pracy itp.

Synergia

W Auchan funkcjonuje również synergia, w ramach której poszczególne sklepy dzielą się swoimi doświadczeniami. Jest to dzielenie się wiedzą zawodową, odbytymi praktykami w danym zawodzie / np. podczas synergii managerów działu obuwie wymieniane są informacje o ostatnich promocjach oraz wyznaczane cele na następny okres.

Rozwijać siebie przez działania na rzecz innych

Auchan jest firmą solidarną; pracownicy są zachęceni do angażowania się w działalność środowiskową, współpracę ze środowiskiem lokalnym. Wybór konkretnych projektów, w ramach szeroko zdefiniowanej strategii CSR, leży w gestii pracowników. Więcej dobrych praktyk w rozdziałach otoczenie społeczne i środowisko.

Uczestnictwo w projektach wolontariackich, działania na rzecz społeczności lokalnych czy realizacja wybranych projektów solidarnościowych to nie tylko rozwój wewnętrzny przez pomoc innym, ale także istotny element cementowania zespołu, budowania poczucia przynależności do niego i więzi z firmą. Skutkują niskim poziomem fluktuacji w Auchan.



Ania Kruczek Belcer, wolontariusz Auchan Krasne, z marzycielem z Fundacji „Mam marzenie”.

Staże pracy

W rezultacie powyższych działań w firmie można odnotować niski współczynnik fluktuacji. Jesteśmy dumni z długich staży pracy w Auchan, z tego, że pracownicy wiążą się z firmą na długo.

Taka jest polityka Auchan - nie chcemy zatrudniać na krótki okres czasu, ponieważ tak nie da się zbudować profesjonalnego zespołu. Praca w Auchan wymaga **potencjału intelektualnego, umiejętności organizacji pracy, sprawności i doświadczenia**. Pracownik w hali to nie jest osoba, która tylko wykłada produkty na półce. Może to robić przez trzy miesiące. Potem wymaga się od niego więcej. Musi wiedzieć, dlaczego to robi, jaka jest metoda wykładania, jaki produkt jest w promocji, jak długo ona trwa. To wymaga świadomości, pracownik nie musi stać z planem pracy w ręku, aby wiedzieć, co należy do jego obowiązków. Auchan jest pierwszą firmą handlową, w której pracownicy sami robią zamówienia. To świadczy o **zaufaniu do pracownika**.

Rolą menadżera jest nauczenie pracownika i przekazywanie odpowiedzialności.



W Auchan najważniejszą z wartości jest człowiek i nie jest to tylko deklaratywne. Wizja i strategia są napisane nie dlatego, że tak wypada, że dobrze to wygląda, tylko po to, aby wprowadzać to w życie, przez sens, mentalność, zrozumienie etc. Bo musi być motywacja, aby strategię realizować. Wynika to z założenia, że jeśli się z człowiekiem pracuje długo, to znacznie łatwiej się z nim komunikować. Jeśli pracownicy pracują w firmie przez wiele lat, to zwiększa się ich profesjonalizm, wyzwala się pozytywna energia do wspólnego działania, do rozwoju. Nie osiągnie się tego z pracownikami czasowymi, bo oni nie identyfikują się z przedsiębiorstwem.

Marek Szeib - Dyrektor Generalny Auchan Polska

Nasze miary

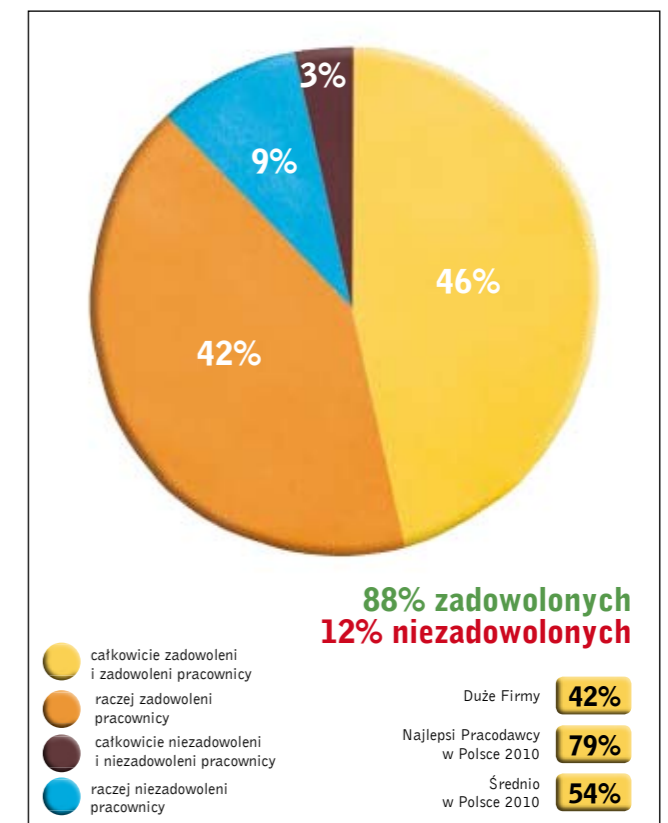
Regularnie, co dwa lata, w Auchan prowadzony jest **barometr satysfakcji i zaangażowania** pracowników, w którym biorą udział wszyscy pracownicy. Udział w badaniu jest dobrowolny. W roku 2011 udział w badaniu był na poziomie 90%.

Badanie (ok. 100 pytań) obejmuje praktycznie każdy obszar zatrudnienia. Barometr jest modyfikowany corocznie, ponieważ zmieniają się procesy zachodzące w firmie. Badanie jest adresowane do wszystkich: od top managementu (dyrektor sklepu i kadra menagerów seniorów, nieformalnych zastępców dyrektora) poprzez kierowników liniowych - managerów działów, do pracowników szeregowych. Ankieta jest prowadzona anonimowo, jej wyniki są opracowywane przez światowego lidera w zakresie doradztwa i rozwiązań outsourcingowych w obszarze zarządzania kapitałem ludzkim - AON Hewitt.

Po analizie zapraszani są przedstawiciele HR z każdego sklepu na szkolenie z metodologii i interpretacji wyników. Rezultaty barometru są przedstawiane na każdym szczeblu. Pokazuje się wszystkie mocne i słabe strony. Ten proces komunikacji jest zaplanowany na wiele miesięcy. W pierwszej kolejności podejmowane są prace nad tymi obszarami, które zostały najslabiej ocenione.

Wyniki firmy Auchan Polska zostały porównane do benchmarków: średnio w Polsce, Najlepsi Pracodawcy (10 organizacji, laureatów Badania Najlepsi Pracodawcy 2010), duże firmy

JAK BARDZO ZADOWOLONA/NY JEST PANI/PAN Z PRACY W AUCHAN POLSKA?



NASZE WSKAŹNIKI

	2010	2011
% umów na czas nieokreślony	75,35%	79,00%
% niepełnosprawnych do ogółu zatrudnionych	2,97%	3,42%
% kobiet na stanowiskach kierowniczych	54,36%	53,90%
% uczestnictwa w akcjonariacie pracowniczym	94,00%	89,00%
poziom promocji wewnętrznej	40,31%	44,00%

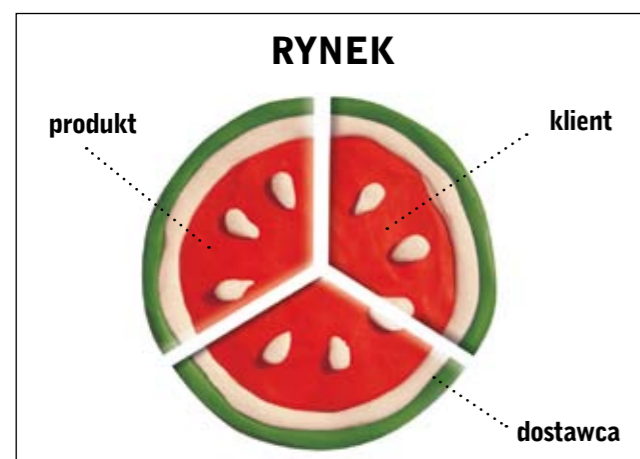


Auchan i Rynek

**budować przejrzyste i uczciwe relacje
z partnerami biznesowymi
- rozumianymi jako dostawca i klient**

Strategia i zarządzanie obszarem

Swoją strategię obecności na rynku realizujemy poprzez strukturę oferty dopasowanej do potrzeb klienta. Proces opiera się na uważnym słuchaniu opinii, sugestii i potrzeb klientów w sklepach (ścieżki klienta, grupy fokusowe, ankiety), a następnie tworzeniu trafnej oferty na półce. W ten sposób budujemy relacje z klientami i dostawcami. Zadaniem Centrali zakupów jest znalezienie takich produktów u dostawców, które odpowiadają na potrzeby naszych klientów.



Celem Auchan jest **zwiększenie siły nabywczej** i **poprawa jakości życia** największej liczby klientów. Jak rozumiemy zwiększanie siły nabywczej naszej klienteli? Rozumiemy to poprzez sprzedaż coraz taniej coraz większej liczby artykułów, coraz lepszej jakości.

Fundamentem działania Auchan jest przede wszystkim słuchanie klienta, a w przypadku relacji – klient - dostawca - sklep opieramy się na **etyce**. Partnerzy biznesowi są traktowani **uczciwie**, działalność jest **przejrzysta**, Auchan stara się wspierać małe i średnie przedsiębiorstwa, zwłaszcza w zakupach produktów świeżych np. warzyw i owoców, promuje wyroby lokalne.

Nasze **priorytety** w obszarze rynku to:

- jakość, bezpieczeństwo i higiena**
- trafny wybór oferty dopasowanej do każdego portfela**
- najniższe ceny**
- słuchanie klienta**
- przejrzystość działań**



Marek Szeib, Dyrektor Generalny Auchan Polska odbiera statuetkę SUPERBRAND 2011

Auchan - Superbrand 2011

W roku 2011 międzynarodowa organizacja **The Superbrands Ltd.** wyłoniła najsilniejsze marki obecne na rynku polskim. Przyznany im został tytuł odpowiednio Superbrand (sektor konsumencki) Business Superbrand (sektor biznesowy). W roku 2011 w gronie najlepszych po raz drugi znalazło się Auchan Polska.



Badanie Superbrands to projekt realizowany w ponad 80 krajach świata, jego celem jest promowanie czołowych

marki konsumenckich i biznesowych oraz ich sukcesów. Badanie prowadzone jest w oparciu o niezależne badania konsumenckie, dane dotyczące sprzedaży, wielkości środków przeznaczanych na reklamę itd., na podstawie których wyłaniana jest **lista marek (etap 1)** oraz **opinię grona ekspertów – Rady Marek (2 etap)**. W skład Rady wchodzi dziennikarze, menedżerowie w agencjach marketingowych i PR, specjaliści od badań rynku, wizerunku i branding.

Liderzy wyłaniani są na podstawie punktacji zdobytej w takich kryteriach jak:

rozpoznawalność marki

wyrazistość wizerunku marki

budowanie relacji z klientami

unikalność oferowanych korzyści

nieustanny rozwój

Studia przypadków z działalności laureatów i wybrane najlepsze praktyki trafiają do **albumu Superbrands**, który zyskał na świecie miano „biblii branding”.

Przyznanie **marce Auchan** miana **SUPERBRAND** jest dowodem na to, że słuchanie klienta, przejrzyste działania, **zrównoważony rozwój** i **etyczny biznes** są najlepszym sposobem na dostarczenie **wartości klientom** i **budowanie** z nimi opartych na zaufaniu **relacji**. Tylko tak można zbudować silną markę.

Auchan członkiem POHiD

Auchan Polska jest członkiem **Polskiej Organizacji Handlu i Dystrybucji (POHiD)** - związku pracodawców zrzeszającego firmy detaliczne i dystrybucyjne działające na rynku polskim. POHiD działa na rzecz ochrony wolnej konkurencji i promowania etycznego biznesu. Jako członek POHiD Auchan zobowiązuje się **prowadzić biznes w etyczny sposób**, m.in. **przeciwdziałając korupcji**, budując **odpowiedzialne i etyczne relacje** z partnerami biznesowymi, stosując kody dobrych praktyk handlowych i wreszcie propagując **zasady odpowiedzialności społecznej** wśród partnerów biznesowych.

KODEKS DOBRYCH PRAKTYK POHiD

Sygnatariusze kodeksu dobrych praktyk POHiD zobowiązują się do respektowania poniższych wartości:

1. **Uczciwość:** być szczerym w intencjach i wiarygodnym w działaniach. Mówić i pisać prawdę. Nie unikać ostrzeżeń w sytuacji konfliktowej.
2. **Przejrzystość:** nie ukrywać celu działania, nie stosować podwójnych standardów, dotrzymywać obietnic publicznych i danych w zaufaniu. Uzasadniać słuszność swoich dążeń.
3. **Szacunek:** wszystkich partnerów traktować z szacunkiem dla nich samych i ich interesów. Doceniać indywidualność partnerów biznesowych, organizacji i osób. Podmiotowo

traktować konsumenta. Szczególnym szacunkiem darzyć pracowników: doceniać ich wysiłek i umiejętności.

4. **Kompromis:** każdy problem rozwiązywać w sposób wykorzystujący wszystkie dostępne środki budowania kompromisu. Brak możliwości kompromisu traktować jako niepowodzenie i przesłankę ponowienia próby kompromisu w przyszłości.
5. **Zaufanie:** tworzyć zaufanie poprzez współpracę i działanie zespołowe. Poszerzać ilość i skuteczność kanałów komunikacji wewnątrz organizacji, firm członkowskich oraz w stosunkach z otoczeniem społecznym i instytucjonalnym. Wspólnym mianownikiem wszelkich działań czynić jakość i profesjonalizm.
6. **Odpowiedzialność:** nie bać się przyznania do błędów i naprawienia jego skutków, w tym zadośćuczynienia szkód i krzywdy. Podejmować sprawy trudne, gdy istnieje etyczny nakaz podjęcia.

7. **Legalizm:** działać zawsze zgodnie z prawem, piętnować naruszanie i omijanie prawa. Przyczyniać się dla powstania dobrego prawa.

8. **Pomocniczość:** udzielać wsparcia i pomocy inicjatywom społecznym i indywidualnym dla dobra ogółu. Angażować się charytatywnie.

9. **Sprawiedliwość:** oceniać po uzyskaniu możliwie pełnej informacji, piętnować winnych bez względu na ich status zawodowy lub społeczny, przyznać rację temu, kto reprezentuje wartość wyższego rzędu, nawet gdy to szkodzi bieżącym interesom.

10. **Służebność:** traktować misję organizacji i firm członkowskich jako misję społeczną, realizowaną dzięki sukcesowi ekonomicznemu. Dobrą pracą i wyniki działania komercyjnego traktować jako część budowy ogólnej pomysłowości społeczeństwa. Sukces mierzyć nie tylko zyskiem.

Klient



Słuchanie klienta

By dobrze odpowiadać na zmieniające się potrzeby klientów i nieustannie dopasowywać naszą ofertę do ich oczekiwań i zmieniającego się rynku, musimy te potrzeby znać i rozumieć. Dlatego aktywnie słuchamy klientów, wyciągamy wnioski i wprowadzamy udoskonalenia.

Temu celowi służy projekt **Słuchamy Klientów**. W ramach projektu ekipy w sklepach słuchają klientów przeprowadzając „ścieżki klienta” (towarzyszenie klientowi podczas zakupów), spotkania w grupach fokusowych (dyskusje grupowe) z Klientami i wywiady w domach klientów. Po przeprowadzonym badaniu sporządzany jest raport ze słuchania Klientów oraz wynikające z niego wnioski. Na ich podstawie podejmujemy działania, które mają usprawnić funkcjonowanie sklepu i sprawić, by był on bardziej przyjazny naszym klientom, rozwijamy ofertę, pracujemy nad dostępnością produktów.

Nasze cele to:

umieścić klientów w sercu Auchan Polska

przyczynić się do wzrostu liczby klientów

aktywnie angażować wszystkich współpracowników w obsługę klienta

Zadowolenie klientów jest naszym priorytetem, dlatego podejmujemy działania by zrozumieć naszych klientów i ich potrzeby, planować i wprowadzać w życie udoskonalenia i badać poziom satysfakcji klientów. Nieustannie zmieniamy się dla naszych klientów by oferować im najlepszą jakość handlu i obsługi w naszych sklepach.

CYKL DOSKONALENIA AUCHAN



Barometr zadowolenia Klientów (ankieta Helios)

Co roku, w marcu we wszystkich naszych sklepach, przeprowadzane jest badanie satysfakcji klienta – ankieta Helios. To niezwykle obszerne badanie, które obejmuje takie obszary jak:

- komfort zakupów i organizacja
- personel sklepu – przyjęcie i porady
- ceny produktów spożywczych
- wyбір, świeżość i jakość produktów spożywczych
- ceny produktów przemysłowych
- wyбір, nowości i jakość produktów przemysłowych

Badanie pokazuje wyniki w poszczególnych kategoriach dla poszczególnych sklepów i na poziomie kraju, tendencje wyników w perspektywie wieloletniej oraz analizę relacji poziomu zadowolenia klienta i potencjału poprawy, która staje się podstawą działań naprawczych.

Zgodnie z wynikami ankiety Helios przeprowadzonej w 2011 roku jakość obsługi w Punkcie Obsługi Klienta wyniosła 8 pkt w 10 stopniowej skali, poprawiła się dyspozycyjność personelu (7.4), jakość odpowiedzi udzielanych klientom została oceniona na 7.8 pkt. Największą progresję wyniku odnotowano w kryterium „oczekiwanie przy kasach” – wzrost z 6,7 pkt do 7,0 pkt.

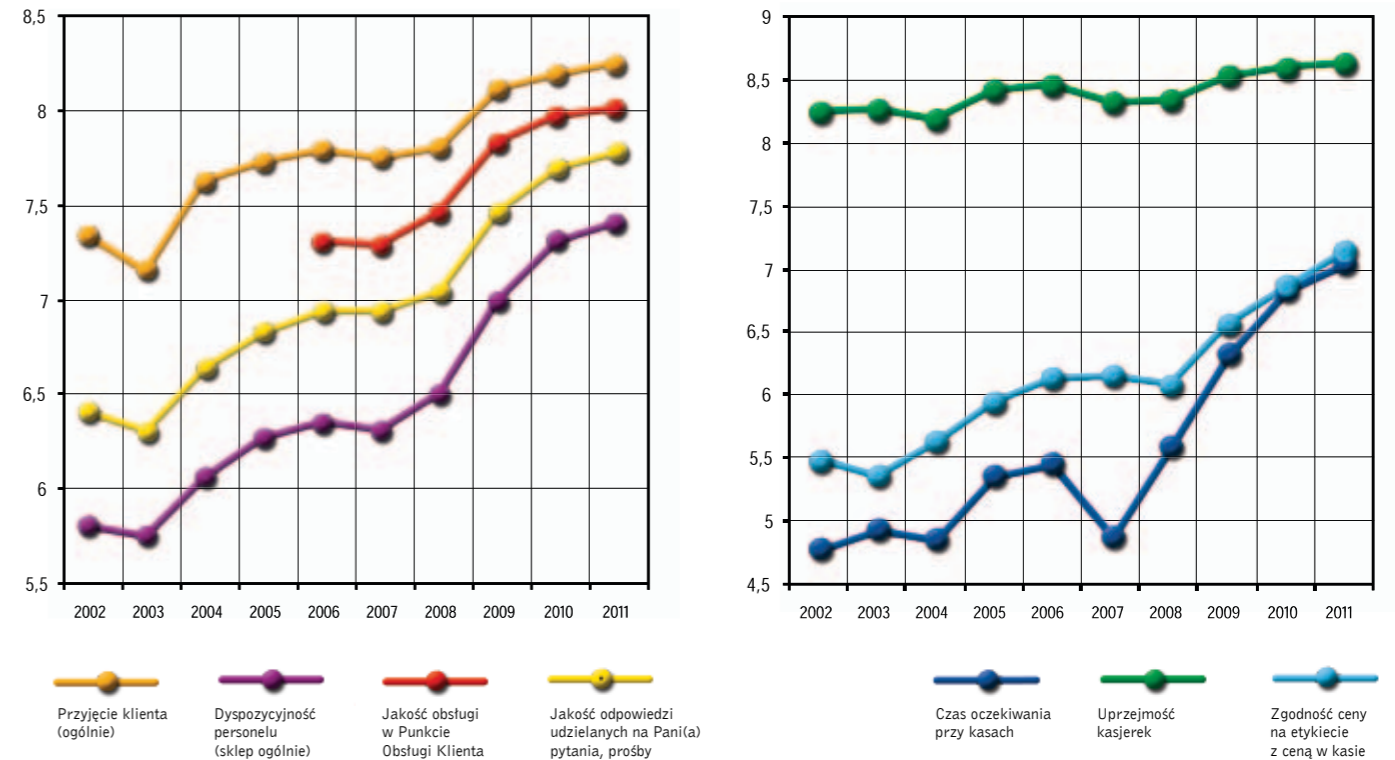


Marek Kubasik

- Koordynator słuchania Klientów w Auchan Polska

Realizacja badania Helios to zasługa zespołów w sklepach, a w szczególności działów kas. Wyniki Heliosa są podstawą do budowy planów naprawczych dla pozostałych działów, sklepów i firmy. Poprawa wyników nie byłaby możliwa bez entuzjazmu, zaangażowania i chęci doskonalenia zespołu Auchan. To dzięki pracownikom Auchan i współpracy zespołów sklepów, filii i centrali zmieniamy się dla naszych klientów i sprawiamy, że Auchan staje się ich ulubionym sklepem.

ZMIANY WSKAŹNIKÓW ZADOWOLENIA KLIENTÓW (2002 – 2011)



Bezpieczeństwo w sklepie

Dobry sklep to nie tylko trafna i szeroka oferta, przystępne ceny, profesjonalna i kompetentna obsługa i ogólny komfort robienia zakupów. To także bezpieczeństwo klientów i pracowników.

W trosce o wspólne bezpieczeństwo każdy sklep Auchan wyposażony jest w defibrylator – urządzenie, które oddziałuje na mięsień sercowy i za pomocą wstrząsów elektrycznych przywraca regularną pracę serca. Wprowadzone w Auchan defibrylatory typu AED same analizują EKG i sygnalizują, kiedy defibrylacja jest wskazana. Urządzenia tego typu mogą być używane po odbyciu podstawowego szkolenia. Zespoły ochrony, a także wybrani pracownicy ze sklepów, zostali specjalnie przeszkoleni z obsługi urządzenia oraz udzielania pierwszej pomocy. Szybka akcja agentów ochrony ze sklepu Auchan Kołbaskowo pozwoliła na uratowanie ludzkiego życia.



Dostępność oferty – www.auchandirect.pl

W myśl swojej misji zwiększania dostępności do swojej oferty i maksymalnej wygody klientów, w duchu idei równowagi pomiędzy życiem zawodowym i prywatnym w lipcu 2011 roku firma Auchan uruchomiła sklep internetowy www.auchandirect.pl, dając klientom możliwość zrobienia zakupów bez wychodzenia z domu. Główna idea koncepcji e-handlu spółki www.auchandirect.pl to dostępność zakupów w Internecie, po cenach najniższych w sieci, a zatem do naszego hasła: „Zbijamy ceny zawodowo”, www.auchandirect.pl dodał nowe: „Zbijamy ceny zawodowo on-line”. Produkty sklepu internetowego są starannie dobierane i dopasowywane są do gustu klientów, a ich oferta w roku 2011 stanowiła około 6 tys. referencji, w tym artykuły świeże i mrożonki.

Dostępność cenowa i szeroki wybór to nie wszystko. www.auchandirect.pl to także profesjonalny serwis i bezpieczny transport. www.auchandirect.pl posiada nowoczesną flotę samochodów z 3 strefami temperatur, przeznaczonymi do przechowywania różnych rodzajów produktów w tym mrożonek oraz produktów świeżych. Do transportu produktów świeżych i mrożonych używany jest bakteriostatyczny suchy lód o temperaturze -78.5°C, dzięki któremu www.auchandirect.pl gwarantuje zachowanie ciągu chłodniczego od dostawców do lodówki/zamrażarki klienta.

www.auchandirect.pl to:

około 6000 referencji w tym:
art. spożywcze, świeże, mrożonki

możliwość składania zamówień
7 dni w tygodniu do godziny 22:00

dostawa realizowana następnego dnia
w godzinach 15:00 - 22:00

stały koszt dostawy - 19,90 zł

nowoczesny i specjalistyczny magazyn
do przechowywania produktów

specjalistyczna flota samochodów

A przede wszystkim:

dopasowane do kieszeni każdego klienta ceny
i wygoda



Zbijamy ceny zawodowo on-line

Dostawca

Zasady współpracy z dostawcami



Auchan Polska popiera zasady określone w **Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka**, firma respektuje zasady **Międzynarodowej Organizacji Pracy**, jest przeciwna wszelkim formom pracy przymusowej lub obowiązkowej, pracy dzieci oraz dyskryminacji w zakresie zatrudnienia i pracy. Auchan zapewnia równość szans w zatrudnianiu i rozwoju w organizacji. Prowadząc biznes w sposób przejrzysty i etyczny Auchan oczekuje tego samego ze strony swoich partnerów.

Auchan wymaga od swoich dostawców, aby zobowiązali się oficjalnie, że nie będą zatrudniać bezpośrednio lub pośrednio osób nieletnich wg. istniejącego prawa UE, w żadnym z krajów gdzie prowadzą działalność gospodarczą oraz do ścisłej kontroli tego stanu rzeczy. W tym celu stworzone zostały **Karta Etyki Dostawców** oraz **Handlowy Kodeks Etyczny**. Firma stawia sobie za cel, aby nie utrzymywać stosunków handlowych z żadną organizacją stosującą pracę przymusową lub korzystającą z pracy dzieci.

Od 1996 każdy dostawca rozpoczynający współpracę handlową z Auchan Polska, wraz z podpisaniem umowy handlowej podpisuje jednocześnie **Handlowy Kodeks Etyczny**, oparty na zasadach **Międzynarodowej Organizacji Pracy** (zakaz pracy dzieci, pracy przymusowej, minimalna płaca). Jest to dokument obowiązujący w całej Grupie Auchan, tym samym również w Auchan Polska. **Karta Etyki Zakupów Auchan Polska** zawiera zapisy odnośnie akceptowanych przez Auchan postaw i wartości, nie określa warunków handlowych skupiając się wyłącznie na etycznej i moralnej stronie prowadzenia działalności, czyli jej fundamentach. Karta Etyki Auchan jest również narzędziem zapewniania zgodności z 10 zasadą Global Compact (przeciwdziałania korupcji) i reguluje kwestie otrzymywania korzyści materialnych od dostawców oraz konfliktu interesów – w jasny sposób wytyczając ramy postępowania pracowników Auchan i ich Partnerów biznesowych. W roku raportowania Karta Etyki została **podpisana przez 100% dostawców**.

Praktyki

Auchan nie może narzucać konkretnych rozwiązań i norm w zakresie **ograniczenia emisji CO₂** i **zużycia surowców przez dostawców**, niemniej firma stara się edukować swoich partnerów w dziedzinie ochrony środowiska. Przykładem jest problem opakowań - Auchan dąży do tego, aby opakowania odpowiadały warunkom zrównoważonego rozwoju. W związku z tym firma stara się nakłaniać dostawców do stosowania takich technologii by ilość surowców i energii niezbędna zarówno do ich wytworzenia, jak i utylizacji była maksymalnie zredukowana.

Dla zapewnienia **bezpieczeństwa drogowego** i zapewnienia respektowania obowiązujących dyrektyw Parlamentu Europejskiego dotyczących ewidencji czasu pracy kierowców, Auchan podpisał ze wszystkimi swoimi wyłącznymi przewoźnikami porozumienie, na mocy którego samodzielnie planują terminy realizacji usług i mają możliwość odmowy realizacji zlecenia jeśli naruszałyby przepisy prawa.



Audyty dostawców

W łańcuchu dostaw na poziomie Międzynarodowych Zakupów Auchan prowadzone są audyty producentów produktów marki własnej Auchan, czy dostawców, którzy bezpośrednio dla Auchan produkują towary w ramach importu bezpośredniego. Auchan Polska prowadzi audyty producentów marki własnej Auchan.

Audyty obejmują zagadnienia bezpieczeństwa, higieny i jakości wytwarzanych produktów. Przeprowadzane są u dostawców produkujących artykuły sprzedawane pod marką własną Auchan. Audytowi podlega każdy nowy dostawca przed rozpoczęciem współpracy, przeprowadzane są również wyrwykowe audyty w zakładach produkcyjnych w trakcie współpracy. Po przeprowadzonym audycie dostawca otrzymuje raport, zaś w przypadku zaistnienia niezgodności - kartę niezgodności i zobowiązany jest do złożenia w Auchan planu realizacji działań korygujących, który to dokument podlega akceptacji Auchan.

Dostawcy posiadający certyfikaty IFS i BRC są zwalniani z audytów po przesłaniu wymaganej dokumentacji.

Warto wiedzieć

Certyfikat IFS (International Food Standard) - potwierdzenie najwyższych standardów bezpieczeństwa produktów. Został stworzony przez niemieckich i francuskich detalistów przy współpracy z detalistami z innych krajów w latach 2002 i 2003, początki prac sięgały roku 2000 – wprowadzenie Global Food Safety Initiative (GFSI). IFS definiuje wymogi w zakresie systemu zarządzania bezpieczeństwem żywności dla producentów i dostawców żywności i określa zasady audytowania.

Warto wiedzieć

BRC Global Standard for Food Safety to międzynarodowy standard żywności opracowany przez Brytyjskie Konsorcjum Detalistów (British Retail Consortium). Podobnie jak IFS określa zasady zarządzania bezpieczeństwem dla producentów i dostawców żywności oraz audytów.

WSKAŹNIKI AUDYTÓW

	IFS	BRC	TOTAL
Liczba dostawców posiadających audyty	117	75	192

	Food	Non-food	TOTAL
Liczba audytów u dostawców wg. check listy Auchan	110	10	120

Audyty „Bezpieczeństwo żywnościowe i higiena produkcji”	TOTAL
Audyty zewnętrzne: Silliker	312

Produkt



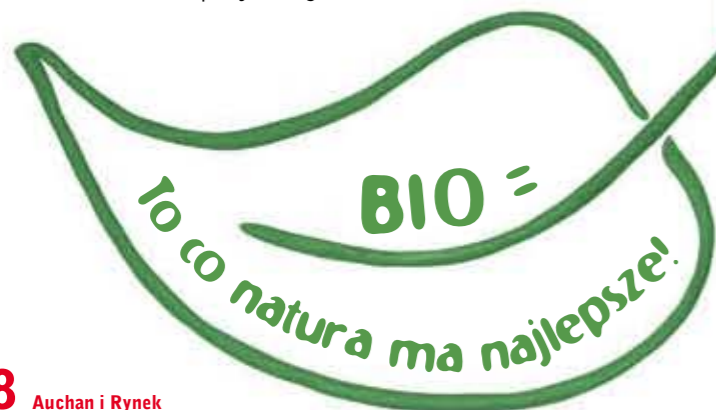
W ODPOWIEDZI NA ZAPOTRZEBOWANIE RYNKU

Produkty BIO i EKO

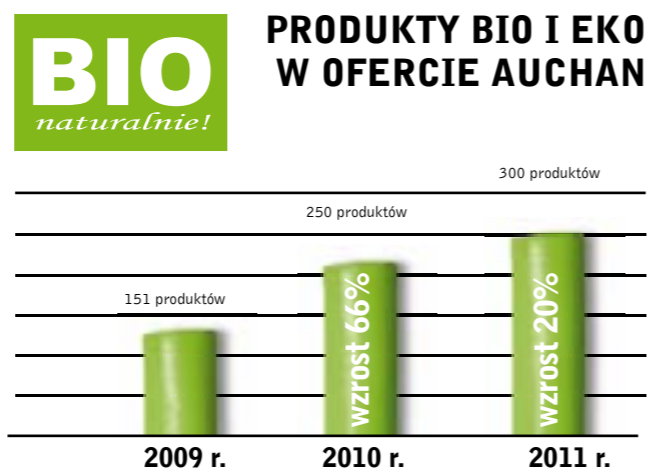
Światowa Organizacja Zdrowia definiuje **zdrowe odżywianie** jako jedno z **12 uwarunkowań zdrowia**. Tymczasem społeczeństwa Europy w coraz większym stopniu dotknięte są chorobami cywilizacyjnymi, wynikającymi z nieprawidłowych nawyków żywieniowych (udział pokarmów wysokoprzetworzonych typu fast food w ogólnej diecie), siedzącego trybu życia i niskiego poziomu aktywności fizycznej.

Zgodnie z danymi Czerwonego Krzyża w 2010 r. na świecie było więcej osób otyłych (1,5 mld) niż niedożywionych (925 mln)¹. Problem otyłości i nadwagi dotyka w coraz większym stopniu dzieci – jak podaje NIK już **18 proc. dzieci w Polsce** zmaga się z tym nabrzmiewającym problemem cywilizacyjnym.

Zgodnie z zaleceniami Komisji Europejskiej i Europejskiego Urzędu ds. Bezpieczeństwa Żywności (EFSA) dla zachowania zdrowia niezbędne jest spożywanie pokarmów wysokoenergetycznych, makroskładników odżywczych oraz błonnika spożywczego.



W odpowiedzi na problem społeczny, preferencje klientów i zalecenia UE Auchan rozwija **ofertę produktów BIO oraz EKO**. W roku 2011 było to 300 artykułów, a oferta handlowa jest sukcesywnie rozwijana. Z myślą o wymagających klientach, którzy dużą wagę przywiązują do zdrowego stylu życia oraz zdrowego odżywiania stworzony został **dział zdrowej żywności**. Można w nim znaleźć takie produkty jak: produkty ekologiczne-bio, eko oraz inne certyfikowane produkty: sojowe, bezcukrowe, bezglutenowe oraz produkty z podwyższoną zawartością błonnika czy produkty proteinowe. W dziale klient Auchan znajdzie również gotowe do spożycia produkty spożywcze, chleb BIO własnego wypieku Auchan oraz pochodzące z ekologicznych upraw owoce i warzywa.



1. PAP 22.09.2011



Akcja Eko

Auchan podejmuje nieustanne działania na rzecz promowania zdrowego odżywiania i zrównoważonego rozwoju. Z okazji **15-lecia Auchan Polska** i **50-lecia Auchan na świecie** została zorganizowana akcja handlowa pod hasłem zrównoważonego rozwoju – **akcja EKO**, w której produkty zrównoważonego rozwoju były do nabycia po preferencyjnych cenach.

Akcji handlowej towarzyszyła akcja **promocyjno-edukacyjna** – została wydana **gazetka Eko**, rozdystrybuowana wśród klientów.

Specjalnie oznaczone produkty zrównoważonego rozwoju z gazetki (produkty z upraw ekologicznych, Fair Trade, energooszczędny sprzęt AGD) można było kupić w każdym sklepie Auchan w Polsce. Ponadto gazetka promowała **odpowiedzialną konsumpcję** oraz **zdrowe odżywianie**.

Produkty tradycyjne - rasa puławska

Auchan rozwija także **produkty tradycyjne** i jako jedyna sieć w Polsce ma w swojej ofercie **rasę puławską** – tak zwane 'łaciatki'. Świnie z rasy puławskiej hodowane są w gospodarstwach tradycyjnych, w tradycyjnych warunkach chowu, typowych dla produkcji w gospodarstwach rodzinnych. Historia rasy sięga aż początków XX wieku, wywodzi się ona od prymitywnych świń miejscowych, występujących w Polsce południowo-wschodniej, uszlachetnionych importowanym pogłowiem rasy berkshire. W 1996 roku rasa puławska została objęta **Krajowym Programem Ochrony Zasobów Genetycznych**, a w roku 2009 wpisana na **listę produktów tradycyjnych**.

Auchan współpracuje ściśle z **rolnikami** i **Polskim Związkiem Hodowców i Producentów Trzody Chlewnej „Polsus”** w zakresie:

systemu karmienia zwierząt

transportu przedubojowego

chowu tradycyjnego

identyfikacji tuczników

Jakość i bezpieczeństwo produktu

W trosce o najwyższą jakość produktów w ofercie Auchan prowadzone są następujące kontrole marek własnych:

PANEL - konsumencka ocena produktu

Każdy produkt przed wprowadzeniem jest badany organoleptycznie - przeprowadzane są wewnętrzne panele konsumenckie na grupie min. 35 osób. Produkt jest zatwierdzany na podstawie wyników panelu konsumenckiego. W przypadku niskiej średniej oceny osób degustujących produkt, zmienia się recepturę i ponownie przeprowadza badania. Dla produktów marki własnej już będących w sprzedaży są min. raz w roku przeprowadzane badania panelowe.

Specyfikacje techniczne produktu

Produkty marki własnej Auchan posiadają specyfikacje techniczne, na podstawie których dostawca deklaruje zgodność produktu z wymaganiami prawa żywnościowego oraz zgodność procesu produkcyjnego, i innych wymagań związanych z obowiązującym prawem.

Analizy laboratoryjne

Każdy produkt jest poddawany kontroli w niezależnym akredytowanym laboratorium na zgodność parametrów: organoleptycznych, mikrobiologicznych i fizyko-chemicznych.

Częstotliwość analiz **produktów żywnościowych** zależy od tzw. ryzyka mikrobiologicznego:

- produkty spożywcze świeże: 3 x rok
- produkty spożywcze trwałe słoje, słodkie, napoje: - 2 x rok
- produkty chemia i detergenty: 2 x rok

Badania **produktów przemysłowych**, prowadzone są z mniejszą częstotliwością:

- produkty Bazar - 1 x rok
- produkty tekstylia - 1 x rok

Badania prowadzone są w kolejnych cyklach życia produktu, na podstawie planu analiz na dany rok. W przypadku niezgodności produktu z zatwierdzoną specyfikacją lub niezgodnych analiz - produkt niezgodny zostaje wycofany ze sprzedaży. Dostawca otrzymuje kartę niezgodności i podaje wprowadzenie działań korygujących.



CZERWONY FAX – NA STRAŻY ZDROWIA KLIENTA

Dla zarządzania ryzykiem związanym z jakością produktów w Auchan zostały wprowadzone **procedura zarządzania sytuacjami kryzysowymi i czerwony telefon/faks**.

Na telefon można zgłaszać każde wydarzenie, które może potencjalnie zaszkodzić zdrowiu i bezpieczeństwu klientów Auchan, jakiegokolwiek wątpliwości dotyczące produktu czy reklamacje. Informacje o potencjalnym zagrożeniu mogą również pochodzić z następujących źródeł: Sanepid, Inspekcja Handlowa, laboratorium, media, Grupa Auchan.

Za bezpieczeństwo zdrowia klienta i działania wynikające z procedury odpowiedzialny jest Dział Kontroli Jakości Auchan. Po analizie sytuacji to Dział Jakości, w oparciu o schemat postępowania, opiniuje dalsze kroki i możliwość oraz warunki dalszej współpracy z dostawcą, w przypadku którego miały miejsce niezgodności.



W trosce o siłę nabywczą klienta – marki własne Auchan

Auchan stawia sobie za cel **zwiększenie siły nabywczej klienta**, rozumiane jako sprzedaż coraz większej liczby produktów, po coraz niższych cenach, przy zachowaniu niezmiennie wysokiej jakości. Dlatego za 100 zł wydane w sklepie Auchan klient kupuje więcej produktów, niż w innym sklepie. W tym celu Auchan rozwija ofertę produktów marki własnej, gwarantujących wysoką jakość po dostępnej cenie. W roku 2011 było to ponad 700 artykułów.



• **marka z logo Auchan** - artykuły o jakości lidera lub wyższej odpowiadające na nowe potrzeby klienta, średnio 30% tańsze niż artykuł lidera. Produkty tej marki łączą wysoką jakość i przystępną cenę.

SUPER JAKOŚĆ PO KORZYSTNEJ CENIE!



• **marka podniesionego kciuka** - starannie dobrane produkty o najniższej cenie oraz satysfakcjonującej jakości w swojej rodzinie produktów. To marka ciesząca się popularnością i zaufaniem wśród klientów Auchan.

ZAWSZE NAJTANIEJ!

W trosce o **siłę nabywczą, wygodę i bezpieczeństwo** swoich klientów Auchan wprowadziło również dwa produkty finansowe - **Kartę Visa Auchan** oraz **Kartę Skarbonka MasterCard** a także **program lojalnościowy Skarbonka**.

• **Karta Visa Auchan** – karta kredytowa, połączona z programem lojalnościowym Skarbonka. Poza komfortem bezgotówkowych zakupów i bezpieczeństwem oferuje ona możliwość rozłożenia spłaty zakupów na 5 rat, okresowe nieoprocentowane raty (4 i 10 rat - 0%), specjalne obniżki cenowe, zbieranie złotych za zakupione towary ze znakiem skarbonka na poczet przyszłych zakupów, zero opłat przy regulowaniu płatności w kasach Auchan.

• **Karta Skarbonka MasterCard** - połączenie programu lojalnościowego Skarbonka z kartą płatniczą. Klienci posiadający kartę Skarbonka MasterCard mogą jednocześnie płacić kartą za zakupy, zbierać złote w programie oszczędnościowym Skarbonka, jak i korzystać z licznych obniżek cenowych w sklepach Auchan. Karta MasterCard Skarbonka to **bezpieczeństwo** (ubezpieczenie od kradzieży i od użycia przez osobę nieuprawnioną) i **wygoda** wiążąca się z bezgotówkowymi zakupami. Daje także możliwość **kontrolowania domowych wydatków** poprzez zasilenie karty kwotą, której nie chcemy przekroczyć w naszym budżecie i może służyć jako **nowoczesne kieszonkowe** dla dzieci - kartę wyrobić można już 13-letniemu dziecku, zapewniając mu tym samym bezpieczny środek płatniczy.



• Program lojalnościowy Skarbonka

- zasada udziału w programie i korzystania z oferowanych przez program benefitów jest bardzo prosta. Wystarczy założyć kartę płatniczą Skarbonka MasterCard lub kartę kredytową Visa Auchan i kupować produkty ze znakiem Skarbonka by **zarabiać na zakupach**. Każdorazowo, zakup produktów ze skarbonką premiiowany jest bowiem złotówkami, które gromadzą się na koncie Skarbonka klienta. Dzięki specjalnemu oznakowaniu w przypadku artykułów kupowanych na sztuki można zobaczyć kwotę oszczędności, w przypadku produktów na wagę procentową wartość oszczędności.



Zróżnicowanie oferty i jej ciągle dopasowywanie do potrzeb i preferencji klientów oraz trendów żywieniowych, promocyjne ceny i działania zmierzające do wyrównania konsekwencji sytuacji makroekonomicznej i utrzymania niezmiennej siły nabywczej klientów - skutkują lojalnością klientów Auchan na całym świecie.

NASZE WSKAŹNIKI

	2011
Podpisanie Karty Etyki przez dostawców	100%
Poziom ogólnego zadowolenia klientów (Ankieta Helios - skala 1-10)	8
Defibrylatory w sklepach	100%
Sklepy posiadające ekipy przeszkolone z zakresu BHP i pierwszej pomocy.	100%
Liczba dostawców marki własnej posiadających audyty	192
Liczba audytów u dostawców marki własnej	120
Liczba dostawców	1500
Liczba artykułów BIO i EKO w ofercie Auchan	300



 **Auchan** i Społeczeństwo

Być firmą solidarną,
poprzez wsparcie
grup, zwłaszcza
dzieci i młodzieży,
znajdujących się
w trudnej sytuacji
wykluczenia.

Strategia i zarządzanie

Nasza strategia w tym obszarze jest prosta - chcemy być **dobrym sąsiadem i firmą solidarną**. Zrównoważony rozwój to **dostrzeżenie innych i otwarcie się na nich**, nie zaś skupianie na sobie kosztem innych. To patrzeć w przyszłość, zamiast skupiania się na dniu dzisiejszym i krótkoterminowych celach. Zgodnie ze swoją wizją **podnoszenia jakości życia jak największej liczby osób**, Auchan w Polsce angażuje się w misję mecenatu i odpowiada na potrzeby społeczne zgodnie z polityką zrównoważonego rozwoju.

W naszej strategii zrównoważonego rozwoju wybraliśmy pomoc dzieciom i młodzieży, bo one właśnie są tą przyszłością. Pomagając im dziś **budujemy lepsze jutro** nie tylko dla nich samych, ale i **dla nas wszystkich**. Mając świadomość skali problemu braku odpowiedniego kształcenia, zwłaszcza na obszarach wiejskich oraz zjawiska niedożywienia w Polsce, czynnie włączamy się w walkę z tymi problemami społecznymi.

Partnerzy

Od lat współpracujemy z organizacjami, których działalność wpisuje się w realizację strategicznych celów, które sobie postawiliśmy w ramach naszej polityki zrównoważonego rozwoju. Nasi stali Partnerzy na poziomie krajowym to: **SOS Wioski Dziecięce**, **stowarzyszenie ATD Czwarty Świat** oraz **Fundacja dr Clown**. Nasze działania nie ograniczają się do tego - przy realizacji projektów o charakterze społecznym współpracujemy również i z innymi organizacjami, takimi jak Polska Akcja Humanitarna czy Banki Żywności.

Dodatkowo, w duchu bycia dobrym sąsiadem, **prowadzimy działalność społeczną lokalnie** - sklepy Auchan mają własne stowarzyszenia partnerskie, z którymi współpracują - np. Auchan Żory wspiera świetlicę środowiskową Po prostu Partner, a Auchan Białystok przy ul. Hetmańskiej - Hospicjum dla dzieci. To tylko kilka przykładów działań lokalnych - nasza polityka pomocy zakłada, aby każde CENTRUM handlowe Auchan wspierało lokalne stowarzyszenia, bądź fundacje działające na rzecz dzieci i młodzieży.



**RAZEM POSTAWMY
NA GODNOŚĆ**

Stowarzyszenie
ATD Czwarty Świat



ATD to po francusku «Aide à Toute Détresse», co oznacza «Pomoc wobec każdego nieszczęścia». Dzisiaj skrót ATD oznacza «A Tous la Dignité», czyli «Razem postawmy na godność». Stowarzyszenie niesie pomoc **ludziom w sytuacji skrajnej biedy i wykluczenia**, jego cel to **walka z nędzą i wykluczeniem społecznym**.

Od 2008 wolontariusze ADT prowadzą zajęcia dla dzieci i ich rodzin w ramach akcji: **Biblioteki podwórkowe**, polegającej na zapoznawaniu dzieci i dorosłych z ubogich środowisk z książką i z innymi sposobami dostępu do wiedzy.

W ramach programu „France- Mecenes” działającego przy Ambasadzie Francji w Warszawie, Auchan od 3 lat wspiera finansowo projekt Bibliotek Ulicy w Warszawie oraz w Gdańsku. Od 2012 roku ATD nawiązała współpracę ze sklepem na Woli, która już zaowocowała wspólnym projektem dofinansowanym przez Fundację Auchan na rzecz młodzieży w 2012 roku.



**KAŻDE DZIECKO ZASŁUGUJE
NA KOCHAJĄCĄ RODZINĘ**

SOS Wioski Dziecięce

Misją stowarzyszenia jest **niesienie pomocy opuszczonym i osieroconym dzieciom**, stworzenie im domu, z mamą i tatą oraz rodzinnego ciepła. Ważnym aspektem pracy Wiosek jest przygotowanie dzieci do samodzielnego życia i zapewnienie im lepszej przyszłości poprzez **wyrównywanie szans edukacyjnych**.



W listopadzie 2011 Auchan Polska rozpoczął dystrybucję kratek świątecznych i misiów - symbolicznej maskotki projektu. Karty wykonane zostały przez wychowanków Wiosek Dziecięcych i znanych rysowników, były też karty z ulubionymi świątecznymi przepisami znanych aktorów.

Całkowity dochód - 50 tys. zł został przekazany rzecz potrzebujących dzieci, podopiecznych Wiosek, a dzięki zgromadzonym środkom miały one piękne święta.

Z okazji 15 lat Auchan w Polsce i 50 lat istnienia firmy wydaliśmy specjalną charytatywną kartkę noworoczną, dochód ze sprzedaży której, również wsparł Wioski Dziecięce.

Auchan wspiera osierocone dzieci także poprzez przekazywanie produktów bezpośrednio do Wiosek, znajdujących się w pobliżu sklepów Auchan np. w Rzeszowie /Krasne/ i Bielsku.

LECZYĆ ŚMIECHEM

Fundacja dr Clown

Fundacja realizuje misję leczenia śmiechem. Pracownicy i wolontariusze Fundacji przebrani za 'doktorów clownów' odwiedzają chorych w szpitalach, wspierając proces leczenia i rekonwalescencji poprzez zabawową terapię. Celem Fundacji jest by pobyt w szpitalu nie kojarzył się małym pacjentom z bólem, zastrzykami i cierpieniem.

W roku 2011 komitet dyrekcyjny Auchan odbył zajęcia terapii śmiechem, aby na sobie poznać dobroczynne działanie dobrego humoru. Dodatkowo Auchan sfinansował kąciak dla dzieci w szpitalu przy ulicy Niekańskiej w Warszawie. Od 2012 sklep na Modlińskiej wspiera działalność świetlicy środowiskowej Dr Clowna, która została otwarta na ulicy Jagiellońskiej.



WSPÓLNIE PRZECIWKO UBÓSTWU

Banki Żywności

Celem działania Banków Żywności jest zmniejszenie obszarów niedożywienia oraz przeciwdziałanie marnowaniu żywności. Udzielają one bezpłatnej pomocy żywnościowej najbardziej potrzebującym.

W roku 2011 Auchan Polska przeprowadziło trzy ogólnopolskie zbiórki żywności na rzecz Banków Żywności – przed Wielkanocą, we wrześniu oraz w grudniu przez Bożym Narodzeniem.

Wzorem lat ubiegłych, wolontariusze Banków Żywności zbierali od klientów Auchan podstawowe produkty żywnościowe tj.: ryż, makarony, cukier, mąkę, oleje, słodycze, konserwy. Dzięki hojności klientów Auchan i zaangażowaniu pracowników firmy i wolontariuszy udało się zgromadzić tylko **w okresie grudniowej zbiórki prawie 19 ton żywności.**

Fundacja Auchan na rzecz młodzieży

Swój jubileusz 50-lecia Auchan świętowało w najpiękniejszy możliwy sposób – myśląc o innych. 6 lipca 2011 roku, z myślą o młodych, potrzebujących osobach, firma uruchomiła oddziały Fundacji Auchan na rzecz młodzieży we wszystkich 12 krajach, w których Grupa Auchan ma swoje centra handlowe.



AUCHAN DLA MŁODZIEŻY

Celem Fundacji jest dostarczenie **młodym potrzebującym osobom** środków umożliwiających **rozwój posiadanego talentu** i **zainteresowań** oraz **osiągnięcie sukcesu**. Fundacja wspiera inicjatywy wspomagające rozwój młodzieży, działania edukacyjne i integracyjne.

W roku 2011 Fundacja Auchan na rzecz młodzieży wsparła finansowo realizację dwóch projektów:

1. DOFINANSOWANIE PROGRAMU EDUKACYJNEGO FUNDACJI ŚW. BARNABY

Projekt zawierał trzy, wzajemnie uzupełniające się, programy: pomoc w odrabianiu lekcji, kursy specjalistyczne z języka angielskiego, muzyki i plastyki oraz organizacja poczęstunku wigilijnego i paczki od świętego Mikołaja dla dzieci. Odbiorcami projektu było 150 dzieci w wieku od 8 do 18 lat.

2. DOFINANSOWANIE PROJEKTU „TRAMPOLINA” - FUNDACJI „PO PROSTU PARTNER”

Projekt Trampolina skierowany jest do dzieci w bardzo trudnych warunkach życiowych. Jego celem jest poprawa warunków intelektualnych tych dzieci (nauka czytania, pisanie, liczenie, logicznego myślenia oraz rozwijanie pamięci) oraz poprawa motoryki i integracji społecznej dzieci, poprzez pracę nad sposobem wyrażania emocji i ich kontrolowaniem oraz wystawianiem się.

Ponadto w roku 2011 Fundacja Auchan na rzecz młodzieży wsparła **Stowarzyszenie SOS Wioski Dziecięce** we wszystkich krajach, w których działa Auchan. W Polsce było to dofinansowanie 5 tys. Euro oraz 50 tysięcy złotych przyznanych przez Auchan Polska.



Jak pomagamy – dobre praktyki

Zaangażowanie Auchan przybiera też formy projektów, których pomysłodawcami i wykonawcami są pracownicy poszczególnych sklepów Auchan. Z uwagi na mnogość realizowanych inicjatyw, trudno przedstawić je wszystkie - wybraliśmy więc kilka z nich.

Pomagamy kreatywnie

W grudniu pracownicy centrali Auchan zorganizowali doroczny konkurs bożonarodzeniowy na najładniejsze świąteczne ozdoby, autorstwa naszych pracowników. W roku 2011 były to m.in. bombki wykonane techniką decoupage'u, szopki, aniołki z papieru lub modeliny, choinka, pierniki, gwiazdki, dzwoneczki i wiele, wiele innych świątecznych dekoracji. Zwyciężyła szopka w całości wykonana z makaronu. Zgłoszone do konkursu prace zostały zlicytowane. Atmosfera licytacji była gorąca a emocje wielkie, zaś całkowity dochód został przekazany na zakup wózka inwalidzkiego dla 18-letniej, niepełnosprawnej Anetki.



Dzięki zebranej sumie rodzina Anetki mogła wnieść do NFZ wkład własny i Anetka otrzymała wózek. Wraz z zebranymi środkami do Anetki trafił nowy przyjaciel – śnieżnobiały kot - maskotka, z której obdarowana cieszyła się najbardziej.

Pomagamy na odświeżenie, pomagamy na wesoło

W maju 2011 roku **każdy sklep Auchan** zorganizował u siebie lokalną akcję charytatywną, polegającą na sprzedaży tortu urodzinowego Auchan na rzecz wybranej lokalnej fundacji lub stowarzyszenia.



Z okazji swoich trzecich urodzin **Auchan Modlińska** zorganizował loterię dla pracowników, przygotowany został także urodzinowy tort. Środki ze sprzedaży tortu zostały przekazane na rzecz fundacji Pomóż Im, wspierającej dzieci z chorobami nowotworowymi. Zorganizowano liczne konkursy plastyczne i komputerowy turniej piłki nożnej dla dzieci oraz honorową zbiórkę krwi, w której wzięli udział pracownicy i klienci Auchan.

Z okazji 10 urodzin **Auchan Bydgoszcz** zorganizował Bitwę na taniec, którą można oglądać na You Tube oraz zorganizował Drzwi Otwarte dla szkoły podstawowej nr 15 w Bydgoszczy pod hasłem: „Jak dorosnę – będę pracował w Auchan”. Ponadto zorganizowana została zbiórka karmy dla zwierząt, w ramach której zebrano 250 kg karmy. Klienci i pracownicy oddali 12 litrów krwi i udało się zarejestrować 100 dawców szpiku kostnego.



29 listopada, z okazji 10. urodzin **Auchan Żory**, pracownicy upiekli kilkunastometrowy tort urodzinowy, który został rozdzielony wśród klientów Auchan, a środki z jego sprzedaży również zasiliły konto Stowarzyszenia Pomocy Dzieciom i Młodzieży „Po prostu Partner”. Sklep w Żorach wsparł również Fundację Dr Clown poprzez zaproszenie clownów do sklepów i malowanie buziaków dzieci.



Zorganizowany został także Dzień Otwarty dla dzieci z Domu Dziecka w Gorzyczkach. Była pyszna zabawa, i ogólnie było bardzo smakowicie.



Sklep **Auchan Hetmańska**, na swoje 3 urodziny, zorganizował loterię dla pracowników, a środki ze sprzedaży urodzinowego tortu zostały przeznaczone na rzecz Fundacji Pomóż Im, która wspiera dzieci z chorobami nowotworowymi. Pracownicy i klienci honorowo oddawali krew. Dla dzieci zorganizowano pokaz mody dziecięcej, a także liczne konkursy plastyczne i komputerowy turniej piłki nożnej dla dzieci. Wszystkie akcje zaproponowali pracownicy lub managerowie sklepu. A na rzecz środowiska – wprowadzono segregowanie odpadów w stołówce!





Pomagamy kolorowo

W maju 2011 sektor ochrony **Auchan Mikołów** urządził sadzenie drzew i porządkowanie ogrodu w okolicznym przedszkolu. Pracownicy działu Ogród wyselekcjonowali krzewy i kwiaty ozdobne, pielęgnowali je i później cała ekipa, w dniu wolnym zebrała się w przedszkolu i tam wspólnie z dziećmi zorganizowała prześliczny ogródek. Wspólnie pracowali, pomagali i bawili się. I zrobiło się trochę bardziej kolorowo i radośnie.



Włączając się w **Międzynarodowy Rok Wolontariatu** pracownicy **Auchan Żory** pomalowali pomieszczenie świetlicy należącej do Stowarzyszenia Pomocy Dzieciom i Młodzieży „Po prostu Partner”. Przez trzy dni dziesięcioro pracowników Auchan pracowało na dwie zmiany, od rana do wieczora i w wolnym od pracy czasie, remontowali i malowali pomieszczenie, przeznaczone na nową świetlicę dla dzieci. Farby, kontakty elektryczne i inne narzędzia podarował Leroy Merlin. Firma Auchan ufundowała lodówkę. Pomoc dzieciom dała pracownikom mnóstwo radości, a najlepszą nagrodą za pracę były ich uśmiechnięte buzie.



Pomagamy z sercem



Auchan od lat prowadzi działalność charytatywną na rzecz dzieci z domów dziecka. Pracownicy **Centrali Zakupów** zorganizowali zbiórkę darów dla dzieci z Ośrodka Socjalizacyjnego „PANDA” w Koźlenicach. Do dzieci trafiły przekazane przez dział Tekstylii ubrania, bielizna i buty. Dział Bazar przekazał koce, kołdry, pościel, artykuły szkolne i książki, gry i zabawki. Do akcji włączyły się też dział AGD/RTV przekazując drobny sprzęt elektroniczny i gry oraz dział spożywczy, przekazując artykuły spożywcze, słodycze i owoce. Zorganizowana została także zbiórka środków finansowych, za które zakupiono prezenty dla dzieci przystępujących do Pierwszej Komunii Świętej, a wszyscy wychowankowie wzięli udział w wycieczce do Ogrodu Zoologicznego w Warszawie.



Auchan Wola zorganizował świąteczny kiermasz „Podziel się sercem”. Piernikowe serduszka zostały pomalowane przez dzieci, zaś ich licytacja odbyła się w szkole nr 80 w Warszawie. Zebrano prawie 2 tysiące złotych. Środki finansowe zostały przekazane najbardziej potrzebującym dzieciom.



Wspólnie się uczymy

W dniach 18 i 19 czerwca 2011 roku, dzięki inicjatywie Immochan Biuro Regionalne Park Handlowy Auchan Bielany i Wojewódzkiego Ośrodka Ruchu Drogowego we Wrocławiu, uczniowie szkół podstawowych i gimnazjów mieli możliwość przystąpienia do egzaminu na kartę rowerową i motorowerową w **mobilnym miasteczku ruchu drogowego**. Miasteczko zostało zbudowane na parkingu Parku Handlowego Auchan Bielany. Elementami miasteczka były drogi, ronda, skrzyżowania,

przejścia dla pieszych, znaki drogowe i sygnalizatory świetlne. Miasteczko służyło do nauki zasad ruchu drogowego oraz spełniało warunki potrzebne do przeprowadzenia egzaminów na kartę rowerową i motorowerową. Łącznie do egzaminu przystąpiło 138 uczniów, odpowiednio: 49 uczniów na kartę rowerową i 89 uczniów na kartę motorowerową. Auchan ufundowało 28 nagród dla uczniów (rolki, zestawy ochronne dla rowerzystów, kubki termiczne, notesy), którzy uzyskali najlepsze rezultaty na egzaminie. Cała akcja została przygotowana i przeprowadzona przez egzaminatorów WORD-u, pracowników IMMOCHAN, Biura Regionalnego Auchan Bielany i Straży Miejskiej.

Dobrze jest pomagać – pracownicy o wolontariacie



Wolontariat daje mi szansę wykorzystania własnych umiejętności i doświadczeń, mogę rozwinąć zainteresowania oraz wywierać wpływ na zmiany społeczne, mam szansę zaangażowania się. Uczy wrażliwości na drugiego człowieka, pozwala odkrywać poczucie sensu pomagania innym oraz daje ogromną satysfakcję

Beata Bartnik - Manager Tekstylii Żory



Jesteśmy dumni z tego, że możemy wspierać dzieci wykluczone ze swoich rodzin, dać im trochę radości. W tym roku również będziemy o nich pamiętać. Śliczne kartki świąteczne zrobione przez dzieci i zdjęcia uśmiechniętych buziek to dla nas ogromna satysfakcja i największe podziękowanie.

Ula Płoska-Jóźwiak
- Manager działu tekstylii męskie Auchan Łomianki



Angażuję się gdyż uważam, że pomoc dzieciom w ramach wolontariatu procentuje na ich przyszłość. Dzieci ze Stowarzyszenia PO PROSTU PARTNER oraz z Domu Dziecka w Gorzyczkach dobrze zdążyłam poznać i widzę, że takie działania powodują uśmiech na ich twarzach. Przez taki rodzaj pomocy, dzieci czują się dostrzeżone, dowartościowane, bardziej zmotywowane do pozytywnego działania i spojrzenia na świat, a wiemy przecież, że życie ich nie rozpieszcza.

Joanna Mrozik - pracownik administracji



Cenię to, że Auchan wspiera instytucje, które pomagają dzieciom. Sama jestem mamą i widzę, jakie potrzeby mają dzieci i jak ciężko czasem im sprostać. Życie staje się lepsze i radośniejsze, gdy ktoś wyciąga do nas pomocną dłoń, choćby w drobnych sprawach. Dlatego z przyjemnością poświęcam swój czas by umilić życie dzieciom, które są pokrzywdzone przez los. Dzięki Auchan jest to możliwe.

Agnieszka Pluta - Sprzedawca dział AGD

Wspólnie na rzecz potrzebujących

Zgodnie z polityką firmy, Auchan Polska nie bierze udziału w konkursach i rankingach. Podejmowane przez firmę działania na rzecz pracowników, partnerów, społeczności lokalnych i środowiska wynikają z realizacji misji Auchan i nie mają stanowić elementu promocji marki. Nagrodą są dla nas rezultaty naszych działań i pozytywne oddziaływanie, które z nich wynika, jak również wysoka ocena naszych partnerów społecznych.



Od pierwszego spotkania z Auchan współpraca układa się bardzo pomyślnie. Na każdym etapie spotykaliśmy się z życzliwością i znakomitą przygotowaniem merytorycznym pracowników w zakresie rozwoju CSR w Auchan. Wiele się nauczyłam obcując

z pracownikami Auchan - są szczerzy, bezpośredni i pełni woli pomocy i zaangażowania się w aktywności na rzecz Fundacji i naszych maluchów, niezależnie od tego, iż czasem z obu stron wymaga to dodatkowej pracy czy poświęcenia prywatnego czasu. To co ujmuje mnie najbardziej to radość, optymizm, uśmiech jaki towarzyszy nam w tej wymianie. Życzyłabym naszej Fundacji jak największej ilości takich dobrych praktyk CSR:)

Katarzyna Dera - Koordynator i Szkoleniowiec Fundacji Dr Clown



Federacja Polskich Banków Żywności jest organizacją pożytku publicznego, której misją jest ograniczanie problemu marnowania żywności i niedożywienia w Polsce. Banki Żywności przekazują żywność ponad 3 500 organizacjom charytatywnym, za pośrednictwem których trafia ona do blisko miliona potrzebujących. W 2011 roku Banki Żywności przekazały łącznie ponad 68 tysięcy ton artykułów spożywczych pozyskanych od producentów, dystrybutorów, z unijnego programu PEAD, a także ze zbiórek żywności i wyklikajzywosc.pl., w tym ok. 20 ton z Auchan Polska. Pomoc trafiła m.in. do matek samotnie wychowujących dzieci, rodzin wielodzietnych, osób bezdomnych, bezrobotnych, starszych i niepełnosprawnych.

Marek Borowski
- Prezes Banków Żywności w Polsce



Odkąd zaczęliśmy współpracę z Auchan mieliśmy okazję rozwijać projekt bibliotek podwórkowych na wiele sposobów - otrzymaliśmy wsparcie finansowe, przeznaczone na szkolenie wolontariuszy oraz książki i materiały dla naszych bibliotek. Obecnie, wspólnie z Auchan Wola, przygotowujemy całościowy projekt wspierania dzieci i młodzieży z bardzo izolowanego i wykluczonego osiedla. Bardzo ciekawym aspektem tej współpracy jest dla mnie kontakt z pracownikami Auchan. Lubię ich otwartość i gotowość do pomocy. Ich entuzjazm jest wielkim wsparciem i daje nam energię by kontynuować projekty, które przeciwdziałają społecznemu wykluczeniu dzieci, młodzieży i całych rodzin.

Pierre Klein - Koordynator ATD Polska, www.atd.org.pl

W 2011 roku firma Auchan Polska **otrzymała nagrodę oraz dyplom z podziękowaniem** za wieloletnią współpracę oraz wspieranie fundacji **SOS Wioski Dziecięce**. Sklepowi Auchan w Białymstoku przy ul. Hetmańskiej przyznano nagrodę za wsparcie i współpracę z **Dziecięcym Hospicjum „Pomóż im”**.

Auchan dobrym sąsiadem

Działania Auchan na rzecz otoczenia społecznego mają także inny wymiar - firma buduje relacje z lokalnymi społecznościami, wspiera gospodarkę i działa na rzecz poprawy jakości życia poprzez inwestycje w infrastrukturę, tworzenie miejsc pracy oraz świadczenia podatkowe.



Wiadukty w Piasecznie

Inwestycje potrzebne lokalnym społecznościami

Inwestycje Auchan są realizowane w perspektywie długoterminowej z **uwzględnieniem lokalnych uwag i potrzeb**, zarówno jeśli chodzi o centra handlowe jak i rozwój lokalnej infrastruktury, w tym drogi, sieci kanalizacyjne, elektryczne, teletechniczne etc.

Na przykład - projekt Auchan w Łomiankach, oprócz budowy węzła drogowego zbiegu ulic Kolejowa-Brukowa, zakładał przebudowę ronda na ulicach Warszawska - Brukowa - w miejscu, gdzie wcześniej było niebezpieczne skrzyżowanie. Rozwój kolejnych dróg i sieci, poprawa oświetlenia ulicznego, nowe wodociągi umożliwią zarówno przyszłościowy rozwój dla lokalnej społeczności, jak i poprawę bieżących warunków dla istniejących domów, zakładów. Tu przykładem może być zrealizowana inwestycja na ul. Dolnej.

Nowe miejsca pracy i polityka zatrudnienia

Każde nowe Centrum Handlowe Auchan to przede wszystkim **nowe miejsca pracy** - ok. 1000 miejsc pracy bezpośrednio i drugie tyle pośrednio w firmach logistycznych i obsługujących Centrum. Inwestycje w potrzeby lokalne poza Centrum są wielokrotnie większe.

Zgodnie z polityką zatrudnienia Auchan przy otwarciu nowych centrów opiera się na **zatrudnieniu lokalnym** oraz **współpracy z Urzędem Pracy**. Auchan podpisuje z miastem umowy, gwarantujące pierwszeństwo zatrudnienia lokalnym mieszkańcom, osobom bezrobotnym i absolwentom, np. przy otwarciu Auchan w Gliwicach w listopadzie 2010 roku, zatrudniono 30 osób bezrobotnych, analogicznie wygląda współpraca przy nowym Centrum Auchan w Łomiankach pod Warszawą.

NASZE WSKAŹNIKI

19 795,03 kg
żywności zebranej przez Banki Żywności

2 projekty dofinansowane przez Fundację Auchan na rzecz młodzieży o **wartości 34 tys.euro**

Ogółem w **2011** roku przekazano licznym lokalnym stowarzyszeniom i fundacjom darowizny w wysokości prawie **500 tys. zł**



Auchan i Środowisko

Zmniejszać negatywny wpływ na środowisko w całym łańcuchu wartości, wzmacniać pozytywny.

Nasz wpływ i nasza odpowiedź

Istotą zrównoważonego rozwoju jest dążenie do minimalizowania negatywnego wpływu i wzmacnianie pozytywnego. W przypadku środowiska, celem jest odpowiedzialna konsumpcja, czyli taka, która nie pozbawi przyszłych pokoleń możliwości korzystania z istniejących obecnie, naturalnych zasobów. Jako firma handlowa Auchan wpływa na środowisko naturalne począwszy od etapu produkcji, poprzez opakowania, transport, magazynowanie i logistykę, sprzedaż i konsumpcję, po utylizację i odzysk materiałów opakowaniowych.

W Auchan jesteśmy przekonani, że działania korzystne dla środowiska są też korzystne dla firmy lub staną się takie w dłuższej perspektywie. Dlatego też nie wahamy się inwestować w nowe **pro-ekologiczne rozwiązania**, wzbogacamy naszą ofertę handlową o **produkty przyjazne środowisku**, prowadzimy **szkolenie pracowników i uwrażliwiamy** na kwestie środowiskowe naszych **partnerów społecznych**. Dodatkowo przyjęliśmy szereg samoregulacji dotyczących zużycia energii i wody, emisji CO₂ oraz nawiązaliśmy współpracę z profesjonalną firmą odzysku.

Zarządzanie obszarem

Zarządzanie kwestiami środowiskowymi jest umiejscowione na poziomie Dyrektora ds. Inwestycji. Każdy ze sklepów Auchan jest zobowiązany do podjęcia zaangażowań w tym zakresie, w ramach realizacji polityki zrównoważonego rozwoju firmy.

Dodatkowo, by podkreślić wagę obszaru dla firmy i zachęcić management do zwiększonych działań w tym zakresie, Auchan przygotowuje się do tego, by do istniejących trzech kryteriów oceny menedżerów - handel, zarządzanie i ekipa, dodać kryterium środowiskowe. Tym samym podejmowane w tym obszarze zaangażowania i realizowane projekty staną się elementem oceny pracy menedżerów.

Pro-środowiskowe praktyki



Auchan podejmuje szereg działań i wdraża procedury na rzecz minimalizowania negatywnego wpływu na środowisko, głównie poprzez **zmniejszenie zużycia mediów, ograniczenie zużycia toreb kasowych oraz zbiórkę i recykling odpadów.**

W ramach synergii w grupie Auchan, poszczególne kraje wymieniają się dobrymi praktykami i doświadczeniami, pozwalając tym samym innym krajom korzystać z wypracowanych rozwiązań i udoskonalać firmę, procesy zarządzania, w tym środowiskowe.

Warto wiedzieć

Zanieczyszczone powietrze - zgodnie z definicją Światowej organizacji Zdrowia (WHO) to powietrze, którego skład chemiczny może w negatywny sposób wpłynąć na zdrowie człowieka, zwierząt, a także na rośliny i elementy środowiska (woda, gleba). Zanieczyszczenia są wchłaniane przez człowieka w procesie oddychania, powodując m.in. schorzenia układu oddechowego, alergie i zaburzenia reprodukcji. W skali makro do ich skutków zalicza się m.in. efekt cieplarniany, dziurę ozonową czy kwaśny deszcz.

Każdy może przyczynić się do ochrony środowiska poprzez szereg drobnych, codziennych działań.

Zużycie wody i energii elektrycznej

W Auchan przeprowadzona została analiza zużycia energii elektrycznej we wszystkich sklepach, wprowadzono pełny monitoring i kontrolę zużycia mediów w systemie on-line, na podstawie którego, został stworzony **ekonomiczny model zużycia mediów**. Tym samym każdy manager odpowiedzialny za daną strefę (hala sprzedaży, parking, magazyny etc.) wie, jaki jest optymalny poziom zużycia mediów. W sytuacji, gdy ten poziom zostaje przekroczony wysyłany jest sms z poleceniem sprawdzenia, co się dzieje. Konsumpcja energii i wody jest analizowana podczas zebrania komitetów dyrekcyjnych w sklepach.

Ponadto dla ograniczenia zużycia wody i energii elektrycznej w okresie raportowania podjęte zostały następujące działania:

zastąpienie oświetlenia obiektów Auchan na bardziej energooszczędne świetlówki, które zapewniają mniejsze zużycie energii

w 2011 wymieniono 70% oświetlenia

zamykanie chłodzi na noc we wszystkich działach mrozonek i produktów świeżych Auchan dla ograniczenia strat zimna

100% sklepów

wyposażenie wszystkich obiektów w czujki ruchu, aby eliminować zbędne oświetlenie w miejscach o małym natężeniu ruchu

100% sklepów

wyposażenie klimatyzatorów w czujniki ruchu

100% sklepów

wprowadzenie bezwodnych pisuarów

30% sklepów

zamontowanie świetlików w dachach

100% sklepów

Auchan planuje przeprowadzić eksperyment z wykorzystaniem technologii LED w oświetleniu. Auchan Polska jest prekursorem w tej dziedzinie. Zastosowanie technologii LED umożliwia zmniejszenie zużycia energii aż o 60-70%. Nie jest to jeszcze tania technologia, jednak w dłuższej perspektywie jest korzystna nie tylko dla środowiska, ale i dla firmy i z czasem może stać się opłacalna.

Warto wiedzieć

Technologia LED (ang. Light Emitting Diodes) - najnowsza generacja źródeł światła, o najwyższym współczynniku ilości uzyskiwanego światła do wykorzystanej energii i długim czasie życia. Dodatkowo, z uwagi na fakt, iż oświetlenie LED nie zawiera rtęci jest ono bezpieczne dla środowiska naturalnego.

Dodatkowo Dział Inwestycji stworzył **Księgę Dobrych Praktyk Ekologicznych**, w których znajdują się techniczne wytyczne korzystne dla środowiska, typu: montaż kurtynek na meblach chłodniczych, liczniki pomiaru itd. Księga pokazuje jak **każdy może przyczynić się do poprawy bilansu energetycznego i ochrony środowiska poprzez szereg drobnych, codziennych działań** typu: wychodząc z biura gaś światło, gdy kończysz pracę wyłącz komputer. Opracowane zostały również plakaty komunikacyjne „10 zasad ochrony środowiska”.

W Auchan prowadzone są **szkolenia i warsztaty** z pracownikami z zakresu ekologii, których efekt jest wzmacniany poprzez akcje uwrażliwiania pracowników i **komunikację wizualną** – plakaty przypominające o konieczności ekologicznych zachowań: Oszczędzaj energię, wychodząc z biura zgaś światło, wyłącz komputer po pracy.

Podczas synergii managerów ds. technicznych **wymieniane są dobre praktyki** między sklepami a na poziomie Grupy, dyrektor ds. inwestycji dzieli się doświadczeniem z innymi krajami.

Dzięki tym działaniom udało się ograniczyć zużycie wody i energii elektrycznej. W rezultacie **polskie obiekty Auchan** od kilku lat mają **najniższe zużycie mediów w całej Grupie Auchan**.

Nasz sukces:
100% odzysku odpadów
opakowaniowych:
folia i karton

Emisja CO₂

W swoich staraniach na rzecz środowiska Auchan wyprzedza polskie regulacje. Dbając o redukcję emisji CO₂ w Auchan wymieniono w roku 2011 w **100% sklepów czynniki freonowe** w instalacjach chłodniczych. Nowe instalacje, które są wdrażane w Auchan nie wykorzystują już freonu do chłodzenia. Stanie się to obligatoryjną normą w Polsce dopiero pod koniec roku 2013.

Warto wiedzieć

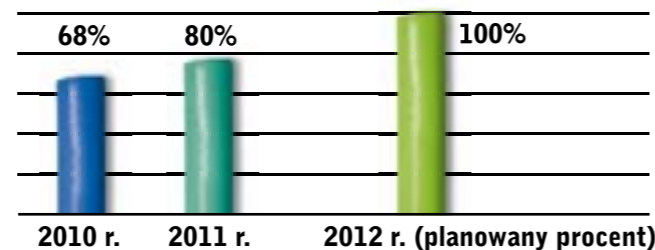
Freon (R-12) - syntetyczny gaz zawarty w klimatyzatorach i lodówkach, pełniący funkcję chłodniczą. Jest szczególnie szkodliwy dla warstwy ozonowej atmosfery ziemskiej.



Papier

W wizji Auchan zapisane jest bycie konkurencyjną firmą dzięki **wykorzystaniu nowych technologii**. Jednym ze sposobów realizacji tej wizji jest projekt o nazwie „**Dematerializacja**” – mający na celu zastąpienie papieru, wersją elektroniczną dokumentów połączoną z bazami danych. Projekt został zainicjowany w księgowości w roku 2008, w **2010** roku **68%** dokumentów księgowych przybrało formę elektroniczną (uległo dematerializacji), zaś w roku **2011** było to już **80%**. W roku 2012 Auchan planuje przejść na całkowity elektroniczny obieg faktur.

DEMATERIALIZACJA DOKUMENTÓW PAPIEROWYCH



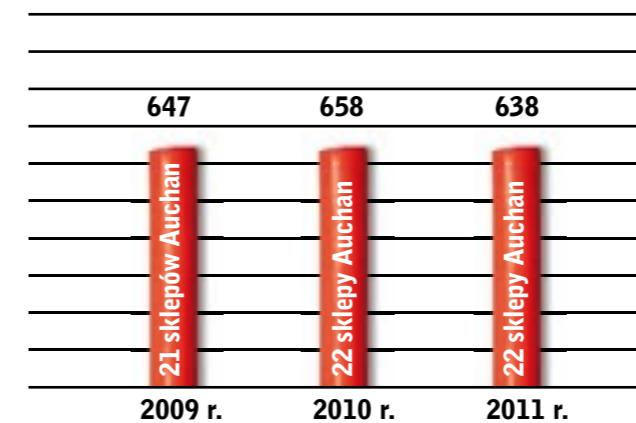
Torby kasowe

Kasowe torby foliowe zostały w Auchan zastąpione **torbami ze składnikiem d2w**, który umożliwia ich **pełny rozkład** w ciągu **24 miesięcy**. W trosce o wygodę swoich klientów, Auchan nie wycofał darmowych toreb kasowych, nie chcemy podejmować decyzji za naszych klientów wprowadzając odpłatne torby, wzorem innych firm, mimo iż wiązałyby się to ze znacznymi oszczędnościami. Chcemy pozostawić tę decyzję naszym klientom, ze swojej strony zapewniając im **ekologiczne alternatywy** – takie jak torby foliowe wielokrotnego użytku i skrzynki plastikowe do wygodnego pakowania zakupów w samochodzie oraz prowadząc szereg działań i projektów na rzecz **promowania pro-ekologicznych postaw**.

W tym celu stworzyliśmy projekt „**Ekologicznie na kasach**”, któremu towarzyszy wizualizacja zachęcająca klientów do segregowania zakupów na taśmie kasowej po to, by zużywać mniej reklamówek i zachęcać do ekologicznych postaw. Przeprowadzone zostały również szkolenia dla pracowników kas, dotyczące efektywnego wykorzystania toreb, celem ograniczenia ich zużycia.

Poprzez prowadzone w sklepach **eko-akcje** i **działania informacyjne** dla klientów, poprzez **wspólną zabawę i pracę na rzecz środowiska** – naszego wspólnego dobra - zmieniamy ich i swoje własne zachowania konsumpcyjne, czego dowodem jest fakt, że pomimo oddania w końcu 2010 roku nowego hipermarketu Auchan w Gliwicach (15.11.2010) wykorzystanie toreb kasowych uległo obniżeniu o 20%.

LICZBA TOREB ROZDYSTRYBUOWANYCH NA KASACH W M²



Recycling

W firmie funkcjonuje **polityka śmieciowa**. Jest to część ogólnej polityki firmy, w której zapisano, że firma ma pracować nad zmniejszeniem negatywnego wpływu na środowisko oraz zmniejszać ilość produkowanych odpadów a zwiększać odzysk. Wszystkie obiekty są wyposażone w prasy i kontenery (suche i mokre) do gromadzenia odpadów i zmniejszania ich gabarytów dla optymalizacji. Przed wysłaniem do recyklingu wszystkie odpady są sortowane.



Dzięki wdrożeniu polityki i biznesowemu podejściu do zarządzania tym obszarem, jak również dzięki wyborowi profesjonalnego partnera - nawiązaniu współpracy z organizacją odzysku Rekopol - udało się zamienić początkowy koszt w dochód. Tym samym udało się sprawić by pro-ekologiczna działalność była z korzyścią zarówno dla środowiska jak i dla Auchan. REKOPOL - www.rekopol.pl.

Warto wiedzieć

Recykling - odzysk, który polega na powtórnym przetwarzaniu substancji lub materiałów zawartych w odpadach w procesie produkcyjnym w celu uzyskania substancji lub materiału o przeznaczeniu pierwotnym lub o innym przeznaczeniu, w tym też recykling organiczny, z wyjątkiem odzysku energii.

Odpowiedzialny handel

Jako firma handlowa Auchan chce utożsamiać się nie tylko z zawsze dopasowaną do potrzeb klienta ofertą i zwiększaniem jego siły nabywczej. Odpowiedzialny handel to także myślenie w kategoriach wpływu na środowisko w całym łańcuchu wartości i zarządzanie nim mające na celu redukcję negatywnego wpływu. Odpowiedzialny handel to też odpowiedzialne zakupy, produkcja i sprzedaż, to promowanie ekologicznych postaw dostawców i zachęcanie do nich.

Zachęcanie dostawców do pro-ekologicznych postaw

W **Karcie Etyki Dostawców Auchan**, podpisywanej przez każdego z dostawców i Auchan w momencie podpisania kontraktu, znajduje się zapis: Auchan będzie promował dostawców, którzy wnoszą **aktywny wkład w ochronę środowiska**, tym samym przyczyniając się do **poprawy jakości życia każdego człowieka**.

W trosce o zmniejszanie negatywnego wpływu na środowisko, Auchan współpracuje z przewoźnikami posiadającymi pojazdy zgodne z **normą Euro 3 i 5**. Pojazdy tego typu zapewniają niższą emisję tlenu azotu oraz cząstek stałych do środowiska.

Firma planuje także **przeprowadzenie dodatkowych szkoleń** z zakresu zrównoważonego rozwoju dla kupców, by pomóc im pełniej szacować **wpływy środowiskowe** w całym łańcuchu wartości Auchan.



Odpowiedzialne zakupy

W 2011 roku firma Auchan wzięła udział w ankiecie na temat zrównoważonego połówu i sprzedaży ryb, publikując na stronie internetowej naszą politykę dotyczącą tego obszaru.

Prowadząc zakup ryb i owoców morza Auchan przestrzega zasad, które pozwalają na **świadome wykorzystanie zasobów wód** oraz dają nadzieję na **odbudowę łowisk i zrównoważony rozwój poszczególnych gatunków ryb**:

- przestrzeganie okresów ochronnych
- posiadającymi zezwolenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego na bezpieczne odłowy
- współpraca z dostawcami
- posiadającymi środowiskowe certyfikaty (dostawcy zagraniczni) np. plany dostosowawcze do wymogów ochrony środowiska, własną oczyszczalnię ścieków itd.
- przestrzeganie wymiarów ochronnych ryb
- współpraca z Instytutem Rybactwa oraz Polską Akademią Nauk w zakresie zakupu i certyfikowania działań związanych z hodowlą i dobrostanem ryb

Auchan, jako pierwszy hipermarket na świecie wycofał ze sprzedaży zagrożone gatunki rekina we wszystkich sklepach.

Nasz sukces:
Redukcja opakowań
o 4 tony w skali roku.



Odpowiedzialna produkcja

Jedną z ważnych metod ograniczenia negatywnego wpływu na środowisko jest właściwe **projektowanie materiałów opakowaniowych**. Z jednej strony tak, by zostały ograniczone do minimum wymaganego do spełnienia **masy i objętości** ich funkcji, z punktu widzenia oczekiwanej użyteczności, wykorzystanie surowców pozwalających na późniejszy **recykling** lub **inną formę odzysku**. W swoich wysiłkach na rzecz minimalizowania negatywnego wpływu na środowisko Grupa Auchan, w tym Auchan Polska, obniżyła o 10% wagę opakowań napojów marki własnej Auchan (z 30 gr do 27 gr), w wyniku czego Auchan Polska udało się zredukować wagę materiałów opakowaniowych o niemal 4 tony rocznie.

Warto wiedzieć

Odzysk - działania, nie stwarzające zagrożenia dla życia, zdrowia ludzi lub dla środowiska, polegające na wykorzystaniu odpadów w całości lub w części, lub prowadzące do odzyskania z odpadów substancji, materiałów lub energii i ich wykorzystania.

Odpowiedzialna sprzedaż

Klasa energooszczędna w ofercie Auchan

Auchan sukcesywnie rozwija ofertę sprzętu chłodniczego klasy energooszczędnej. W roku raportowania udział klasy energooszczędnej w ofercie handlowej sprzętu chłodniczego wzrósł o 10% w klasie sprzętu A++ oraz 3% w klasie A+ i A. Równocześnie spadek udziału sprzętu klasy B wyniósł aż 97%.

UDZIAŁ KLASY ENERGOOSZCZĘDNEJ W OFERCIE HANDLOWEJ SPRZĘTU CHŁODNICZEGO

Klasa sprzętu	2010	2011	dynamika
A++	10%	11%	10%
A+	31%	32%	3%
A	56%	57%	3%
B	3,50%	0,11%	-97%

Warto wiedzieć

Klasa energooszczędna - w zależności od energochłonności sprzęt AGD dzieli się na klasy - od A (najwyższa energooszczędność) do G (urządzenia najbardziej energochłonne); dla urządzeń chłodniczych istnieją dodatkowo klasy: A+ (o 10% mniejsze zużycie energii niż dla klasy A), oraz A++ (o 20% mniejsze zużycie niż w klasie A).

Rozwijając swoją ofertę Auchan wysyła komunikat:

**Żyj oszczędzając środowisko!
Konsumuj mniej energii!
Zużywaj mniej wody!**

Budowanie
świadomości pracowników.
uwrażliwianie.

Edukacja i zachęcanie do ekologicznych postaw

Auchan szkoli pracowników z zakresu ekologii, starając się nie tylko przekazywać im wiedzę, ale także motywować do ekologicznego myślenia.

Każde szkolenie zakończone jest testem, sprawdzającym wiedzę uczestników. W okresie raportowania 40% pracowników odbyło te szkolenia. Auchan stopniowo szkoli pozostałą część zespołu i w roku 2012 planuje mieć 100% ukończonych szkoleń w zespole.

Wspólnie z firmą Rekopol, stworzyliśmy 3 moduły szkoleniowe:

- szkolenie ogólne o zrównoważonym rozwoju
- szkolenie z zakresu oszczędności energii
- szkolenie z odzysku odpadów



Auchan świetnie wyszkolił pracowników, zmotywował ich do ekologicznego myślenia. W ciągu dwóch lat ich ekologiczna świadomość bardzo wzrosła i traktują pro-ekologiczne działania jako rzecz naturalną.

Michał Mikołajczyk – Dyrektor Marketingu Rekopol

Zielone projekty Auchan

Auchan prowadzi cykliczne akcje ekologiczne dla klientów, mające na celu budowanie świadomości pro-ekologicznej, zwłaszcza w zakresie segregowania i odzysku odpadów oraz zachęcanie do ekologicznych postaw przez wspólne działania i zabawę. Przykłady to:



Zielone akcje urodzinowe



Z okazji **15-lecia Auchan** została zorganizowana **akcja handlowa** pod hasłem zrównoważonego rozwoju wraz z gazetką dystrybuowaną wśród klientów. **Gazetka Eko**, w której poruszane były tematy odpowiedzialnej konsumpcji, prezentowała również produkty zrównoważonego rozwoju – np. z upraw ekologicznych, produkty Fair Trade, energooszczędny sprzęt AGD.

8 października - Green Day – powstaje las Auchan

W roku 2011 firma uczciła swoje pięćdziesięciolecie sadząc drzewa w Lasach Chojnowskich pod Piasecznem. W projekcie brały udział ekipy Auchan Żory, Bonarka, Modlińska, Hetmańska, Komorniki, Sosnowiec. Było to wspólne działanie hipermarketów Auchan, supermarketów Simply, banku Accord oraz Immochan. Wspólnie zasadziliśmy 250 dębów szypułkowych. Dodatkowo, firma zasponsorowała sadzonki by powstały nowe nasadzenia, które kiedyś staną się lasem Auchan.



Ekologiczny weekend w Auchan Piaseczno

W październiku 2011 w Auchan Piaseczno odbyła się **selektywna zbiórka odpadów opakowaniowych** połączona z **edukacją ekologiczną**, współorganizowana przez Auchan Piaseczno i firmę odzysku Rekopol.

W ramach akcji pracownicy Auchan oraz Zakładu Usług Komunalnych Błysk, prowadzili zbiórkę odpadów opakowaniowych. Każdy, kto przyniósł makulaturę, butelki PET lub szkło otrzymywał bon towarowy do wykorzystania w sklepie Auchan. Równoległe Rekopol budował ekologiczne nawyki poprzez wspólną zabawę: rozwiązywanie krzyżówek i rebusów, kolorowanek. Wszyscy bawili się świetnie, a udział w zabawie nagrodzony był drobnymi upominkami.



Akcja Recykling kwitnie – Auchan Wrocław, Bielany

W dniach 28.10 – 05.11 2011 w Centrum Handlowym Auchan na wrocławskich Bielanych przeprowadzony został ekologiczny konkurs plastyczny pod hasłem: **RECYKLING KWITNIE** we współpracy z Dominikiem Dobrowolskim - Cycling – Recycling. Zadanie konkursowe polegało na wykonaniu plakatu z hasłem, zachęcającym do zbiórki i recyklingu zużytych baterii. Konkursowi towarzyszyła wielka zbiórka zużytych baterii. Auchan ufundowało kilkadziesiąt atrakcyjnych nagród, m.in. e-booki dla laureatów.



Akcja edukacyjna pt. "Recykling kwitnie w Auchan" zakończyła się udanym finałem w sklepie Auchan na Wrocławskich Bielanych. Kilkaset osób wzięło udział w zabawach i quizach ekologicznych. Podczas tygodniowej akcji klienci Auchan zebrali ponad 2 tys. baterii. Wszystkie zebrane baterie trafiły do recyklingu.

Dominik Dobrowolski



Recykling z klientami

Sklep Auchan Katowice jako pierwszy w Polsce segreguje odpady razem ze współpracownikami i klientami. Pomysł, by klienci współuczestniczyli w zobowiązaniach podejmowanych przez personel zrodził się dzięki szkoleniom na temat zrównoważonego rozwoju. Od października klienci mogą zostawiać w specjalnym pojemniku zużyte torby plastikowe, baterie, żarówki czy też akumulatory. O tej odpowiedzialnej inicjatywie informuje klientów tablica wywieszona w sklepie. Sklep prowadzi selektywną zbiórkę szkła, plastiku i metalu. Zyski ze sprzedaży tych surowców wtórnych, zwanych odpadami odzyskanymi pozwoliły odnowić infrastrukturę służącą do segregacji śmieci.



Auchan Polska od kilku lat konsekwentnie w ramach wdrażanej przez siebie polityki zrównoważonego rozwoju podejmuje się działań upowszechniających właściwe postawy w gospodarce odpadami. Cieszę się, że prócz tego współdziałamy tak silnie na płaszczyźnie budowania pro-ekologicznych postaw w społeczeństwie.

Michał Mikołajczyk – Dyrektor Marketingu Rekolop



Eko-mebel

W 100% sklepów wprowadzony został 'eko-mebel' - specjalny pojemnik, do którego klienci mogą oddawać przeznaczony do recyklingu zużyte reklamówki, świetlówki, baterie oraz akumulatory. W roku raportowania mebel funkcjonował już w 100% sklepów Auchan i cieszył się dużym powodzeniem wśród klientów.



Segregujesz-zyskujesz w katowickim Auchan

W marcu 2011 roku w Auchan Katowice odbyła się impreza edukacyjna, przeprowadzona przez **fundację ekologiczną Arka**. Miała ona na celu zmienianie postaw przez wspólną zabawę. Tym razem na celownik wzięte zostały torby na zakupy, organizatorzy zachęcali do używania toreb materiałowych. Biorący udział w ekologicznym konkursie uczestnicy, mogli samodzielnie wykonać na torbie nadruk metodą sitodruku i zabrać ze sobą swoją nową torbę – na poczet przyszłych, ekologicznych zakupów. Wykazanie się wiedzą ekologiczną nagradzane było również specjalnymi atrakcjami: malowanie buziek za prawidłową odpowiedź na pytanie konkursowe przyniosło masę radości zarówno najmłodszym jak i ich opiekunom. Podobne akcje przeprowadzone zostały w sklepach Auchan w Częstochowie, Mikołowie, Gliwicach i Żorach.

Ponadto Auchan przeprowadza dorocznie akcje **oczyszczania terenów ze śmieci**, np. w Częstochowie czy okolicy zalewu w Poraju i **obchodzi Dzień Ziemi** (11 maja) – świętowany jako **dzień bez śmiecenia**.

NASZE WSKAŹNIKI

WSKAŹNIKI	2010	2011	cel 2012
Zużycie			
energii elektrycznej (kWh/m ² powierzchni sprzedaży)	473	468	zmniejszyć o 2,5%
gazu (m ³ /m ²)	18	16	zmniejszyć o 2,5%
wody (m ³ /m ²)	0,99	0,96	zmniejszyć o 2,5%
Dematerializacja			
Procent dokumentów księgowych zamienionych na formę elektroniczną	68%	80%	100%
Przeszkoleni w zakresie zrównoważonego rozwoju pracownicy			
Szkolenia e-learningowe pracowników	5939	3645	przeszkolić 100% pracowników

Karta oceny Raportu Zrównoważonego Rozwoju Auchan Polska 2011

1. W jaki sposób dowiedział/a się Pan/i o Raporcie zrównoważonego Rozwoju Auchan Polska 2011?

- ze strony WWW
- otrzymałem/am Raport w siedzibie firmy
- od przełożonego
- w trakcie szkolenia
- w inny sposób (jak?)
-

2. Czy wiedział/a Pan/i wcześniej o działaniach Zrównoważonego Rozwoju podejmowanych przez Auchan?

- Tak, jakich?
-
- Nie

3. Do jakiej grupy interesariuszy Pan/i należy?

- Współpracownik
- Klient
- Dostawca
- Władza lokalna
- Organizacja lokalna
- NGO
- Media
- Inne

4. Czy Pana/i zdaniem Raport obejmuje wszystkie obszary dotyczące działalności Auchan?

- Tak
- Nie

Proszę wskazać obszary, które Pana/i zdaniem powinny pojawić się w kolejnym Raporcie

.....

5. Jak ocenia Pan/i raport?*

- a) Pod względem zawartości merytorycznej
 - b) Pod względem szaty graficznej
- *1 – niewystarczający, 2 – wystarczający, 3 – dobry, 4 – bardzo dobry

6. W jakim stopniu Pana/i zdaniem przedstawione wskaźniki informują o wydajności firmy?***

- a) Na poziomie rynku
 - b) Na poziomie miejsca pracy
 - c) Na poziomie społeczeństwa
 - d) Na poziomie środowiska
- ***1 – w pełni, 2 – częściowo, 3 – w ogóle

Jakie wskaźniki chciałby/aby Pan/i znaleźć w kolejnym raporcie?

.....

Serdecznie dziękujemy za wypełnienie i odesłanie do nas Karty Oceny Raportu mailowo na adres: kontakt@auchan.pl lub pocztą na adres: Auchan Polska Sp. z o.o., Dyrekcja Generalna, Dział Komunikacji, ul. Puławska 46, 05-500 Piaseczno.

Jeśli chciałby/aby Pan/i otrzymać od nas odpowiedź, prosimy o pozostawienie adresu e-mail.

WSKAŹNIKI ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU AUCHAN POLSKA

WSKAŹNIK	2010	2011	
Miejsce pracy			
umowy na czas nieokreślony	75,35%	79%	☺
% pracowników niepełnosprawnych do ogółu zatrudnionych	2,97%	3,42%	☺
% kobiet na stanowiskach kierowniczych	54,36%	53,9%	☹
total godzin szkoleniowych	342 808	290 764	☹
% uczestnictwa w akcjonariacie pracowniczym	94%	89%	☹
poziom promocji wewnętrznej	40,31%	44%	☺
Rynek			
obróć	6 250 mln zł	6 550 mln zł	☺
liczba centrów handlowych	26	26	-
% dostawców którzy podpisali Kartę Etyki	100%	100%	-
audyty higieny u dostawców wg. Standardów IFS/BRC	135	192	☺
audyty u dostawców według check-listy Auchan	110	120	☺
audyty według metody Silliker	252	312	☺
liczba produktów marki własnej Auchan	405	557	☺
liczba artykułów z logo podniesionego kciuka	627	828	☺
Spółeczeństwo			
liczba akcji charytatywnych zorganizowanych przez poszczególne sklepy w roku kalendarzowym	66	104	☺
liczba lokalnych stowarzyszeń wspartych przez sklepy Auchan	16	22	☺
żywność zebrana w sklepach podczas zbiórek żywności	16 ton	19 ton	☺
liczba projektów dofinansowanych przez Fundację Auchan	nie dotyczy	2	-
wartość dofinansowania Fundacji Auchan	nie dotyczy	34 000 Euro	-
Środowisko			
zużycie energii elektrycznej na m ² powierzchni sprzedaży	473 kwh	468	☺
zużycie gazu na m ² powierzchni sprzedaży	18 m ³ /m ²	16	☺
zużycie wody na m ² powierzchni sprzedaży	0,99 m ³ /m ²	0,96	☺
odzysk odpadów opakowaniowych – folia	100%	100%	-
odzysk odpadów opakowaniowych – karton	100%	100%	-
liczba pracowników przeszkolonych w zakresie zrównoważonego rozwoju	5 939	3 645	☹
liczba toreb jednorazowych rozdystrybuowanych na kasach/m ²	658 toreb/m ²	638 toreb/m ²	☺
liczba produktów BIO marki Auchan i EKO	250	300	☺

Informacje o raporcie

Niniejszy raport, jest czwartym raportem zrównoważonego rozwoju Auchan Polska, pierwszym w komunikacji zewnętrznej. Raport obejmuje rok 2011. Zawarte w nim dane dotyczą działalności Auchan Polska.

Auchan Polska raportuje w cyklu rocznym, ostatni raport zrównoważonego rozwoju został wydany w lipcu 2011 roku. Nie zostały wprowadzone żadne zmiany dotyczące zakresu lub zasięgu w stosunku do poprzedzającego okresu raportowania.

Przedstawiane w raporcie zagadnienia, wynikają ze strategii zrównoważonego rozwoju Auchan Polska i podjętych przez firmę zobowiązań, jak również kwestii poruszanych przez kluczowych interesariuszy firmy w procesie dialogu.

Auchan Polska kieruje niniejsze opracowanie do swoich partnerów społecznych – pracowników, klientów, partnerów biznesowych, władz lokalnych, do wszystkich tych, którzy są zainteresowani sposobem zarządzania wpływem ekonomicznym, środowiskowym i społecznym Auchan Polska i wizją dalszego, zrównoważonego rozwoju firmy.





Lokalizacja siedziby głównej:

Auchan Polska Sp. z o.o.

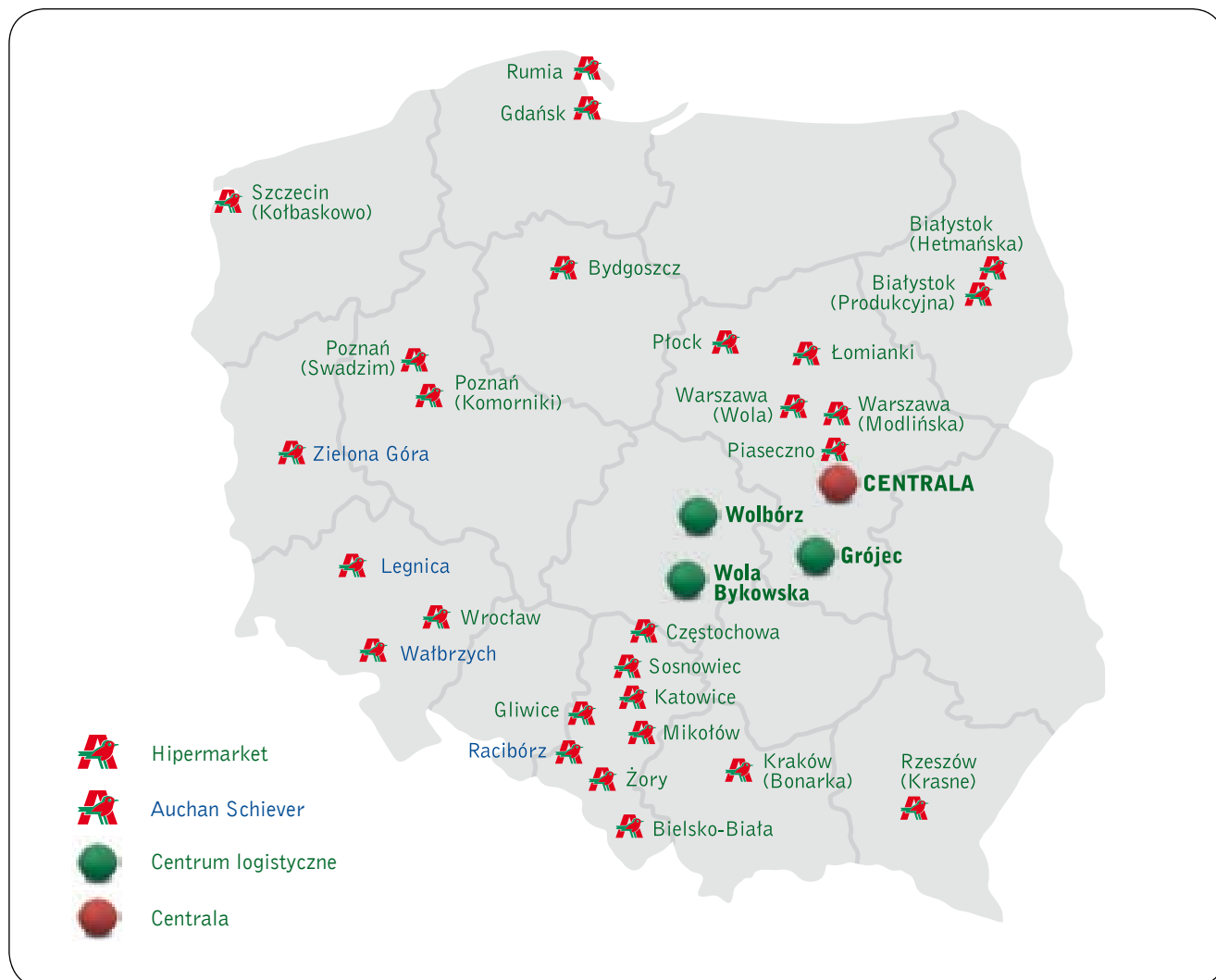
ul. Puławska 46

05-500 Piaseczno

NIP: 526-03-09-174

Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy, XIV Wydział Gospodarczy KRS

KRS 0000032892, Kapitał Zakładowy: 2.324.895.800 PLN



W trosce o środowisko niniejszy raport został wydrukowany w niewielkim nakładzie 100 sztuk na papierze Satimat Green. Satimat Green posiada certyfikat FSC, przyznawany firmom, które wykorzystują zasoby leśne w sposób zrównoważony. Wykorzystana technologia druku Computer-to-plate (z komputera na płytę), pozwala na bezpośredni druk dokumentu z formy cyfrowej, bez negatywnie wpływającego na środowisko procesu naświetlania klisz.

Główna, elektroniczna wersja raportu, dostępna jest na stronie: www.auchan.pl oraz www.groupe-auchan.com